

FORMATO FICHA, PALANCAS COLOMBIAG
Grupo Educación para la democracia

Autores de la palanca	Lisímaco Parra, Pablo León, Alexis De Greiff, María Margarita Zuleta
Nombre/Título	Píldoras de la comunicación
Palanca ¿Qué proponemos?	<p>Realizar una guía que ayude a los gobiernos de municipios medianos y pequeños en su comunicación. Estaría conformada por herramientas que faciliten la realización de las intervenciones y que apoyen a los equipos de comunicaciones para la creación de una estrategia rutinaria de comunicación gubernamental de carácter técnico- político. La guía está considerada como una plantilla de comunicación permitiendo la adaptabilidad al territorio y su comunidad proporcionando consejos, fuentes, formas, lenguaje y recomendaciones generales de cómo realizar las intervenciones de la manera más asertiva posible.</p> <p>Lo anterior con la intencionalidad de ayudar a realizar una estrategia de comunicación para la elaboración de intervenciones de tres o cuatro minutos por parte de alcaldes en medios locales de forma directa y corta, apoyados de una guía que mejore la realización de estas intervenciones.</p>
¿Qué problema(s) trata de solucionar la palanca? (Nivel: nacional, regional, local)	<p>En el contexto actual de la COVID-19 se han dado significativos intentos por informar a las personas sobre las medidas de prevención, riesgos y cifras. Sin embargo, la proliferación de estadísticas, el uso del lenguaje inapropiado y la propagación de información falsa a través de medios de comunicación generan desinformación, pánico o desconocimiento de la justificación sobre las medidas tomadas por los gobiernos locales.</p> <p>Las estrategias de comunicación deben estar dirigidas a desmentir los rumores, despejar dudas y prevenir la difusión de información falsa. Por otra parte, es tarea de los gobiernos</p>

	<p>contrarrestar los rumores que conduzcan al pánico logrando la proactividad del flujo de datos veraces y transparentes ¹.</p> <p>La falta de comunicación amable, sobria y directa por parte de los gobiernos locales sobre las medidas tomadas y las prevenciones, sin reconocer la capacidad de aprendizaje de los ciudadanos problematiza la toma de decisiones, el entendimiento de los datos y las medidas. Lo anterior es de suma importancia en municipios de categoría segunda hasta sexta, donde los medios locales viven en silencio y no hay suficientes fuentes que informen a las comunidades (FLIP, 2020)². Por consiguiente, existe un problema de comunicación directa que dificulta el entendimiento y la reflexión sobre las realidades por parte de los alcaldes o alcaldesas. Con lo anterior en mente, se evidencia la necesidad de transmitir información técnica y clara en municipios medianos y pequeños donde son limitadas las formas de comunicar y el tránsito de información.</p>
<p>Diagnóstico/justificación ¿Por qué lo proponemos?</p>	<p>La comunicación es esencial en el rol político y en la toma de decisiones particularmente al generar medidas que buscan promover conciencia en la ciudadanía. Por lo tanto, en la elaboración de políticas y su aplicación, es necesaria una estrategia de información³ de forma concreta que permita un razonamiento sobre las acciones tomadas.</p> <p>La importancia de la información recae en el valor vinculante que genera sobre las comunidades al dar a conocer las medidas para su aplicación, ante esto, los alcaldes o las alcaldesas crean métodos efectivos de comunicación en orden de dar a conocer las medidas y sus formas⁴.</p>

¹ Noticias ONU (2020). "Además del coronavirus, es necesario combatir la pandemia de las noticias falsas y la desinformación". Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472922>

² Fundación Libertad de Prensa (2020). Cartografías de la información. Disponible en: <https://flip.org.co/cartografias-informacion/>

³ Canel (2006). Comunicación política. Su estudio y práctica. Disponible en: http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpoliticaunaguia_de_estudio.pdf

⁴ Canel (2006). Comunicación política. Su estudio y práctica. Disponible en: http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpoliticaunaguia_de_estudio.pdf

Enfatizando, la relevancia del mensaje y el lenguaje en la comunicación tienen como características la puntualidad y la intención (Schudson, 1997)⁵. La comunicación asertiva permite contrarrestar los efectos de volumen de datos y el pánico ocasionado por la desinformación. En especial, que esta tarea sea desempeñada por los representantes responde a transmitir el significado de las soluciones, buscando resultados claros e inmediatos, de manera que es intencionada y elaborada para una audiencia específica (Canel, 2006).

La comunicación municipal plantea nuevos retos para cerrar las brechas que existen entre las expectativas ciudadanas y los logros de la gestión de gobiernos⁶, por lo tanto, el uso de las herramientas de comunicación debe ser puesto en práctica para hacer más legítimos sus proyectos e iniciativas y, paralelamente, fortalecer los medios de comunicación local. Según Haberman (1999)⁷, las rutinas de comunicación gubernamentales son instrumentos irremplazables en la tarea de fortalecer la gerencia de las administraciones. A pesar de esto, es importante generar un espacio para las recomendaciones de estrategias de comunicación en aras de contribuir a la democratización de la comunicación pública. Lo anterior es crucial en lo propuesto, pues esta guía permite la creación de estrategias informativas basadas en la generación de contenido claro, amable, reconociendo en el receptor a un ser racional y crítico en el marco de la situación actual de COVID-19 y mientras duren las medidas por la pandemia. Es trabajo de una democracia ser transparente, pues en definitiva ayuda a mejorar la calidad democrática de las decisiones y políticas públicas; además, es deber de los agentes, explicar y justificar el desempeño y uso del poder, pues genera capacidad de control sobre la gestión pública en el ciudadano. Por lo anterior, existe una conexión de

⁵ Canel (2006). Comunicación política. Su estudio y práctica. Disponible en:

http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpoliticaunaguia de estudio.pdf

⁶ Fortunato. La comunicación municipal todavía enamorada de la piedra. Centro de Estudios Murciniano de Opinión política.

⁷ Riorda, (2008). Gobierno bien, pero comunico mal: análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533671002.pdf>

la transparencia con la democracia en la gestión pública (Grau, 2006)⁸. Por consiguiente, es importante recalcar que según Kaufman (2005)⁹ la transparencia como el flujo de información oportuna y confiable económica, social y política debe ser accesible a todos los implicados. Así mismo, el Instituto del Banco del Mundial (IBM) remarca cuatro componentes que debe tener la información para que sea transparente: accesibilidad, relevancia, calidad y confiabilidad¹⁰.

Lo anterior es de suma importancia, debido a que la guía de comunicación propone la participación de los gobernantes para justificar las medidas tomadas a causa de la COVID-19. La comunicación debe ser corta, técnica, directa y enfática en la información y restricciones, lo cual reduce la posibilidad de desinformación que, a su vez, puede causar pánico y desconocimiento de las medidas y facilita la participación de la ciudadanía en la discusión. Un ejemplo de esto es la canciller Angela Merkel, que ha realizado intervenciones en televisión explicando las medidas tomadas frente a la COVID-19¹¹ en Alemania. Sus intervenciones son cortas, técnicas y enfatizan en la realidad nacional, permitiendo al ciudadano entender la magnitud de la situación. Los elementos protagónicos de sus intervenciones son un comportamiento tranquilo, pero con tono

⁸ Riorda (2008). Gobierno bien, pero comunico mal: análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533671002.pdf>

⁹ Morales (2019). Comunicación, ciudadanía y transparencia: acceso a la información pública como herramientas de participación ciudadana en la gestión administrativa. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Angel_Torres-Toukoumidis/publication/339178277_Comunicacion_ciudadania_y_transparencia_Acceso_a_la_informacion_publica_como_herramienta_de_participacion_ciudadana_en_la_gestion_administrativa/links/5e42cd6a299bf1cdb91f9f7f/Comunicacion-ciudadania-y-transparencia-Acceso-a-la-informacion-publica-como-herramienta-de-participacion-ciudadana-en-la-gestion-administrativa.pdf

https://www.researchgate.net/profile/Angel_Torres-Toukoumidis/publication/339178277_Comunicacion_ciudadania_y_transparencia_Acceso_a_la_informacion_publica_como_herramienta_de_participacion_ciudadana_en_la_gestion_administrativa/links/5e42cd6a299bf1cdb91f9f7f/Comunicacion-ciudadania-y-transparencia-Acceso-a-la-informacion-publica-como-herramienta-de-participacion-ciudadana-en-la-gestion-administrativa.pdf

¹⁰ Morales (2019). Comunicación, ciudadanía y transparencia: acceso a la información pública como herramientas de participación ciudadana en la gestión administrativa. Obtenido de: https://www.researchgate.net/profile/Angel_Torres-Toukoumidis/publication/339178277_Comunicacion_ciudadania_y_transparencia_Acceso_a_la_informacion_publica_como_herramienta_de_participacion_ciudadana_en_la_gestion_administrativa/links/5e42cd6a299bf1cdb91f9f7f/Comunicacion-ciudadania-y-transparencia-Acceso-a-la-informacion-publica-como-herramienta-de-participacion-ciudadana-en-la-gestion-administrativa.pdf

https://www.researchgate.net/profile/Angel_Torres-Toukoumidis/publication/339178277_Comunicacion_ciudadania_y_transparencia_Acceso_a_la_informacion_publica_como_herramienta_de_participacion_ciudadana_en_la_gestion_administrativa/links/5e42cd6a299bf1cdb91f9f7f/Comunicacion-ciudadania-y-transparencia-Acceso-a-la-informacion-publica-como-herramienta-de-participacion-ciudadana-en-la-gestion-administrativa.pdf

¹¹ Milenio (2020). Angela Merkel da discurso en televisión debido al COVID-19. Disponible en: <https://www.milenio.com/negocios/financial-times/angela-merkel-da-discurso-en-televison-debido-al-covid-19>

	<p>insistente. De igual forma, se reconoce como la mandataria no ha saturado los medios, sino, por el contrario, ha proporcionado información corta, concisa y basada en fuentes científicas¹².</p> <p>En el contexto colombiano varios medios y fundaciones han realizado una serie de recomendaciones para que diferentes actores aborden la COVID-19, dando consejos sobre pertinencia, ética y análisis de los datos. Estos reflejan dos cosas, la primera la necesidad de abordar el tema con rigurosidad y la segunda, que otros actores, en este caso alcaldes o alcaldesas, generen información técnica y amable al respecto.</p>
<p>Actores responsables de gestionar/implementar la palanca ¿Quién lo haría?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Las alcaldías de Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali y Barranquilla como aliados para la elaboración de la guía y que, desde su experiencia, puedan dar herramientas a las alcaldías de los municipios pequeños y medianos. ● Fundación para Libertad de Prensa como un aliado en la elaboración en la guía. ● Alcaldías de municipios medianos y pequeños. ● Equipos de comunicación de gobiernos de municipios medianos y pequeños. ● Federación Colombiana de Municipios. ● Medios de comunicación local: canales de tv, radio, redes sociales oficiales de las alcaldías. ● Ministerio del Interior: radio comunitaria. ● Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones como enlace con las radios comunitarias.
<p>Mecanismos de evaluación, rendición de cuentas o mediciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumenta el rating de los medios locales. ● La rendición de cuentas y evaluación se realizará con las guías de comunicación completadas por los alcaldes o alcaldesas para ver cómo han sido las intervenciones y si se han realizado en el marco de lo propuesto por las píldoras.

¹² Chazan, G. (2020). Angela Merkel da discurso en televisión debido al COVID-19. *Milenio*. Retrieved 2020. Disponible en: <https://www.milenio.com/negocios/financial-times/angela-merkel-da-discurso-en-television-debido-al-covid-19>

	<ul style="list-style-type: none"> ● Un mapa de seguimiento con el encargado de las radios comunitarias o locales donde indiquen cuantas veces se han realizado las intervenciones, la duración y si se realizó interacción con la comunidad.
Beneficios esperados de la palanca	<ul style="list-style-type: none"> ● Informar a los habitantes de los municipios sobre las medidas a nivel nacional y local. ● Reducir la desinformación o rumores sobre la COVID-19. ● Generar una comunicación directa entre ciudadanos y dirigentes. <p>Reducir el pánico ocasionado por las noticias falsas.</p>
Costos de la palanca	<ul style="list-style-type: none"> ● Grupo de uno o varios expertos para estructurar la guía (recopilación de la información y consejos), podría ser un comunicador social. ● Corrector de estilo. ● Diseñador para las plantillas, diagramas, entre otros. ● Productores audiovisuales para que ayuden con la estructura o plantilla para los guiones.
Otros aspectos a mencionar	<p>La comunicación política en tiempo de pandemia implica retos para el receptor y el transmisor, como lo indica Gutiérrez (2020), las personas se encuentran altamente expuestas a masas de información, pero no se cuenta con el tiempo para el procesamiento y la lectura de esta información; por consiguiente, se deben buscar mecanismos informen de manera precisa y en poco tiempo. Por otra parte, Gutiérrez recalca como la información de los gobiernos llega a la mayor cantidad de personas posibles recomendando que se controlen los horarios. Estrechamente ligado, la simplicidad del mensaje en su intención y sentido que genere confianza y certidumbre en los ciudadanos, incentivando a acertar con los mensajes, generando una coordinación y un argumentario común¹³.</p>

¹³ Gutiérrez (2020). Cómo comunicar políticamente en tiempo de pandemia. Ideas para acortar la distancia. Fundación Felipe González. Disponible en: <https://s1.fundacionfelipegonzalez.org/wp-content/uploads/2020/05/Co%CC%81mo-comunicar-poli%CC%81ticamente-en-tiempos-de-pandemia.pdf>