

Gabinets de premsa: no és or tot el que lluu

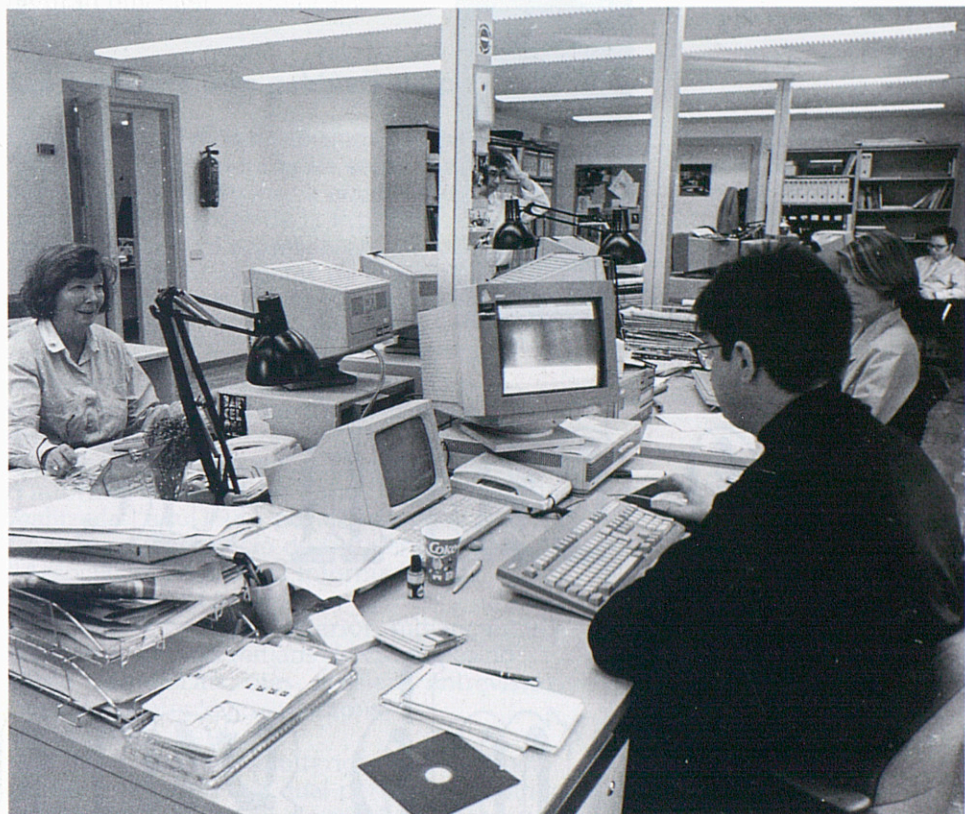
Resultats d'una enquesta realitzada a seixanta departaments de comunicació

—Joan Francesc Cànovas—

Becari d'Investigació del Departament de Periodisme de la UAB

L'ACIAL (Associació Catalana d'Informadors de l'Administració Local) i l'AGIC (Associació de Gabinets d'Informació de Catalunya) definien, en el document procedent de l'assemblea celebrada el 19 de novembre de 1981, els gabinets de premsa com a "agències sectorials d'informació en tant que mitjans informatius que subministren als *mass media*, sense utilitzar altres canals intermedis, informacions pròpies que després són objecte de tractaments diversos pels diferents mitjans de comunicació social i que arriben al públic a través d'aquests. (...) Els gabinets d'informació tenen també la missió prioritària d'assessorar i participar en les decisions de la política de comunicació de les institucions o entitats a les quals pertanyen".

La proliferació dels anomenats gabinets de premsa en els darrers 15 anys a Catalunya és un fenomen comunicatiu que no podrà



FOTOS: LAURA GUERRERO

ser oblidat en cap manual d'Història dels Mitjans de Comunicació de Catalunya.

Aquest article és producte de la investigació realitzada a 60 gabinets de premsa catalans entre els anys 1990 i 1992.

Piel Noël, al llibre *Le tabour de ville*, explica que avui dia les institucions no poden tan sols existir, sinó que han de justificar la seva possibilitat

El Grup de Periodistes de Gabinets de premsa ha preparat, per al dissabte 27 de novembre, una jornada monogràfica de debat sobre la seva tasca, que se celebrarà en el Col·legi de Periodistes. Tres comissions han estat preparant els documents de treball: un es centra en els periodistes que treballen en els gabinets de comunicació públics, un altre en els que ho fan en organismes i empreses privades, i el tercer en les empreses de comunicació gestionades directament per periodistes.

— Només un 24% disposen dels mitjans adequats per portar a terme la tasca que tenen encomanada —

d'existència. Noël justifica la proliferació de serveis d'informació en la necessitat de l'Administració d'informar i d'explicar les seves accions, i també com a recurs administratiu de captació del sentir de l'administrar.

En el marc d'una realitat on la comunicació ha anat adquirint un paper transcendent a la nostra societat, es produeix l'esclat dels gabinets de comunicació a Catalunya.

La nova situació democràtica que envolta els ajuntaments catalans l'any 1979 constitueix una plataforma d'excepció per a la implantació dels serveis de premsa arreu del país. Als ajuntaments es busca deixar enrera un passat on la manca de transparència va caracteritzar les accions comunicatives dels seus responsables. La informació serà un dels principals instruments utilitzats per poder dur a terme aquest desig.

Implantació ràpida

Després dels ajuntaments catalans i de les institucions públiques democràtiques moltes empreses i entitats del país realitzen el mateix procés d'incorporació dels serveis de comunicació al conjunt de les seves activitats. En aquest marc els gabinets de premsa s'estenen i es converteixen en una nova sortida professional per a llicenciats en ciències de la informació i per a periodistes en exercici.

El marc en el qual esclaten els gabinets i la mateixa novetat del fet situa cada servei de premsa davant d'una experiència concreta i particular a cadascuna de les empreses i entitats que els acullen. La dificultat de tipificació s'inicia ja en la seva siple definició i denominació genèrica i augmenta quan es pren com a referència les feines que realitzen, el personal que acullen, la relació que mantenen amb els responsables de le entitats, etc.

La rapidesa en la implantació dels gabinets de comunicació a Catalunya ha anat acompanyada de la introducció als processos comunicatius de les noves tecnologies i de les noves tècniques. Això ha fet variar substancialment els hàbits de treball i la vehiculització de la informació donada. S'ha passat de forma accelerada de la tramesa via correu de la majoria de les informacions del gabinet a la utilització del fax com a element vital i imprescindible a tots els serveis de premsa del país. També s'observa, durant els primers anys de l'esclat d'implantació dels gabinets de premsa a Catalunya, el fenomen de la ràpida incorporació dels elements àudio-visuals i informàtics com a eines habituals de treball. La introducció de la informàtica ha representat alhora la progressiva racionalització dels arxius dels gabinets de premsa, que adquireixen molta més importància en el conjunt de les tasques professionals.

Però la mateixa rapidesa del fenomen comunicatiu que ha representat la introducció massiva dels gabinets de premsa al nostre país i la falta de regularització d'un espai comunicatiu per a aquests serveis de premsa ha creat realitats força diversificades de gabinets i ha ofert un panorama molt ampli sobre quines són les feines que aquests realitzen. Atenció als mitjans de comunicació, arxiu i documentació, relacions públiques, disseny, publicitat, semiòtica, etc..., es troben entre les tasques habituals dels serveis de premsa catalans. Això no pressuposa que tots ells les realitzin en la seva totalitat. Ens trobem, doncs, davant d'un ventall necessàriament ampli d'investigació i per tant de gran dificultat de tipificació.

Les activitats dels gabinets de premsa

Els gabinets d'informació tindrien una triple finalitat. Una primera la de servir d'agència sectorial de notícies per a aquells missatges que es projecten des de la institució, entitat o empresa a la qual representen i serveixen. La segona, ser braç executor de la política comunicativa de la institució, entitat o empresa tant en la seva dimensió exterior com interna. I finalment la d'interpretar i reelaborar els missatges i informacions exteriors que poden ser d'interès per a qui serveixen.

Cinc, però, serien les funcions d'un gabinet d'informació segons les dades d'una enquesta realitzada l'any 1981 per l'Associació de Gabinets d'Informació de Catalunya i per l'Associació Catalana d'Informadors de l'Administració Local:

- Funció informativa exterior, mitjançant els contactes amb els mitjans de comunicació social, comunicats, otes, dossiers, entrevistes, trucades telefòniques, reunions, convocatòries, etc...
 - Funció informativa interior de la institució, entitat o empresa a la qual pertany el gabinet, mitjançant l'elaboració de reculls de premsa, notes interiors, butlletins d'empresa, gravacions àudio-visuals, etc.
 - Funció documental i d'arxiu dels temes que fan referència a la pròpia institució i d'aparició als mitjans de comunicació social, o dels documents i treballs que es generen internament.
 - Funció de manteniment dels mitjans de comunicació propis: publicacions, butlletins, campanyes que parteixen des del gabinet de mitjans de comunicació o que tenen el suport principal en aquest, etc...
 - Funció d'assessorament de la institució sobre el sistema de comunicació cap a la societat, utilitzant els mitjans de comunicació social a través d'altres vies d'accés a la institució.
- En un sentit ampli, i d'acord amb la realitat dels gabinets de premsa catalans, aquesta

— La multiplicació dels serveis de premsa va vinculat a la democratització dels ajuntaments, el 1979 —

seria la constatació dels camps temàtics o en els quals s'inclourien les seves tasques (encara que no totes resulten directament vinculades al periodisme): atenció als mitjans de comunicació, arxiu i documentació, realització de publicacions, relacions públiques i protocol, publicitat i patrocini, i imatge, disseny i semiòtica. Aquest ventall de feines no té a veure amb la realitat de cadascun dels gabinets, sinó amb l'anàlisi de la totalitat de les seves realitzacions.

Qüestió de nom

Una altra constatació que cal realitzar està relacionada amb la diversitat de denominacions que reben els "gabinets de premsa" catalans. Aquest aspecte, per poc transcendent que pugui semblar *a priori*, no deixa de ser simptomàtic de la multiplicitat d'estructures i de concepcions que se'n deriven.

L'existència de moltes denominacions per emmarcar feines que en principi haurien de considerar-se en una mateixa disciplina posa en evidència el procés actual de coordinació i interrelació en aquest camp. De tota manera, la realitat del treball que realitzen, tot i ser divers, està més homogeneïtzat que el que les denominacions dels serveis deixen entreveure. La dependència dels mateixos gabinets d'instàncies administratives i polítiques diferents segons quina sigui l'entitat, institució o empresa a la qual serveixen, la interrelació entre les tasques informatives, les relacions públiques i protocol i la publicitat, la falta d'un marc o codi legal que reguli el sector i la ja esmentada falta de coordinació i relació entre els mateixos gabinets, es podrien apuntar com a d'altres possibles causes d'aquest ventall de denominacions diferenciades.

Aquestes en són algunes de les existents a Catalunya del que habitualment coneixem com a "gabinets de premsa":

- Oficina d'Informació
- Gabinet de Comunicació
- Departament de Premsa
- Gabinet de Premsa
- Gabinet de Mitjans de Comunicació
- Servei d'Informació, Documentació i Publicació
- Delegació Diocesana per als Mitjans de Comunicació Social
- Servei de Premsa
- Departament de Premsa i Relacions Públiques
- Departament de Relacions Externes
- Servei de Relacions Externes
- Subdirecció General de Mitjans de Comunicació
- Servei de Comunicació
- Relacions Externes
- Departament de Relacions Públiques
- Oficina de Premsa
- Departament de Mitjans de Comunicació i

Relacions Públiques

- Servei de Relacions amb els Mitjans de Comunicació
- Oficina de Premsa i Publicacions
- Servei d'Informació, Documentació i Publicacions
- Servei d'Informació, Protocol i Relacions Públiques

El paper dels ajuntaments democràtics

La transició va ser l'època de les vaques grasses per al periodisme del país (Jordi Negre, *Els gabinets de premsa: desviació professional o nova especialitat?* Annals del Periodisme català, núm. 15. Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1990). El manifest de l'àmbit de mitjans de comunicació del Congrés de Cultura Catalana de l'any 1977 afirmava que la repressió soferta en el camp de la informació a Catalunya durant els anys del franquisme era doble, idiomàtica i de continguts.

Els principals esforços en els primers anys de la democràcia en el camp de la comunicació tenen a veure amb la recuperació i establiment de mitjans de comunicació escrits o parlats en llengua catalana. El diari *Avui* i *Ràdio 4* l'any 1976, els *Gabinets de Comunicació* a partir de 1979 i *TV3* l'any 1983 en són les primeres i principals referències.

En aquests anys la situació comunicativa global s'inscriu en el marc d'una doble dependència que afegeix a la colonització permanent dels models culturals nord-americans els propis de la colonització espanyola i de la francesa del nord. La falta d'elements de ruptura d'aquesta situació marquen aquesta primera època (Josep Gifreu, *Segones reflexions crítiques sobre la Cultura Catalana*. Catalunya 77-88. Barcelona, Fundació Jaume Bofill, 1990).

Davant d'aquest panorama comunicatiu amb una evolució més que discutible pel que fa a la gestació i creació d'un espai comunicacional propi, els gabinets de premsa es configuren com un dels elements esperançadors dels primers anys de transició.

L'aparició dels gabinets de comunicació com a fenomen general i habitual al nostre país no es produeix fins després de les primeres eleccions locals, l'abril de 1979. Els ajuntaments, un cop recuperada la democràcia local, es convertiran en autèntics impulsors dels gabinets de premsa i en vehiculitzadors de les necessitats comunicatives municipals.

La voluntat de comunicar preval durant aquests anys de democràcia. Aquest desig informatiu conduirà també en més d'una ocasió a disfuncions comunicatives i a problemes en la realització executiva de diversos projectes.

Un cop iniciada la constitució massiva de

— Les institucions no en tenen prou d'existir; han de justificar la seva possibilitat d'existir —

gabinets de premsa als ajuntaments democràtics, i de forma paral·lela la resta d'administracions públiques, a mesura que són legitimades democràticament, van creant els seus propis gabinets d'informació i assessories de comunicació.

L'esclat dels gabinets de premsa als ajuntaments democràtics, producte de la democratització política, observa paral·lelament el fenomen de modernització i tecnificació en els diversos camps de les activitats econòmiques i socials.

La situació de l'administració local abans de les eleccions municipals de 1979 presenta els següents símptomes:

- administració local deslegitimada i impotent,
- mapa municipal extraordinàriament fragmentat,
- grans dèficits d'equipaments i serveis,
- moviment popular de caire reivindicatiu a molts barris i pobles,
- grans expectatives de les millores que a tot nivell el canvi polític hauria de comportar (incloses la informació i la transparència comunicativa).

(Font: Federació de Municipis de Catalunya, *10 anys d'ajuntaments democràtics*. Barcelona 1989).

En aquest marc, i malgrat el gran retard que la reforma de l'administració local va tenir —es va produir posteriorment a l'aprovació de la Constitució Espanyola, després de dues eleccions generals, després que els ciutadans haguessin participat democràticament a les urnes electorals en quatre ocasions i en un moment en què es comencen a notar els primers indicis de crisi i de descomposició de la UCD—, els gabinets de premsa van ser un dels primers elements dinamitzadors de l'activitat municipal i actors destacats de la democràcia.

Quasi tots els programes electorals dels partits que representaven el nou sistema polític i que es presentaven a les eleccions del 3 d'abril de 1979 feien referència a un nou estil de governar que tenia en la transparència, en la participació ciutadana i en la informació clara i competent els eixos fonamentals del nou poder polític, basat en el contacte directe amb el ciutadà i l'elector.

Del naixement a la consolidació

Fins als nostres dies el camí desenvolupat pels gabinets de les administracions públiques es pot resumir en les següents etapes:

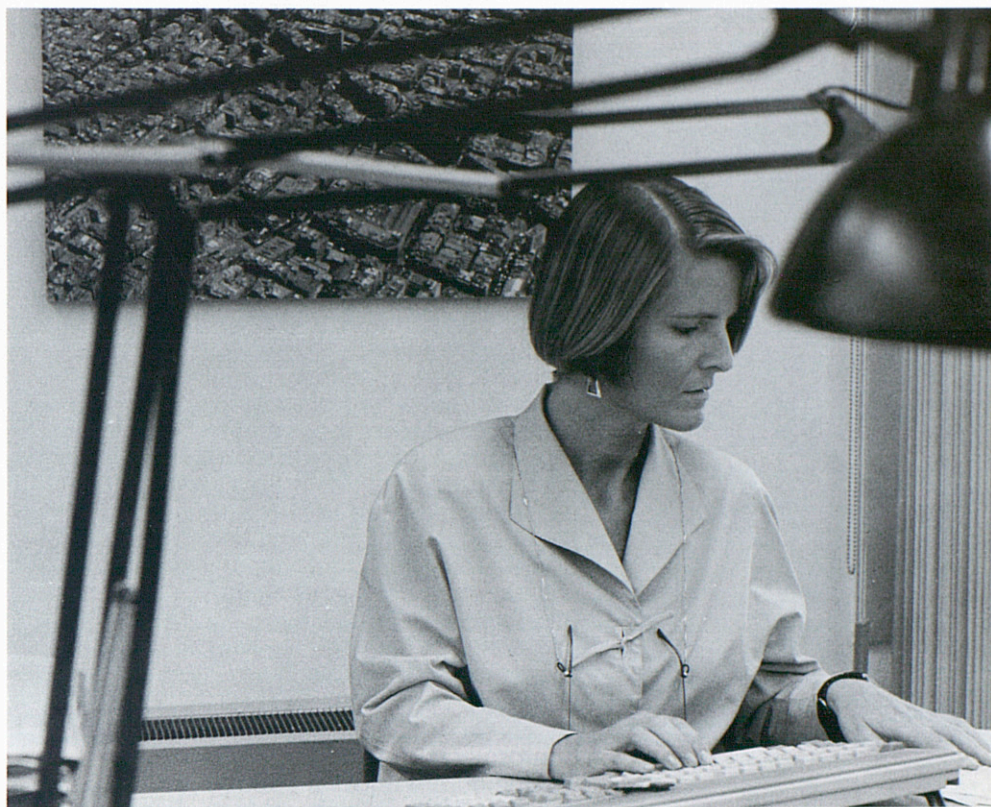
1a. 1975-1979. Etapa de transició política.

2a. 1979-1982. Etapa inicial.

3a. 1982-1987. Etapa de consolidació.

4a. 1987-fins avui. Professionalització i estructuració.

1a. La primera etapa correspon al moment en el qual es gesta el model polític-comunicatiu que després donà pas a la creació dels



gabinets de premsa. És una etapa de transició on s'estructura políticament l'estat. Aquesta etapa no queda completada fins a l'elecció democràtica dels ajuntaments, l'abril de 1979, del referèndum de l'Estatut de Catalunya (1979) i de les eleccions al Parlament català (1980).

2a. La composició política majoritària dels consistoris municipals catalans a les primeres eleccions va recaure en els partits que propugnaven programes d'esquerres. Aquests partits havien convertit l'aspecte comunicatiu i informatiu en un tema cabdal del seu estil de fer política, i això determina la ràpida implantació a les grans ciutats de la figura dels gabinets de premsa. Durant aquesta etapa els gabinets estan formats habitualment per una única persona fortament vinculada a la figura de l'alcalde. La seva funció principal és la d'obrir a la transparència tots els aspectes de l'activitat municipal. Les característiques d'aquests primers anys, per tant, passen per una quasi total "militància" dels periodistes que ocupen els càrrecs de responsables de premsa o comunicació.

3a. Amb l'accés al poder del PSOE i el restabliment del Govern de la Generalitat escollit democràticament les institucions democràtiques tendeixen a normalitzar la situació comunicativa del país, alhora que progressivament es va normalitzant l'activitat política i tothom intenta ocupar l'espai que li correspon dins de l'escenari democràtic. Els gabinets amplien les seves competències i

Fax als gabinets de premsa catalans:

Any	Nombre de telefax
1987	12% dels gabinets
1989	35% dels gabinets
1993	100% dels gabinets

Situació laboral actual dels professionals dels gabinets de premsa (tan sols gabinets institucionals)

Funcionari de carrera.....	25'71%
Contracte laboral indefinit.....	14'28%
Contracte laboral temporal.....	5'71%
Contracte en pràctiques.....	
Contracte eventual (confiança política).....	45'71%
Altres (col·laboradors).....	8'57%

Font: Enquesta als periodistes de gabinets institucionals. ACIAL. Barcelona, II Congrés de Periodistes Catalans, 1992.

— Un 45% dels empleats en gabinets de premsa són càrrecs de confiança política i un 25%, funcionaris —

s'estructuren d'acord amb l'experiència adquirida als primers anys de funcionament. Els periodistes que formen els gabinets de premsa acaben imposant la seva competència professional per sobre de la seva militància política o la seva confiança personal (aspecte aquest darrer, però, que sempre hi serà present).

També és l'època en la qual es regula administrativament la figura dels assessors polítics i dels responsables de premsa o de comunicació de forma diferenciada. És el moment en què apareixen les primeres oposicions democràtiques públiques per accedir, com a funcionari o com a personal laboral, al gabinet de premsa, cosa que també representa l'inici de la seva estructuració administrativa.

4a. La introducció de les noves tecnologies i de les redaccions multimèdia i l'estructuració i professionalització dels gabinets, producte de la situació d'assentament polític que es viu a hores d'ara, marquen l'esdevenir de l'etapa que viuen els gabinets de premsa de les administracions públiques avui dia.

En aquesta etapa els gabinets de premsa veuen destacada la seva condició de serveis d'informació: agències sectorials.

També durant aquesta època s'afirma cada cop més la funció dels gabinets de premsa com a executors de les polítiques comunicatives de les empreses, entitats o associacions a les quals serveixen. Es produeix cada vegada més una forta identificació entre el producte ofert pels serveis de premsa i les empreses o entitats.

Principals constatacions i interrogants a l'etapa actual

Els interrogants oberts avui tenen més a veure amb la conjuntura política actual que amb la mateixa deontologia professional. Algunes de les principals aportacions realitzades pels responsables dels gabinets són aquestes:

— Replantejament sobre el moment idoni per oferir la informació, donat que això pot frustrar l'actuació motiu d'aquella.

S'abandona, per tant, la informació indiscriminada que caracteritza els primers anys del naixement dels gabinets de premsa.

— Relació entre algunes associacions, sense una estructura interna ni externa democràtica, però que la mateixa democràcia ha legitimat, i els mitjans de comunicació. Aquestes entitats tenen accés a l'opinió pública a través dels gabinets d'informació.

— Despolitització del personal que compon el gabinet de premsa, però alhora augment del control que es realitza des del seu àmbit polític.

Del periodista militant s'ha evolucionat cap al periodista professionalitzat i sovint especialitzat en una àrea i en un tipus de mitjà concret. Així, doncs, s'ha pogut observar la

creació de redaccions multimèdia que atenen com a gabinets tots els mitjans però que ofereixen diversos serveis d'acord amb la naturalesa del mitjà (comunicats i dossiers per a la premsa escrita; comunicats, dossiers i enregistrament en cintes magnetofòniques per a les emissores de ràdio, etc...). A més, s'ha pogut observar l'especialització en àrees no tan dependents del mitjà com de les característiques especials i dels serveis que presta la pròpia institució.

L'existència d'aquest tipus de redaccions és encara un fet no majoritari entre els gabinets de premsa catalans i no arriba a més del cinc per cent del total. S'observa, però, la tendència entre les diverses redaccions que els constitueixen (sobretot entre els gabinets més importants de les institucions públiques i de les grans empreses) a l'especialització dels diversos redactors.

Des del final dels anys vuitanta la voluntat informativa, que fa que qualsevol actuació adreçada a l'exterior d'una empresa, institució o entitat hagi d'estar acompanyada d'una política comunicativa i d'accions concretes als mitjans de comunicació, ha possibilitat un nou canvi entre les institucions petites amb pressupostos massa limitats per tenir en propietat un equip de professionals en matèria de comunicació. La proliferació de serveis i gabinets d'assessorament en comunicació per a qüestions puntuals i concretes com a servei exterior a la pròpia institució n'és un bon exemple. Aquesta ha estat una important sortida per a algunes d'aquestes institucions.

Condicions laborals i professionals de treball

Els gabinets de premsa catalans presenten entre ells grans diferències en les condicions laborals i professionals del personal que hi treballa o hi col·labora.

Atesa l'opinió dels responsables dels gabinets de premsa consultats, aquests no disposen de les condicions d'infraestructura necessàries per desenvolupar el seu treball professional. Tan sols un 24% dels enquestats es manifesten d'acord amb els elements dels quals disposen al seu gabinet.

Els horaris més habituals de servei dels gabinets als mitjans de comunicació són de les 8-9 del matí a les 10 del vespre, en el cas dels serveis de grans institucions públiques, i de les 9 a les 2 del migdia i de les 4 a les 8 del vespre en el cas d'empreses privades o d'institucions públiques més petites.

Les empreses o associacions que no disposen de gabinets de premsa que cobreixin tot l'horari laboral acostumen a concentrar-lo o bé de les 9 a les 2 del migdia o bé de les 4 a les 9 del vespre. L'horari de tarda és més habitual que el del matí.

Per la mateixa diversitat en les característiques generals dels gabinets de premsa resulta difícil

— Les concepcions del que ha de ser un gabinet de premsa són molt diverses. La prova en són els noms —

concretar el nombre de persones de mitjana que integren un gabinet de premsa. Amb totes les reserves, però, que això comporta, es pot establir una mitjana d'entre 5 i 14 treballadors (redactors i administratius) en els gabinets de premsa d'institucions públiques (a excepció dels ajuntaments catalans de menys de 75.000 habitants), i d'entre 1 i 3 a les empreses i entitats privades i a la resta d'ajuntaments (de més de 30.000 habitants). Dels professionals que treballen en aquests serveis de premsa, un 42% són llicenciats en Ciències de la Informació i un 20% són o bé llicenciats o bé diplomats en d'altres estudis superiors. Aquesta xifra manté una forta equivalència amb les tasques de redacció i de gestió i atenció directa als mitjans de comunicació, que vindrien a ocupar el 63% del temps total d'un gabinet de premsa. Existeix una forta desproporció entre els titulats en Documentació, un 7% del total dels treballadors, i el temps invertit en aquestes tasques, que supera el 15% de la dedicació global.

El temps dedicat a feines administratives en un gabinet de premsa (13%) és també força superior a la quantitat global d'administratius existents en aquests (23%).

De la totalitat dels professionals dels gabinets de premsa, un percentatge que s'acosta a la meitat del total de treballadors ocupa el lloc de treball com a càrrec de confiança dels directius de l'entitat o institució a la qual serveix (un 45'71% en el cas dels gabinets institucionals). D'altra banda, el percentatge de contractats fixos és superior en els gabinets d'institucions públiques (40%) que a les empreses o associacions privades.

Les noves tecnologies i els gabinets de premsa

L'aparició de les noves tecnologies ha implicat una important transformació en el conjunt general de la comunicació social. Però a l'hora de presentar i de valorar serveis derivats dels nous usos tecnològics cal tenir present l'estat de transició en què es troba actualment l'evolució de les noves tecnologies (en els mateixos mitjans i en les xarxes de transmissió). Les contínues notícies periodístiques sobre el nou impuls i l'esclat ràpid i majoritari de les noves tecnologies —suports i mitjans— han representat un emmirallament mitificador. (*Tendencias. Comunicación Social 1989*. Madrid, Informes Anuales de Fundesco, 1989).

L'aparició de les noves tecnologies en la seva aplicació als gabinets de premsa catalans s'ha produït seguint un creixement desigual i es troba a hores d'ara en una situació d'un cert estancament.

És innegable que alguns gabinets de premsa han experimentat en els darrers cinc anys transformacions de la seva tecnologia aplicada



a la informació que han resultat molt substancials en el conjunt global dels canvis produïts al gabinet. L'any 1987 tan sols un 12 per cent dels gabinets de comunicació instaurats a la ciutat de Barcelona disposava de sistema de fax a les seves redaccions. L'any 1993, el 100 per cent dels gabinets de premsa tenen en propietat o poden accedir fàcilment a un sistema de telefax.

En el procés d'introducció de les noves tècniques als gabinets de comunicació catalans han tingut especial importància tres aspectes: — la introducció del fax com a element de transport d'informació.

— la informatització creixent de les redaccions, amb la supressió de les màquines d'escriure tradicionals i la creació de bases de dades.

— la presència creixent d'altres elements telemàtics i àudio-visuals (televvisions, vídeos, videotex, mòdems, aparells de gravació...). Les previsions d'expansió dels serveis telemàtics als *mass media* no s'han confirmat ni a la gamma possibilista dels usos socials, ni a l'avançament quantitatiu dels usuaris (Bernardo Díaz Nosty. "El estado de la comunicación". *Tendencias. Comunicación Social 1989*. Madrid, Informes Anuales de Fundesco, 1989). José Fernández Beaumont apunta (en el mateix informe anual de la Fundesco) que "els canvis espectaculars que preveïen els experts amb l'adveniment de la telemàtica (informàtica més telecomunicacions) semblen haver-se ajornat, i no per falta de capacitat tecnològica, sinó perquè la societat no ha trobat encara uns objectius i usos concrets per a aquesta classe de tecnologia".

Titulació acadèmica dels treballadors dels gabinets de comunicació:

Llicenciats en Ciències de la Informació	42%
Llicenciats en RR PP i Publicitat	8%
Estudis superiors (licenciats, diplomats o equivalents) i periodistes sense títol ..	20%
Documentalistes	7%
Administratius (amb o sense titulació) ..	23%

Distribució percentual de les tasques professionals dels gabinets:

Redacció (notes, comunicats, dossiers de premsa,...)	37%
Administració (fotocòpies, trameses,...)	13%
Documentació (recuperació i arxiu)	17%
Atenció personalitzada als mitjans de comunicació ..	26%
Altres (desplaçaments, viatges, reunions, assessorament,...)	7%

— Un 42% dels que hi treballen són llicenciats en Ciències de la Informació i un 23%, administratius —

La introducció habitual dels serveis telemàtics als gabinets de premsa resulta encara un fenomen molt estrany. Quan aquest es produeix, l'ús que se'n fa és més com a element d'arxiu i de documentació que com a eina d'informació o d'interrelació amb els mitjans de comunicació. Els gabinets de premsa catalans que disposen d'algun servei telemàtic no arriben al 35 per cent del total. El seu ús en aquestes institucions no és considerat gaire important pels mateixos usuaris.

Alhora, els projectes exposats sobre l'ús de noves tecnologies que podrien incorporar els gabinets de comunicació en el futur quasi no fan cap tipus de referència a la introducció de les noves tècniques. Un únic projecte en aquest sentit apunta la possibilitat d'instal·lar mòdems de connexió entre els mitjans de comunicació i el gabinet de premsa que interconnectaria ambdós sistemes informàtics. Aquesta possibilitat permetria la tramesa constant d'informació sense l'ús del paper.

Del correu al fax. Nous hàbits laborals

Fa tot just cinc anys, el volum més important d'informacions provinents dels gabinets de premsa en direcció als mitjans de comunicació era tramès a través del correu (tant ordinari com especial). El telèfon completava el panorama de relació comunicativa amb els *mass media*.

D'ençà, però, de la introducció del fax, aquest s'ha convertit en un element imprescindible en la feina diària dels gabinets. Amb gran velocitat de transmissió, el fax s'ha anat convertint en la peça clau de la tramesa informativa. El temps que ha transcorregut entre la seva instal·lació i la seva implantació majoritària ha estat relativament curt. Les seves possibilitats tècniques l'han arribat a convertir en l'autèntic artífex de la tramesa informativa dels gabinets de premsa. Amb capacitat de memoritzar, d'autoengegar-se i d'autotransmissió ha estat possible que un cop realitzat el treball periodístic concret el redactor es desvinculi de les feines de tramesa, assumint el fax aquest paper.

Els gabinets de premsa, com molts d'altres sectors del món professional, han vist, doncs, una progressiva dependència del fax, com a xarxa de viatge d'informacions, però no han oblidat tampoc d'altres mètodes de viatge d'informació i de documents més tradicionals. El correu i la missatgeria continuen sent en els serveis de premsa catalans dos elements de tramesa destacats (lògicament, molt menys que fa alguns anys). El correu és encara un element vàlid per a la tramesa de qüestions formals o de tràmit, i la missatgeria és utilitzada principalment per a tots aquells documents que, tot i que puguin haver estat avançats a través del fax, han de ser enviats amb el paper original. El volum global de la tramesa amb

aquests serveis tradicionals en relació amb la totalitat de la transmissió informativa que s'efectua en un gabinet de comunicació és, però, bastant petit.

Manca de regulació

No es pot negar que la introducció de les noves tecnologies ha fet variar els hàbits de treball dels equips redaccionals i dels responsables dels serveis de premsa. La informació que abans era buscada en suport paper en arxius, sovint no correctament classificats i amb els quals s'esmerçava molt de temps, ara és sol·licitada al banc de dades creat pel gabinet, o pel servei de documentació de l'entitat.

Aquesta es pot haver arxivat utilitzant tècniques d'escannerització o de microfilm, i un cop localitzada la informació requerida, es pot reproduir en suport paper. Es pot afirmar, per tant, que la introducció del fax i dels ordinadors als serveis de comunicació ha contribuït a optimitzar el temps dedicat anteriorment a la recerca de documentació. Aquesta progressiva incorporació de les noves tècniques ha facilitat el treball de l'equip redaccional, que mitjançant la informatització aconsegueix amb facilitat aquelles dades de contextualització documental desitjades. Alhora, amb aquest sistema, mentre es crea la informació ja s'està arxivant per ser recuperada posteriorment.

La vinculació horària que produïa el servei de tramesa d'informacions a través de la missatgeria o del correu ha quedat superada pel fax, que es troba en funcionament vint-i-quatre hores al dia, tres-cents seixanta-cinc dies a l'any i tant per al receptor com per a l'emissor.

El fax també ha aconseguit l'alliberament d'una tasca administrativa com era, i encara és, la presentació de la informació ensobrada i etiquetada, i l'ha substituïda per un simple acte mecànic de selecció de *mailings* informatius memoritzats pel mateix fax.

Aspectes com la rapidesa d'implantació del fenomen, la relativa novetat, la manca de regulació jurídic-professional, la impossibilitat de creació d'un espai comunicatiu català en el qual siguin articulats els gabinets de premsa (situació que afecta també altres realitats de mitjans de comunicació catalans: premsa, cinema, etc...), l'accelerada introducció de les noves tecnologies, la diferència d'estructuració sobre el treball professional que realitzen (agències sectorials d'informació i/o creadors i mobilitzadors de les polítiques comunicatives de les institucions, entitats o empreses a qui serveixen), la diversitat en les equipaments tècnics i d'infraestructura dels quals disposen, la mobilitat que caracteritza aquesta realitat comunicativa i en general bona part dels fenòmens comunicatius, etc..., es presenten com les principals dificultats a l'hora de fer qualsevol aproximació al tema. ●

Algunes referències bibliogràfiques consultades:

— Antonine, Frédéric; Dumont, Jean-François; Marion, Philippe; Ringlet, Gabriel. *Écrire au quotidien. Du communiqué de presse au nouveau Reportage*. Lyon, Chronique Sociale, 1982.

— Groller, Éric de. *L'organisation des systèmes d'information des pouvoirs publics*. Paris, Documentation, bibliothèques et archives UNESCO, 1985.

— Le Net, Michel. *La communication sociale*. Paris, La Documentation française, 1988.

— Noël, Piel. *Le Tabour de ville*. Paris.

— Negre, Jordi. *Els gabinets de premsa: desviació professional o nova especialitat?* *Annals del Periodisme Català*, número 15. Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1990.

— Schwebig, Philippe. *Les communications de l'entreprise*. Paris, Stratégie et management, 1988.

— Udina, Ernest. *La informació als ajuntaments democràtics*. Barcelona.

Per a la publicació de l'article també s'han consultat els documents editats per l'ACIAL i per l'AGIC.

— **El mòdem permet la tramesa constant d'informació dels gabinets als mitjans sense l'ús del paper** —