

TESIS
5433



Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Relaciones Públicas

Proyecto de Investigación de Tesis Monográfica

La Incidencia de las Redes Sociales en la Comunicación de Gobierno a Nivel

Municipal



Alumno: Fernández Ridano María Cielo

Cátedra: Prof. Lic. Manuel Montaner

Asignatura: Tesina

Tutor/a designado de la tesis monográfica/tesina: Lautaro Bustos

Buenos Aires, 9 de Octubre de 2014

cielo.ridano@gmail.com

35.427.745

La Incidencia de las Redes Sociales en la Comunicación de Gobierno a Nivel Municipal

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación son, en la actualidad, herramientas fundamentales para el ejercicio de las Relaciones Públicas. Es por esto que, en el ámbito de la comunicación de gobierno, no se puede dejar de gestionar y utilizar canales de comunicación como son las redes sociales para colaborar con el armónico desarrollo del sistema democrático.

Índice

• <i>Introducción</i>	<i>Pág. 5</i>
• <i>Capítulo 1</i>	<i>Pág. 6</i>
<i>La comunicación de gobierno y sus implicancias en la vida del ciudadano</i>	
1.1 La Comunicación de Gobierno	
1.2 ¿Por qué debe comunicar el gobierno?	
1.3 Desafíos de la Comunicación de Gobierno	
1.4 Errores comunes en la Comunicación de Gobierno	
1.5 Segmentación de públicos en la Comunicación de Gobierno	
1.6 La Comunicación de Gobierno a nivel municipal	
1.7 El Proceso de la Comunicación de Gobierno a Nivel Municipal	
1.8 Información de Gobierno Vs. Comunicación de Gobierno	
1.9 Márketing Político Vs. Comunicación de Gobierno	
1.10 La Hiperpersonalización y la Videopolítica	

Sobre las Redes Sociales y la Web 2.0

- 2.1 La sociedad del Conocimiento, de la Información y las Redes Sociales
- 2.2 La Web 2.0
- 2.3 Sobre las Redes Sociales y la Web 2.0
- 2.4 El Mundo que nos Rodea
- 2.5 Construcción Comunitaria del Conocimiento
- 2.6 El Debate
- 2.7 La Brecha Digital

Las redes sociales como herramienta para la comunicación de gobierno a nivel municipal

- 3.1 Las Ventajas de la Gestión de las Redes Sociales para las Municipalidades
- 3.2 Riesgos y Obstáculos a Tener en Cuenta a la Hora de Gestionar las Redes Sociales Desde los Gobiernos Municipales
- 3.3 Análisis de las Redes Sociales y las Herramientas 2.0 Más Relevantes para la Gestión de la Comunicación de Gobierno a Nivel Municipal

- Facebook
- Twitter
- Blogs
- Google Maps
- Google +
- Flickr
- Youtube
- Foros
- Portales Web
- Plataformas para la administración de las redes sociales

- 3.4 El Community Manager y la Comunicación de Gobierno

3.5 Escuchar las Redes Sociales

3.6 La No Gestión de las Redes Sociales ¿Temor o Desconocimiento?

- *Capítulo 4* *Pág. 66*
 - 4.1 E-government
 - 4.2 Los Desafíos
 - 4.3 El Caso de la Argentina

- *Capítulo 5* *Pág. 74*
 - 5.1 Análisis de Caso
 - 5.2 El Municipio de Viedma
 - 5.3 La Municipalidad de Viedma en Facebook
 - 5.4 La Municipalidad de Viedma en Twitter

- *Conclusiones* *Pág. 102*
- *Bibliografía* *Pág. 107*
- *Reseña* *Pág. 112*
- *Anexo* *Pág. 115*
 - Entrevista a Pablo Churrarín
 - Entrevista a Susana Finguelievich



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

La comunicación de gobierno es un deber del estado y un derecho de los ciudadanos. Es necesario no solo mantener a la ciudadanía informada respecto de los actos de gestión sino interactuar con todos los actores que conforman el complejo entramado social de un país, una provincia o una localidad. Resulta fundamental escuchar y responder las dudas, solicitudes y reclamos de los individuos para lograr un buen entendimiento e impulsar el armónico desarrollo de las comunidades.

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación irrumpen en la historia para proponer un cambio de paradigma. Las innovaciones en campos como el de la telecomunicación y la computación han generado un gran impacto tanto en el espacio público como privado de la vida de los individuos. De estos avances es que surgen herramientas tales como la web 2.0 y las redes sociales; espacios en los que los usuarios tienen la oportunidad de construir conocimientos de manera comunitaria.

Es aquí donde un abanico de oportunidades se abre para los gobiernos locales, ofreciendo grandes beneficios tanto para la municipalidad como para los habitantes. Las redes sociales brindan un espacio en el que los funcionarios pueden interactuar con los diferentes actores sociales, brindando información sobre las decisiones referidas a la administración pública, escuchando, debatiendo y dando respuesta a las diferentes necesidades de los vecinos.

Este intercambio posibilita el crecimiento y promueve el desarrollo de los municipios y sus comunidades, comprometiendo a las clases gobernantes en la intensa pero satisfactoria persecución del bien común.

Capítulo 1

Sobre la Comunicación de Gobierno y sus implicancias en la vida del ciudadano

La Comunicación de Gobierno

La definición de la llamada “Comunicación de Gobierno” ha despertado debates y dado origen a diversas corrientes de pensamiento.

Se puede comenzar enmarcando la Comunicación de Gobierno en una rama abarcativa denominada “Comunicación Política”. Este concepto contenedor encierra otras subcategorías como ser:

- Campaña Electoral: Aquella llevada a cabo durante el período electoral con el objetivo de obtener más votos, también conocida como Marketing Político.
- Comunicación de gobierno: Es el derecho de los ciudadanos y la obligación de los funcionarios de comunicar los actos de gobierno. También es llamada “Comunicación Pública de 1er nivel” en oposición a la comunicación propia de las Organizaciones no Gubernamentales o “comunicación de gestión”.
- Propaganda Política: Tenga o no un cargo político, el emisor busca difundir su ideología política de manera masiva.

Hoy en día, resulta irrefutable el hecho de que una gestión de gobierno no puede ser exitosa si no existe interacción o comunicación alguna con la ciudadanía. La comunicación de los actos de gobierno es un deber del estado y un derecho de los ciudadanos. Esto implica abrir canales para cumplir con dicho propósito cuyo flujo sea, como mínimo, bidireccional. Es por esto que todo proceso comunicacional debe tener un movimiento ascendente y descendente para que el gobierno pueda comunicarse con la ciudadanía y esta con el gobierno. Hoy en día, este factor resulta indispensable para sostener el funcionamiento de cualquier sistema democrático. “Gestión y Comunicación son inseparables en lo que es el ejercicio de la política”.¹

Como dice Elizalde, el gobierno es juzgado desde los 360°. En la actualidad y con la tecnología al alcance de la mano, resulta extremadamente sencillo enterarse de todo lo que

¹ Mario Riorda y Luciano Elizalde, *Comunicación política 360*, Bs. As., La Crujía Ediciones, 2013, p. 22

sucede en el ámbito del gobierno y es por eso que este es el centro de las miradas. Esto genera que la ciudadanía sea activa y requiera explicaciones, rendiciones por parte de los funcionarios. Es por esto que la comunicación política resulta indispensable para cualquier gestión; se debe demostrar que se están haciendo bien las cosas, se debe obtener la confianza del pueblo y sólo a través de un gobierno transparente es que logra legitimarse la gestión. De nada sirve llevar una excelente gestión si no se la comunica a los beneficiarios de esta (la sociedad). Tampoco debe caerse en el pensamiento maquiavélico de que debe mostrarse al pueblo lo que éste quiere ver.

Se debe tener en cuenta que la comunicación política ayuda a la sociedad en su totalidad a comprender la realidad que la rodea. Cada individuo basa su proceso de toma de decisiones en aquellos mensajes que recibe a través de los medios de comunicación (ya que no se puede conocer todos los aspectos de la realidad en la que vivimos por factores cognitivos, geográficos, etc.). Si no se transmite correctamente los factores constitutivos de dicha realidad por parte del gobierno, esto puede desembocar en la toma de pésimas decisiones por parte de los ciudadanos.

Lejos de ser una fuente de control social, la comunicación política es una herramienta. Para el gobierno es una herramienta de legitimación que, bien utilizada, puede resultar en una exitosa gestión y, por qué no, en reelección. Para el ciudadano, la comunicación política es una herramienta para tomar decisiones correctas, poder vivir en armonía y con plena conciencia y comprensión de la realidad en la que vive. Para ambos, este es un elemento indispensable en la búsqueda del bien común.

Cabe destacar que la institución trasciende al funcionario o gobierno de turno, pero este es el encargado de comunicar en nombre del organismo de gobierno.

El concepto de Comunicación de Gobierno deviene del mismo vocablo “democracia”, el cual significa DEMO = Pueblo y Cracia = Poder. Para que el pueblo tenga el poder y realmente gobierne necesita estar informado. Solo así la ciudadanía podrá tomar las decisiones correctas. Un ejemplo de esto lo constituye el caso del llamado “corralito” en el año 2001. Al no ser transparente la gestión y al no ser sinceras las comunicaciones sobre la situación económica del país, muchas personas no hicieron a tiempo de salvar sus ahorros en dólares y todo desembocó en crisis.

A diferencia del viejo refrán “Divide y reinarás”, hoy en día es recomendable crear comunidad para poder gobernar correctamente; y para crear comunidad se debe comunicar.

Además de los mensajes destinados a comunicar los actos de gobierno y a responder a las demandas de la comunidad, pueden identificarse las siguientes ramas de la Comunicación de Gobierno:

- Comunicación de Crisis: Aquella que busca eliminar la incertidumbre y minimizar los daños causados por una situación de crisis en el gobierno.
- Comunicación de Riesgo: También llamada Issue Management, busca descubrir aquellos temas que pueden o no convertirse en una crisis y planificar una serie de acciones para prevenir esta posible situación crítica para el gobierno.
- Campaña Constante: Los mensajes de los funcionarios destinados a conseguir el consenso de la comunidad con el objetivo de ser reelecto.

A continuación se exponen las características intrínsecas de la Comunicación de Gobierno:

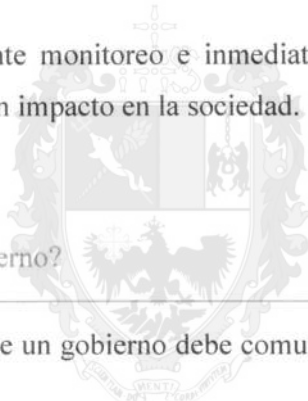
- La comunicación política, por definición, debe ser bidireccional.
- Su público es la comunidad en general, sin discriminar por raza, religión, nivel adquisitivo, edad o educación. Si es necesario, para que los mensajes del gobierno sean más efectivos, que estos públicos sean segmentados según los objetivos de cada plan de comunicación.
- Sus mensajes deben resultar útil para la ciudadanía.
- Se encuentra en el centro de las miradas, es decir que la población no resulta indiferente a ella.
- Tiene múltiples objetivos (a corto, mediano y largo plazo) relacionados con la generación de consenso, aceptación, movilización y todo en pos del bien común.
- Múltiples factores que intervienen en su emisión y percepción.

- Necesidad de inmediatez, rapidez ya que los asuntos de gobierno son de gran importancia y no pueden esconderse a la sociedad.
- Es una obligación del gobierno y un derecho del ciudadano.
- El proceso de elaboración de los mensajes conlleva un proceso burocrático y una gran cantidad de controles. Tiene menos autonomía y flexibilidad que la comunicación propia del sector privado.
- Resulta fundamental estipular una agenda básica a la que luego se le agreguen elementos a medida que surgen imprevistos.
- Necesita la convergencia de medios con el objetivo de alcanzar a la sociedad en su totalidad. Es por esto que es necesaria la convergencia de medios.
- Necesidad de un constante monitoreo e inmediata corrección de errores ya que estos pueden tener un gran impacto en la sociedad.

¿Por qué debe comunicar el gobierno?

Existen varias razones por las que un gobierno debe comunicar (no solo informar), y todas son igual de importantes:

- Porque es su deber
- Para legitimar su poder
- Para mantener el sistema democrático
- Para asegurar la transparencia de los actos de gobierno
- Para ganar credibilidad
- Para dar respuesta a las necesidades de la ciudadanía
- Para mantener el sistema democrático



Además de ser el deber del gobierno y el derecho de la ciudadanía, los funcionarios “deben ver a la comunicación política como una herramienta para la conservación, coordinación, integración y movilización”.²

La comunicación gubernamental busca además justificar el cómo y el porqué del poder ejercido; busca legitimar los actos de gobierno. Obtener apoyo para mantener y llegar al bien común. De esta manera es que se logra la transparencia necesaria para el desarrollo del sistema democrático.

El gobierno debe comunicarse con la comunidad debido a que son la fuente de aquella información que la gente necesita para poder comprender la realidad que los rodea y tomar las decisiones indicadas.

Los actos de gobierno incumben a todos los estratos y sectores de la sociedad y es por esto que son necesarios altos niveles de transparencia. Resulta fundamental comunicar los actos, decisiones y estrategias que planea seguir el gobierno de turno debido a que, tal como la palabra “democracia” indica, el poder es del pueblo y este lo otorga a ciertos representantes para que gobiernen. Si la gestión no es transparente, el pueblo no puede conocer y decidir acerca del rumbo que los dirigentes deciden tomar.

Comunicar no es solamente informar, por lo que el gobierno debe escuchar las necesidades y demandas de la ciudadanía y responderlas. Comunicación implica un envío de mensajes y una recepción de la respuesta; es un proceso en el que los roles se intercambian (emisor-receptor). Es por esto que el gobierno no debe solamente informarnos para mantener su legitimidad y asegurar la transparencia de sus actos; sino que debe abrir canales para recibir las respuestas de los ciudadanos y de los diferentes sectores de la sociedad (empresas, ong, etc.)

² Roberto Izurieta, et al, *Estrategias de comunicación para gobiernos*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2003, p. 81

La comunicación de gobierno tiene múltiples desafíos que enfrentar ya que sus públicos son muy diversos y deben segmentarse para que sus mensajes sean efectivos. Los diferentes niveles intelectuales, niveles socioeconómicos, rangos etarios e ideologías que tiene la sociedad son algunos de los factores que deben tenerse en cuenta a la hora de la elaboración un mensaje.

Otro obstáculo a sortear consiste en que, como seres políticos, los funcionarios poseen sus propias ideas respecto de cómo gobernar, y esta es llamada ideología. Por definición, los mensajes que se emiten en el marco de la comunicación política contienen una fuerte carga ideológica, por lo que, muchas veces crea resistencia o rechazo en el receptor durante el proceso de recepción. Es por esto que la comunicación política debería ser lo más objetiva posible a la hora de delinear los conceptos y lenguaje de las comunicaciones que emita.

La burocratización de los procesos comunicativos en el gobierno también representa una dificultad a vencer para los profesionales del rubro. La rigidez o falta de flexibilidad pueden resultar perjudiciales para dinámica y ritmos intrínsecos de la comunicación de gobierno. Los tiempos y vertiginosidad que apremian a la política se contraponen a la necesidad de un chequeo constante de los mensajes; la clave está en tener la cintura necesaria para poder equilibrar estos dos factores.

Por último, se puede asegurar que los imaginarios que sus diferentes públicos tienen de cada funcionario o de la comunicación política en general pueden generar rechazo hacia los mensajes que en este contexto se emitan. La incredulidad o decepción que la clase gobernante ha generado en el pueblo a través de los años traen, en la actualidad, dificultades para quienes deben llegar a generar un impacto en las audiencias. Existe entonces resistencia hacia los mensajes de la comunicación política.

El grado de importancia que tienen los actos de gobierno en cualquier contexto hace que estos requieran un tratamiento inmediato desde el plano comunicacional. Es decir que el factor “tiempo” es un condicionante para todo aquel que trabaje en el ámbito político. Debido a esto, los mensajes emitidos por el gobierno no pueden demorarse o retrasarse bajo ningún concepto. La inmediatez resulta ser entonces una característica básica de la comunicación política.