

E-Government: la democratización de la comunicación institucional  
Dra. Mercedes Cancelo San Martín<sup>1</sup>  
Universidad Autónoma de Tamaulipas  
[mcancelo@gmail.com](mailto:mcancelo@gmail.com)

GI: Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información

La característica principal de la sociedad actual es que las nuevas tecnologías influyen directamente en la comunicación, esa es la constatación empírica de los procesos que vivimos. Un claro ejemplo de ello es la aplicación de Internet a nuestra vida cotidiana. La aplicación y las consecuencias de las nuevas tecnologías se conocen a través de hechos y no de teorías previas. Sí bien existe el antecedente de teóricos como Negroponte que vislumbraban hace unas décadas cómo afectaría Internet a la comunicación en la sociedad, ninguno de ellos imaginaba hasta que punto influiría el papel de la red de redes en las relaciones humanas y específicamente en las institucionales.

La aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han provocado la génesis y el desarrollo de nuevos modos de interpretar la realidad que nos rodea. En el caso de las administraciones públicas se promueven planes de desarrollo y de implantación de las nuevas tecnologías en los organismos públicos. Poco a poco hemos sido testigos de la informatización de procesos burocráticos, de atenciones más personalizadas a través de la implantación de tecnologías que ayudan a la administración a tener un contacto más individualizado con el ciudadano.

Precisamente en este último caso centraremos nuestro estudio. En el hecho de que se está creando la conciencia política y administrativa suficiente como para entender que no sólo han de procurar dar un servicio más eficiente día a día, sino también darlo a conocer a la sociedad.

La única forma de crear esa idea de comunicación y de cuidado de la identidad y la imagen de las instituciones, es invertir mediante medios y esfuerzos en comunicación institucional. En ese aspecto en donde las nuevas tecnologías están construyendo un nuevo concepto de democracia a través de la implantación del E-Government como instrumento intrínseco de operatividad y reputación con el ciudadano.

---

<sup>1</sup> Dra. Mercedes Cancelo, Doctora en Comunicación por la Universidad de Málaga (España). En la actualidad es Responsable del Centro de Formación en Comunicación e Imagen BCUAT en la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Docente, investigadora y coordinadora de la Maestría en Comunicación certificada por el PNPC en esta misma universidad. Es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores con el Nivel I y ha publicado diversos libros y artículos científicos sobre la comunicación institucional y las nuevas tecnologías.

La investigación realizada se centra en el estudio institucional de los casos de Argentina, México y España y la implantación del concepto de E-Government en su relación con el ciudadano.

*La comunicación institucional como constructo de la identidad e imagen de las instituciones públicas*

La identidad organizacional en el caso de las instituciones públicas es algo claramente definido y diferenciado del resto de las organizaciones. Aunque la definición y conciencia de identidad institucional, no exime a la organización de buscar nuevas formas de que esa identidad sea construida y compartida por todos los miembros en su quehacer diario. Convirtiendo así su trabajo en un rasgo distintivo nacido propio de su identidad institucional.

La definición que aplicamos a la identidad corporativa consiste en todos aquellos rasgos que diferencian a una organización del resto de organizaciones. Es decir lo esencial que la define y la vez que la hace diferente. En términos prácticos es ¿quién es?, ¿qué hace?, ¿cómo lo hace? y ¿hacia dónde dirige sus pasos la organización?. La identidad se manifiesta en todos los productos y servicios, el modo en el que ofrece sus servicios (carácter distintivo que imprime a sus acciones) a través de sus miembros, y en el reflejo que ofrece en todos estos elementos en su entorno.

Las instituciones públicas necesitan trabajar por la identidad corporativa. En la actualidad, es necesaria la implementación interna de la identidad, a través de la cultura y filosofía corporativa y, la correcta difusión externa de esa identidad para provocar un clima favorable en el entorno de la organización.

Con el fin de realizar la correcta configuración y desarrollo de la identidad corporativa, las instituciones públicas necesitan implementar instrumentos de comunicación interna que ayuden a las siguientes labores en el interior de la organización:

- ⇒ Coordinar y adecuar las conductas individuales de cada miembro de la institución en el mismo espíritu colectivo que identifica y diferencia a la organización.
- ⇒ Potenciar la autoestima y la satisfacción por labor bien hecha dentro de la institución.

- ⇒ Mantener y fortalecer los vínculos de unión entre los miembros de la institución a través de una correcta comunicación que fomente la comprensión y el entendimiento en el seno de la organización.

Si bien la identidad corporativa está bien definida en las instituciones públicas no sucede igual con la imagen institucional. Tradicionalmente las instituciones han actuado olvidando que su imagen no es impermeable y se ha visto dañada en múltiples ocasiones por los siguientes factores:

- ⇒ Opiniones vertidas por los medios de comunicación
- ⇒ Acciones de miembros de la organización que atentan contra el concepto de servicio a la comunidad
- ⇒ Acciones y medidas poco cuidadas de la institución hacia la ciudadanía
- ⇒ Falta de una comunicación mantenida y fluida entre la organización y sus públicos.

La política de imagen institucional debe articularse teniendo como objetivo la transmisión de cercanía y ayuda a la sociedad. Acompañando a los anteriores objetivos, la mejora en la calidad del servicio, no solo para ser más operativo y eficiente sino también con el fin de mejorar la calidad de atención.

### *El autismo comunicativo como elemento marginal de las instituciones*

El proceder institucional está vinculado a la práctica del silencio informativo. Este modo de actuar ha fomentado el desencuentro institucional- ciudadano, dando como fruto duras críticas desde varios sectores de la sociedad, junto con la falta de credibilidad y desconfianza hacia las instituciones desde los ciudadanos.

La búsqueda de mejora relacional entre las instituciones y los ciudadanos nace amparada en las relaciones públicas, como búsqueda de la comprensión mutua y abandonando así la comunicación persuasiva cuyo único objetivo era convencer, en lugar de dialogar. La comunicación desde las instituciones se debe basar en acciones ofensivas que se fundamenten en:

1. Comunicación proactiva: comunicar antes de que se manifieste la necesidad de pregunta por parte de los ciudadanos y los medios de comunicación.
2. Creación de opinión e imagen favorable entre los públicos instituciones, a través de la relación directa con los “clientes”. Por ejemplo el uso de páginas web para dirigir el contacto y el contenido del mismo.

El accionar institucional debe crear y abrir espacios físicos para el encuentro comunicacional entre las organizaciones y sus públicos. Este proceder desde las instituciones públicas de estar concentrado en la aplicación de la actividad dialógica, siendo esta la concreción de influencias recíprocas tanto desde la organización como desde los ciudadanos con el fin de tener la posibilidad y la competencia de señalar modificaciones en el comportamiento y la actitud del otro. En este sentido, la llegada de las nuevas tecnologías de la información ha significado una pieza fundamental para la creación de este espacio de encuentro en las instituciones públicas y sus grupos de público. La inserción de las organizaciones públicas estatales en Internet, ha significado el primer paso visible desde la perspectiva ciudadana a romper el autismo informativo propio de los entes institucionales.

#### *El uso de las nuevas tecnologías como enlace ciudadano-institucional*

La inclusión de las nuevas tecnologías en la comunicación organizacional significó la posibilidad de construcción de la imagen organizacional a través de los medios. La inserción de la comunicación a través de Internet fue implantada en primera instancia por las empresas privadas, quienes han sido históricamente conscientes de la necesidad vital de construir puentes de comunicación con sus públicos y más concretamente con los consumidores. De este modo la comunicación a través de la red se ha tornado como elemento clave en la creación y control de la comunicación global de las organizaciones.

La adhesión por parte de las instituciones públicas ha sido reciente y paulatina, lo que inicialmente comenzó siendo un tríptico de la institución on-line, se ha ido fraguando hasta convertirse en algunos casos, bajo mi propia de definición, en un modelo de e-acción institucional, en el cual se conjugan el uso de las nuevas tecnologías en las acciones institucionales con los ciudadanos. En la actualidad es muy bajo el índice de instituciones

públicas que no posean una página Web buscando mínimamente proyectar su imagen en la red de redes.

La inclusión de las instituciones públicas en el ciberespacio apunta hacia la visión de la construcción del e-Government, definiendo a este como “e-gobierno o gobierno electrónico consiste en el uso de las tecnologías de la información y el conocimiento en los procesos internos de gobierno y en la entrega de los productos y servicios del Estado tanto a los ciudadanos como a la industria”.

Esta definición apunta principalmente a generar una relación total y directa con los ciudadanos. En la cual se transformen los actuales canales de comunicación en los generados por las nuevas tecnologías de la información, a fin de innovar y proporcionar a la ciudadanía respuestas más rápidas y personalizadas.

La implementación de las Nuevas Tecnologías de la Información en México se ha avocado hasta ahora en la generación de aplicaciones web que posibiliten la mejora de la educación y el ámbito empresarial. Careciendo hasta el momento de un plan real institucional a nivel nacional de implantación del gobierno electrónico en México.

En el caso de la República de Argentina sucede lo mismo que en México, no existe un Plan de Implantación de las TIC's y se carece realmente de intenciones para establecer los web sites como elementos comunicativos al servicio del ciudadano.

El gobierno de España si ha establecido un plan de implementación de las nuevas tecnologías, este plan nace a la sombra de una directiva europea que insta a los países miembros a crear y promover la inserción de las TIC's en sus relaciones institucionales con la sociedad. El plan eEurope es la iniciativa que se da luz en 1999 y que tiene como objetivo entre otros la generación de las “ciudades digitales: espacios inmateriales de gestión, comunicación y encuentro entre los entes institucionales y la ciudadanía”.

Con el fin de medir la implantación de las TIC's y la construcción del e-goverment se ha generado un estudio de doce portales digitales pertenecientes a los gobiernos del estado, provincia o comunidad autónoma de México, Argentina y España.

La metodología implementada se basa en la aplicación de una plantilla de Análisis de Web Sites Institucionales en la cual se mide entre otros aspectos el grado de

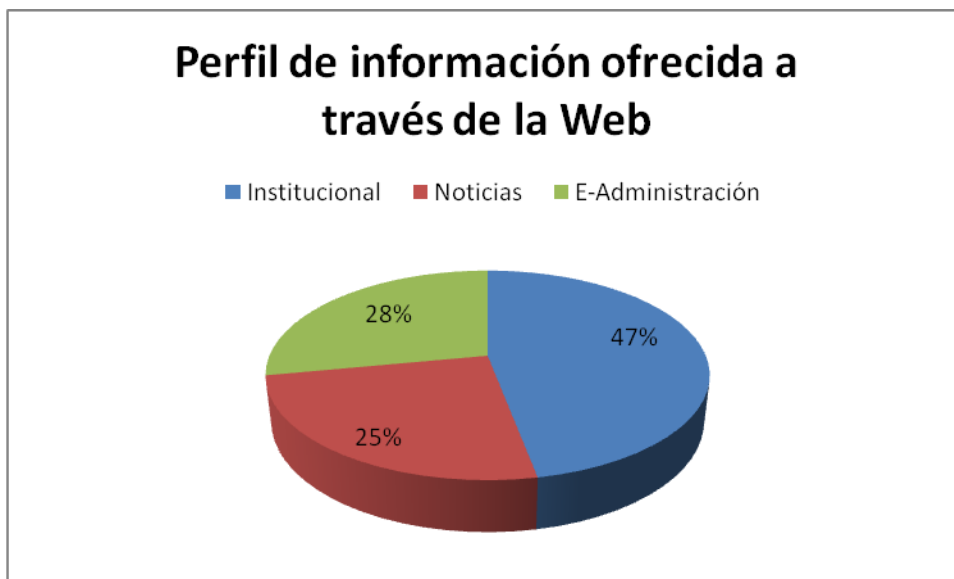
interactividad, la posibilidad de generación de trámites y la respuesta real a las necesidades institucionales ciudadanas.

#### ANÁLISIS DE SITES INSTITUCIONALES

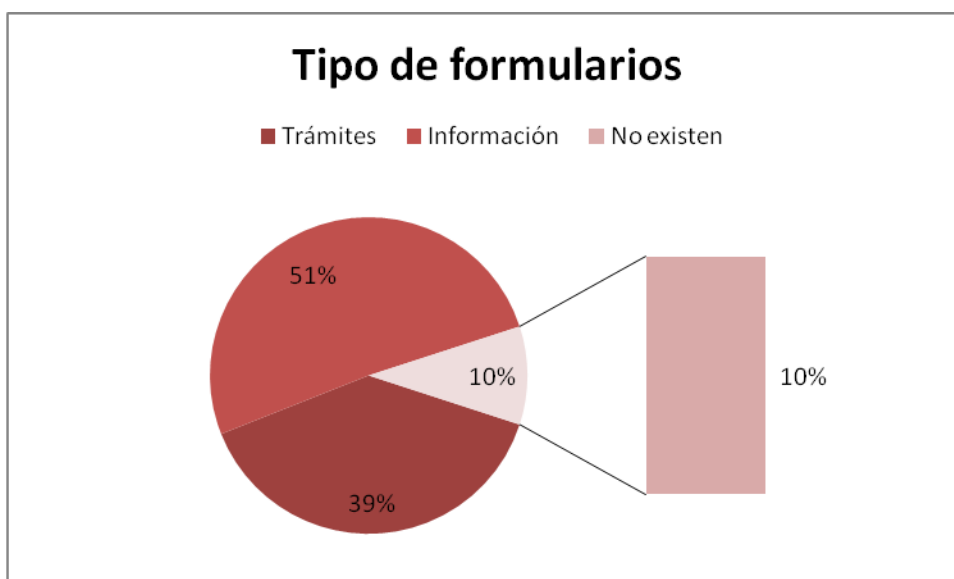
URL	
Presencia en los buscadores	
Tiempo de descarga	
Resolución de pixelado	
Intro	
Navegador	
Apertura de ventanas al descargarse la web	
Espacio útil	
Disposición de texto en pantalla	
Tamaño de texto	
Estilo o letra	
Color	
Disposición de párrafos	
Elementos que impidan la lectura o la navegación libre	
Existencia de imágenes	
Impresión directa del texto	
Utilización de espacios "en blanco" o vacíos	
Fondo y colores corporativos	
Posibilidad de descargas	
Audio	
Buscadores en el site o FAQ's	
Contactos directos con el usuario	
Diversificación de los públicos	
Interactividad de la página	
Valor añadido de site	
Presencia de enlaces con otras páginas	

Fuente: Elaboración Propia

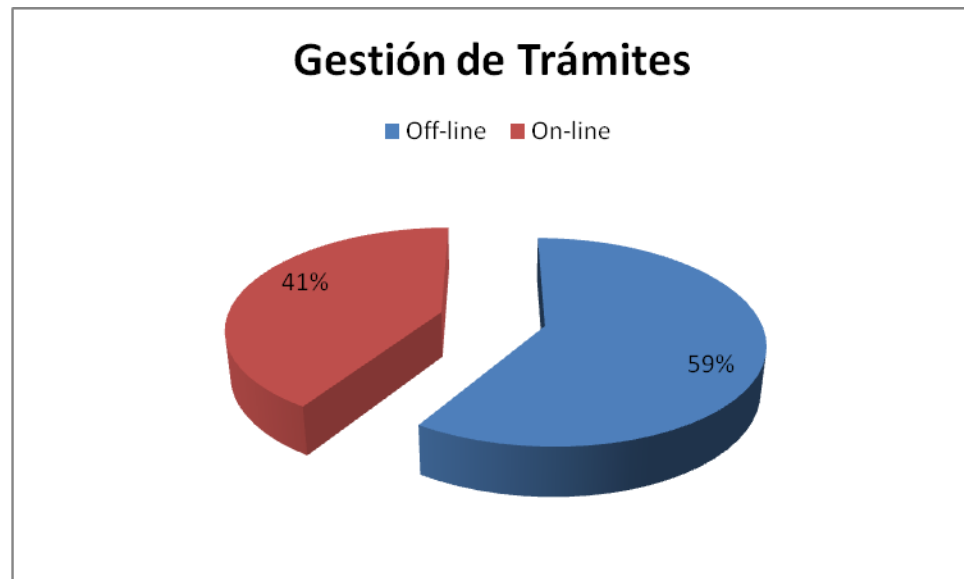
Tras la realización del análisis indicado se han podido extraer los siguientes parámetros principales de orientación sobre la implementación de las nuevas tecnologías.



Lo cual indica que el mayor porcentaje de información que se ofrece versa sobre las características y descripción del papel institucional del ente en cuestión, ofreciendo sólo un 28% de elementos que coadyuvan a mejorar los procesos administrativos de gestión del ciudadano.



En el análisis concerniente que tipo de formularios on-line se ofrecen al ciudadano encontramos una mayoría orientada a la información en sí misma de cómo realizar el trámite pero no un elemento que abrevie el trámite en cuestión. Otro dato que resulta llamativo es la existencia en un 10% de la carencia de formularios que se ofrezcan al ciudadano para agilizar sus trámites ante la administración pública.



Asimismo también se sustrae del análisis de web sites institucionales tomadas para este estudio que sólo en un 41% de los casos los ciudadanos pueden agilizar definitivamente sus trámites a través del portal de la institución. Significando que en el mayor número de casos los ciudadanos deben concurrir a las oficinas públicas para poder dar curso efectivos a sus necesidades institucionales.

Tras este análisis estamos en posibilidad de apuntar que la implantación de las nuevas tecnologías se está aplicado de manera desigual entre los tres países y con evidentes lagunas de interacción que limitan la efectividad del e-goverment como modelo de gestión institucional.



### La implantación del e-Government como asignatura pendiente de las instituciones públicas

La utilización de las nuevas tecnologías por parte de los gobiernos sigue siendo una apuesta no materializada. Bien es verdad que esta inserción paulatina de las gestión administrativas on-line varia por países. En el caso de naciones como España se observa un uso del gobierno electrónico con preponderancia sobre los países pertenecientes a Latinoamérica. Esta diferencia se basa fundamentalmente en dos aspectos:

1. Consideración de la comunicación institucional como herramienta de los entes estatales
2. Marco europeo que obliga a los países miembros a adherirse a políticas y procesos que tienden a modernizar el marco estructural y la gestión nacional.

En el caso latinoamericano encontramos importantes diferencias entre la visión que implementa México sobre los sites institucionales y la gestionada por Argentina. Ésta última no ha desarrollado verdaderas herramientas virtuales que reemplacen los trámites directos de los ciudadanos ante las oficinas públicas. Obviando de este modo la concepción de lo que debe ser un portal de administración pública. México por otro lado inserta de manera creciente las gestiones on-line como alternativa de calidad a su contacto con el ciudadano tomando como modelo el portal del gobierno del Estado de México, el cual hasta el momento es el más interactivo del país.

La necesidad de concretar en un plan institucional la inserción de las TIC`s en los procesos institucionales-ciudadanos es una necesidad constada. Sólo de este modo tendrá lugar la verdadera llegada del gobierno electrónico, dejando como obsoleta la visión de las llamadas “Oficinas de atención ciudadana virtuales”. Estas últimas han sido los modelos interactivos más socorridos de atención on-line a la ciudadanía. A la vista de este realizado podemos concluir indicando que es necesario el abandono de consideración de que un chat de atención es un instrumento de valor institucional. Cuando las posibles ofertas son mucho más amplias y podrán satisfacer verdaderamente al ciudadano ofreciéndole un web site debidamente estructurado y con garantías de interactividad y usabilidad institucional.

## Bibliografía

BERNAYS, E. (1990). *Los últimos años: radiografía de las relaciones públicas (1956-1986)*. Barcelona: ESPR-PRU.

CANCELO SAN MARTÍN, M. (2004). *La comunicación en instituciones públicas. El caso de la Guardia Civil y el Cuerpo Nacional de Policía*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.

CANCELO SAN MARTÍN, M. (2007). *La comunicación gubernamental*. Revista Latinoamericana de Comunicación. Ed. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), Ecuador. Pp.72-75.

GRUNING, J y HUNT, T. (2001). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000.

RAMÍREZ, T. (1995): *Gabinetes de comunicación. Funciones, disfunciones e incidencias*. Barcelona: Bosch.

SOTELO ENRIQUEZ, C. (2001). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel.

## Web Sites Consultados

<http://www.ciudadesdigitales.org/susocio.html>, site visitado el 15 y 16 de abril de 2010.

<http://www.iberomunicipios.org/>, site visitado el 20 de marzo de 2010

## México

(Sites utilizados para el estudio, visitados durante los meses de marzo y abril de 2010)

<http://www.df.gob.mx/index.jsp>

<http://www.tamaulipas.gob.mx/>

<http://www.groo.gob.mx/groo/index.php>

<http://www.queretaro.gob.mx/>

## Argentina

(Sites utilizados para el estudio, visitados durante los meses de marzo y abril de 2010)

<http://www.buenosaires.gov.ar/>

<http://www.santafe.gov.ar/>

<http://www.jujuy.gov.ar/index2/gob4a/>

<http://www.cba.gov.ar/vercanal.jsp>

España

(Sites utilizados para el estudio, visitados durante los meses de marzo y abril de 2010)

<http://www.madrid.org/cs/Satellite?pagename=ComunidadMadrid/Home>

<http://www.juntadeandalucia.es/index.html>

<http://www.juntaex.es/>

<http://www.jccm.es/cs/Satellite/index/home1193041213924pg/index.html>