

## LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMO HERRAMIENTA DEMOCRÁTICA

Por: Liliana Ladrón de Guevara Muñoz<sup>1</sup>  
Periodista experta en Comunicación Pública

**H**ace un tiempo asumí el desafío de explicar qué es la Comunicación Pública y por qué, en el escenario actual, casi la totalidad de las naciones están en condiciones de reclamarla y exigir su desarrollo como una herramienta que da cuenta del asentamiento democrático.

El reto planteado, se basa en la creciente crisis, el cuestionamiento a las instituciones públicas y la visión ciudadana de que estos organismos no son más que la evidencia de cómo los partidos políticos se distribuyen los cargos.

La Comunicación Institucional ha alcanzado en la Administración Pública un grado de importancia inexistente e impensado hasta hace un par de décadas con lo cual, en la actualidad, prácticamente todos los organismos públicos la han incorporado a sus funciones como parte de las labores necesarias, creando incluso, una oficina específica para el desarrollo de las actividades informativas.

Con la finalidad de ir desgranando conceptos para acercarnos al análisis de la importancia de la actividad comunicativa en la gestión pública en regímenes democráticos, lo primero es definir qué es la Comunicación Pública y cuándo esta se justifica al poner en la balanza los costos y beneficios que de ella derivan.

---

<sup>1</sup> Periodista Chilena, Máster en Gerencia Pública y Doctorando en Dirección y Gestión Pública Local de la Universidad de Jaén (España)

**Entendemos por Comunicación Pública a todas aquellas herramientas, técnicas y soportes utilizados para transmitir y recibir información, así como los canales a través de los cuales se contactan la comunidad con sus organismos y las instituciones públicas con sus usuarios.**

**Su acción, engloba las áreas que permiten abordar la relación existente entre organizaciones y ciudadanos; describiendo el binomio producido entre prestadores de servicios y usuarios, así como en el vínculo generado entre la función pública, sus servicios y la ciudadanía.**

Si vamos a lo más básico, la Real Academia Española (RAE), define comunicación, como: "Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor".

Por su parte la descripción de lo "Público", se relaciona con el ámbito de utilidad compartida por la sociedad, de interés privilegiado, prioritario y primordial, que por su índole requiere mayor intervención del Estado sin que este se constituya en protagonista excluyente.

Decimos entonces, que para la existencia de lo privado, necesariamente se requiere de la presencia de lo público, es decir del reconocimiento de aquellos que viven en sociedad y para los cuales los bienes pueden ser de naturaleza privada, pero también de carácter compartido más allá de la esfera íntima.

Y es que los sujetos únicamente se constituyen en individuos públicos en tanto se convierten en ciudadanos capaces de tomar decisiones y de participar de sus asuntos.

Estas características propias del comportamiento ciudadano, sumado a la idea de sociedad civil, son claves para entender la vida en comunidad, dentro del sistema democrático en que nos situamos.

La apatía y los abusos (o malos usos) nos cuestionan y llevan a reflexionar sobre: ¿Cuál es la importancia de la comunicación institucional y de la difusión que se hace de una gestión? ¿Es necesario un equipo de comunicaciones en un organismo público? ¿Quiénes lo forman? ¿Cuántas personas trabajan en estas dependencias y bajo qué orgánica lo hacen? ¿Son profesionales del área o esta es una caja de sorpresas donde encontramos a todos quienes antes participaron de la campaña electoral?

Estas y otras preguntas despiertan especial interés por conocer cómo se trabajan las comunicaciones dentro del sector público.

El mal uso de recursos, la falta de ética pública y profesional, así como la utilización equivocada de herramientas comunicacionales, provocan que más allá de generar opinión pública e informar, los gabinetes de comunicaciones, se hayan transformado en meros puentes entre la organización y los medios de comunicación y que la tarea principal sea ocultar los defectos y errores de la cabeza administrativa, mientras se agigantan sus virtudes, a través del uso de la prensa y difusión pública.

El paso de la identidad individual a la colectiva es justamente lo que define y diferencia a un territorio de otro y por ello resulta importante conocer qué rasgos conforman esa personalidad, cuáles son sus atributos y cómo el ejercicio de la comunicación en los organismos públicos refuerza esa identidad ciudadana haciendo sentir, a través del ejercicio de la participación, a la gente parte de lo que ocurre en su cotidianidad y conocedores de los asuntos que les afectan.

Este tipo de fenómenos evidencian la importancia de la Estructura de la Comunicación en la Administración Pública y explican cómo inadecuadas acciones, dañan la identidad de un territorio y con ello a los ciudadanos que buscan sentirse parte de su entorno y participes de su propio desarrollo.

En la actualidad, ciento cuarenta países viven en regímenes autoproclamados democráticos, pero según datos del Banco Mundial, sólo en ochenta y dos existe de forma plena. De esto deviene que la democracia no puede ser reducida al hecho electoral sino que requiere eficiencia, transparencia y equidad de las instituciones públicas, así como una cultura que acepte la legitimidad de la oposición política y luche por los derechos ciudadanos.

La llegada de la democracia, para Latinoamérica parecía el primer paso para conseguir la equidad y el acceso igualitario, pero, pasados los años, la deuda no está saldada y aunque es obvio que quienes cuentan con criterio no querrían volver al pasado, los derechos de la ciudadanía –entre ellos el de acceder a la información- continúan siendo débiles y manejados.

Partimos de la premisa de que los habitantes tienen el derecho a exigir información y a expresar sus opiniones sin censura previa, sin olvidar la

importancia de que estos deben ser parte de su propio desarrollo, buscando, transmitiendo y defendiendo la información proporcionada y disponible en los organismos públicos.

Hablamos de individuos activos y no de receptores pasivos, pero para ello es necesario explorar si los estímulos generados desde las entidades públicas, provocan la reacción ciudadana y si las nuevas tecnologías los incorporan de forma participativa.

Se hace importante visualizar también si la informática y modernización del Estado –que se ha planteado como necesidad en la mayoría de las naciones- son elementos que acercan al ciudadano de a pie, o si simplemente le alejan más.

Debemos tener presente el dato de que en la mayoría de los países con crecimiento económico, categorizados “en vías de desarrollo” o “desarrollados”, las estadísticas arrojan números que muestran como la población considerada de la tercera edad, crece quedando ajena a la revolución informática suscitada en las últimas décadas.

Para no ser injustos o pesimistas, es necesario también decir que en un par de décadas las nuevas generaciones serán parte de la “democracia digital”<sup>2</sup> y podrán supervisar a sus entidades a distancia. Pero por ahora es sólo un anuncio y no sabemos los resultados, dadas las bajas tasas de participación de los jóvenes en las elecciones y el interés cada vez menor por la tan apreciada y desaparecida responsabilidad cívica de antaño<sup>3</sup>.

Mucho se discute si la Comunicación Pública es en verdad propaganda, ya que dado su espacio de acción -siempre bajo la figura de un político y por tanto cercano a una ideología-, se tiende a pensar que el trabajo realizado está destinado a la propagación de ideas o a la venta de un discurso político.

Por otro lado, están quienes señalan que la Comunicación Pública, no es más que publicidad y que la actividad que desarrolla va dirigida a esta acción con el propósito de “vender” la gestión, usando diferentes

---

Plasma la posibilidad técnico/jurídica de utilización de los medios tecnológicos de comunicación actuales (Internet) para profundizar en la participación democrática retroalimentada con la Esperanza de conseguir la participación ciudadana plena.

<sup>3</sup> En las últimas elecciones francesas el 60% de los menores de 25 años se abstuvo de votar.

estrategias de marketing, destinadas a hacer pensar que lo que ofrece el organismo, es lo que la población necesita.

Por el momento y como veremos a continuación, el concepto no es ni lo uno, ni lo otro, sino que posee parte de ambas disciplinas, pero también mucho de semiología, de antropología y dada su complejidad de otros varios elementos presentes en las diferentes ramas de las ciencias sociales.

Más allá de situarnos en un escenario periodístico, entonces, debemos pensar que dado el engranaje en que se engarza este tipo de comunicación -la estructura administrativa pública- debe considerarse una lógica específica bajo una estructura compleja.

Lo que no se puede desconocer, sin embargo, es que la Comunicación Pública nace de la relación que hay entre comunicación y política. Ambos conceptos mediados, por la importancia de “lo público” (en contraposición al derecho a lo privado) y dentro de este del quehacer político como constructor de conciencias.

En la esencia de la idea anterior, está la certidumbre de que la comunicación es un bien público y que la información es otro bien público, y que es precisamente la apropiación hacia el interés individual de estos dos bienes (públicos) lo que hay que conciliar.

Cuando entendemos esa naturaleza colectiva pública de la comunicación y dejamos de acatar un propósito particular, cambia la intención de lo comunicado, obligándonos a replantear los roles para mirar desde otra perspectiva el papel que cumplen los sujetos que interactúan en la comunicación.

Este comunicar colectivo, bajo un interés social, es uno de los fundamentos y objetivos a alcanzar en este proceso que implica la reacción de los receptores y su movilización frente a lo que ocurre en su entorno.

De acuerdo a lo anterior, será pública la comunicación cuando vele por la construcción de ciudadanía y de lugar a la participación, generando una relación interesante, en la medida en que el proceso se aleje del mero

hecho informativo para aproximarse a una construcción de sentido compartido, que aumente la cooperación.

No consideraremos pública la comunicación cuando se celebre en un ámbito estrictamente doméstico, desintegrado o desconectado de una red que la articule a la tarea realizada por la Estructura Administrativa<sup>4</sup>

Por el contrario, será público el proceso y encajará en nuestro concepto de Comunicación Pública, cuando trabaje por la construcción de ciudadanía, brindando espacios de participación y para la generación de una relación interesante con el entorno, alejándose del mero hecho informativo y aproximándose a una arquitectura de sentido compartido que refuerce la acción vecinal.

El nivel básico esperable en una sociedad es que esté informada. Ese hecho es el primer eslabón en la edificación de la cadena de una sociedad activa. Pero si además de interiorizada la ciudadanía es consultada, aumenta la participación bajo la posibilidad de deliberar, discutir y poner en común las decisiones que les inciden.

Está demostrado que cuando las comunidades se sienten consideradas y parte del sistema, participan con mayor intensidad, ya que los individuos empoderados, ven la posibilidad de deliberar, discutir e incidir en las decisiones que les afectan.

Por ahora, el tema de la Comunicación Pública es un desafío pendiente para las administraciones del cuerpo estatal, así como también para los profesionales de las comunicaciones y es quizá una importante pieza del puzle para que la ciudadanía vuelva a creer en la actividad gubernamental y se reencante con el deber cívico y la participación comunitaria.

---

<sup>4</sup> No estamos diciendo que la comunicación que realizan los vecinos a través de sus medios de comunicación comunitarias no sean de relevancia o no tengan la calidad de públicos, sino que a fin de acotar, en este caso no abordaremos la difusión realizada a través de plataformas de carácter vecinal y que no se vinculen a las administraciones ya que para nuestro estudio, esas serán herramientas alternativas y las entenderemos bajo la lógica de que la población no siente que la oferta informativa institucional les satisface. Será entonces lo mismo que si las herramientas o acciones fueran realizadas por una persona de manera particular.