

Análisis de las funciones de la comunicación social en las organizaciones gubernamentales en Campeche, México

Ana Isabel Mijangos-Cortés

Instituto Campechano

Calle 10 #357, Zona Centro, 24000 Campeche, Cam.

amijangos25@gmail.com.

Recibido: 10 Abril 2018.

Aceptado: 15 de mayo 2018.

Resumen

Una sociedad informada oportunamente, es menos vulnerable al rumor, la desinformación y la desestabilización. Los organismos gubernamentales a través de sus oficinas de Comunicación Social emiten mensajes a la población para informar, difundir sus metas, objetivos, logros y aportar para el desarrollo de una sociedad más participativa, crítica y solidaria. La comunicación social, emanada de la estructura gubernamental en el estado de Campeche fue el objeto de estudio para realizar un acercamiento diagnóstico que nos permitió conocer los procesos que se llevan a cabo para difundir las principales acciones del ejecutivo, que al ser conocidas y validadas por la ciudadanía, contribuyan en la credibilidad de la sociedad en su gobierno. A través del método de investigación etnográfica, se realizaron entrevistas focalizadas con voceros de las dependencias gubernamentales y personajes reconocidos en el medio para conocer el desarrollo histórico de este proceso en el estado de Campeche. Se encontró que la política de comunicación de Estado debe ser analizada y contemplada a profundidad dentro del Plan Estatal de Desarrollo y redefinir una agenda propia de comunicación: generar información de calidad, con contenido y formativa; posicionar mensajes que redunden con éxito en las audiencias, ser más propositivos e innovadores en el manejo

de los mensajes, herramientas y técnicas de difusión que ofrezcan las respuestas que requiere la ciudadanía y legitime las acciones de los servidores públicos y gobierno.

Palabras clave: Vocero, información, medios de comunicación, Estado, sociedad.

Abstract

An appropriate informed society is less vulnerable to rumor, misinformation and destabilization. Government agencies through their offices of Social Communication issue messages to the population to inform, disseminate their goals, objectives, achievements and contribute to the development of a more participatory, critical and supportive society. Social communication, emanating from the government structure in the state of Campeche was the object of study was a diagnostic approach that allows us to know the processes that are carried out to disseminate the main actions of the executive, that being known and validated by citizenship, contribute to the credibility of society in their government. Through the method of ethnographic research, focused interviews were conducted with spokespersons of government agencies and recognized people in the field to know the historical development of this process in the state of Campeche. It was found that the state communication policy should be analyzed and contemplated in depth within the State Development Plan and redefine its own communication agenda: generate quality information, with content and training; position messages that result in successful audiences, be more proactive and innovative in the handling of messages, tools and dissemination techniques that offer the answers required by citizens and legitimize the actions of public servants and government.

Keywords: Spokesman, information, mass media, State, society.

Introducción

Una ciudadanía informada oportunamente, es menos vulnerable al rumor, la desinformación y la desestabilización. Los organismos gubernamentales a través de los medios masivos y tecnológicos emiten mensajes a la población para informar, difundir sus metas, objetivos, logros y aportar para el desarrollo de una sociedad más participativa, crítica y solidaria.

La comunicación pública, entendida como la forma social de intercambio entre el gobierno y la sociedad en su conjunto con información que les concierne, debe contribuir en el acercamiento, y promover la participación ciudadana en los objetivos comunes para lograr un entendimiento mutuo (Serrano 1994; Molina, 2002).

Este producto social de comunicación implica que las instituciones mediadoras (en este caso, el Gobierno del Estado de Campeche), seleccionan una parte de la realidad para procesarla, y distribuirla para convertirla en acontecer público. Por su parte, la sociedad al obtener la información, la usa y se apropia de ella para responder a sus necesidades comunicativas (Serrano 2004; Ballesteros 2007), por lo que se produce afectaciones entre ambos sistemas mediante relaciones de interdependencia.

Para este proceso modernizador y renovador que demandan los grupos y sectores de la sociedad, se cuenta con una herramienta imprescindible: la comunicación social, acción de informar emanada de la estructura gubernamental. La cual será el objeto de estudio para realizar un análisis que nos permita conocer los procesos que se llevan a cabo, desde los mecanismos para difundir las principales acciones hasta las decisiones del ejecutivo, las cuales, al ser conocidas y validadas por la ciudadanía, contribuyan en la credibilidad de la sociedad en su gobierno.

En México se tiene conocimiento de los inicios de las oficinas de prensa, de forma

oficial, durante la administración del Presidente de la República Lázaro Cárdenas del Río (1934-1940), cuando se solicitó a la secretaría de Gobernación la creación del Departamento de Publicidad y Propaganda (DOF, 1936). Sin embargo, esa dependencia desaparece días antes de tomar posesión Manuel Ávila Camacho (1940-1946) con la reforma a la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado (LSDE, 1939), retornando las funciones de la gestión y administración de la comunicación de Estado a la Secretaría de Gobernación.

Hechos importantes que marcan las funciones de las oficinas de comunicación acontecieron en el periodo de Ávila Camacho al establecerse áreas de Prensa en las instituciones federales, para informar y difundir la versión oficial de las acciones, siendo los intermediarios entre la administración pública y los diarios de México y corresponsales extranjeros (Fernández, 1987). En el gobierno de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), para anteponer los acontecimientos nacionales ante los intereses mercantiles de los medios de comunicación masiva, el Estado se convierte por primera vez en emisor, difundiendo sus propios mensajes y haciendo efectivo el tiempo fiscal (Fernández, 1987).

Durante la administración de José López Portillo (1976-1982) es cuando se introduce por primera vez el concepto de Comunicación Social en un intento de modelo modernizador informativo por parte del gobierno (LOAPF, 1976).

Durante las administraciones federales siguientes se van modificando los nombres de las áreas, sus funciones, espacios físicos (DOF 1977, 1982), y así este nuevo esquema bajó en cascada reproduciéndose en los demás niveles de gobierno estatal, secretarías y delegaciones, sin perder de vista que cada entidad federativa o institución tiene sus propias características y necesidades de información, por lo que la comunicación debe responder a la identidad de cada ente social (Molina, 2002).

En el estado de Campeche, no se cuenta con un registro oficial del inicio de las oficinas de prensa en el gobierno, o no de manera específica. En documentos del Archivo General del Estado de Campeche (AGEC) se encontraron recortes informativos de 1949

en periódicos con el título “Notas de Palacio”, por lo que se deduce que eran los boletines de prensa oficial, durante la administración gubernamental de Eduardo J. Lavalle Urbina (1943-1949).

Durante el periodo del Gobernador del Estado, Alberto Trueba Urbina (1955-1961) se menciona al Departamento de Prensa en su segundo Informe de Gobierno, así como también se contaba con un Periódico Oficial del Gobierno del Estado, “El Espíritu Público”, un diario vespertino que difundía las actividades del ejecutivo (AGEC, 1957). Para la administración de José Ortiz Ávila (1961-1967) circulaba el periódico, “Boletín de Información”, bajo la Dirección General de Gobernación y la Oficina de Prensa del Gobierno del Estado.

Por el transcurso del tiempo, la comunicación social ha vinculado al gobierno con la ciudadanía y los medios masivos, informando sobre las acciones y programas que se ejecutan. Inicialmente los voceros fungieron como reporteros y fotógrafos que acompañaban al mandatario a sus giras (Del Río, com. pers. 2017), suministrando la información a los medios locales y corresponsales, y realizaban el comunicado oficial. Los encargados de las oficinas eran periodistas empíricos, y lejos estaba toda la tecnología y la ciencia al servicio de la comunicación.

En la actualidad, la ciudadanía tiene mayor conciencia de participación en las acciones y decisiones de gobierno, y espera recibir información veraz y oportuna a través de los medios de comunicación y canales idóneos, pero también existe la posibilidad de que la misma sociedad sea partícipe en la construcción de esa verdad (Molina, 2002), por lo que, desde los departamentos de Comunicación Social se debe trabajar en proyectos integrales, con contenidos para los diversos sectores, formativos y no solo informativos (Del Río, com. pers 2017).

La comunicación social en el Gobierno del Estado debe tener claro que su función

no solo es informar, sino también crear puentes de comunicación con los ciudadanos para establecer un diálogo verdadero entre gobierno y sociedad, mejorar la relación con los medios de comunicación, así como también anteponer la calidad a la cantidad en el manejo de la información.

Para que una oficina de Comunicación Social funcione, los dos actores importantes que intervienen en el proceso: el servidor público y el vocero, deben tener claro sus campos de acción, funciones y trabajar conjuntamente para difundir oportunamente los programas del gobierno, no del funcionario; no caer en omisiones que le restan legitimidad a las acciones, y no hacer declaraciones que no se cumplan o sobre responsabilidades que no son de su competencia (Moo, com. pers. 2017).

Desde sus inicios a la fecha, los departamentos de Comunicación Social en Campeche han sufrido una transformación lenta, las funciones siguen siendo las mismas de hace más de 30 años, emitir comunicados (Moo, com. pers. 2017); a la cual solo se les ha sumado acciones aisladas como la difusión por las redes sociales, sin contar con un plan estratégico de Comunicación Social.

La función de la comunicación en las organizaciones gubernamentales como parte del éxito de sus labores, es indiscutible si se basa no solo en la calidad de atención sino también en la adecuada estructura de sus redes de comunicación, mejorar sus mensajes que le den credibilidad a las decisiones del gobierno, entre otras acciones, por lo que debería darle mayores facultades de interacción para el logro de sus objetivos.

Por ello, el objetivo de la presente investigación es realizar un análisis de las oficinas de comunicación social de las instituciones gubernamentales en Campeche, conocer su estructura organizacional, sus funciones, así como describir e interpretar los procesos de comunicación que utilizan para informar a la sociedad.

Materiales y métodos

A través del método de investigación etnográfica, entre 2016 y 2017, se realizaron entrevistas a los voceros de las dependencias y personajes reconocidos en el medio de la comunicación gubernamental en Campeche; recolección de documentos y observación directa.

Para analizar la política de comunicación pública del Estado se tomó como punto de referencia el Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021 (PED, 2015) del Gobierno del Estado de Campeche que plantea cinco ejes temáticos rectores: Igualdad de Oportunidades; Fortaleza Económica; Aprovechamiento de Riqueza; Sociedad Fuerte y Protegida, y Gobierno Eficiente y Moderno, así como dos ejes transversales: Equidad de Género y Derechos Humanos.

En el documento, la política de comunicación del Estado está ubicada en el Eje V, Gobierno Eficiente y Moderno, en el cual se establece que “las acciones o inacciones del gobierno inciden directamente en la condición y calidad de vida de los gobernados. Un gobierno moderno se aprecia del contacto ciudadano, la participación social se convertirá en una estrategia operativa de la Administración Pública” (PED, 2015; p. 19).

En tanto a los Sistemas estatal de televisión y radio, menciona actualizar y modernizar los servicios hacia lo digital en los objetivos 7.2.3. Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión (PED, 2015; p. 113).

Se consultó la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Campeche (LOAPEC, 2016), donde se establecen las atribuciones legales y administrativas de la Unidad de Comunicación Social.

El gabinete del gobierno está conformado por 21 secretarías de Estado y 31 organismos descentralizados. Para el presente trabajo la investigación se centró en el primer nivel: las secretarías y la Unidad de Comunicación Social.

La denominación de las áreas de Comunicación Social no es uniforme entre las secretarías y cada institución la nombra de diferente manera, por lo que en lo subsecuente se le determinará departamento de Comunicación Social (DCS), a excepción de la Unidad de Comunicación Social del Gobierno del Estado (UCS).

Entrevistas a voceros

Se realizaron entrevistas en un total de ocho instituciones: la UCS y los encargados de los DCS en las secretarías de Educación (SEDUC), Cultura (SECULT), Desarrollo Urbano, Obras Públicas e Infraestructura (SEDUOPI), Desarrollo Social y Humano (SEDESYH), Trabajo y Previsión Social (STPSCAM), Seguridad Pública (SSPCAM) y Desarrollo Rural (SDR). Se eligió a las dependencias por diversidad de acción y así abarcar los cinco ejes rectores del PED. Todo ello con la finalidad de conocer la coordinación de actividades entre la UCS, como eje rector con las secretarías, y los DCS, así como los procedimientos que efectúan, su creación, conformación y actividades cotidianas.

Las entrevistas en su mayoría se realizaron de forma personal, en tanto otras se realizaron a través de un cuestionario (mismas preguntas que en las entrevistas), esto debido a impedimento de la agenda laboral por parte de los encargados. Cabe señalar que, a pesar de contar con una guía, conforme se desarrolló la entrevista, por la importancia del hallazgo se ampliaron las preguntas (Cuadro 1).

Cuadro 1. Entrevistas de campo aplicadas a los voceros de las instituciones gubernamentales del estado de Campeche, México.

Estructura orgánica	Justificación	Preguntas
Creación del departamento de Comunicación Social	Situación en un contexto temporal la creación del departamento en la institución, así como su ubicación dentro del organigrama institucional.	<p>1.- Registro de antecedentes de la creación del departamento de Comunicación Social en el Gobierno del Estado y en la secretaría.</p> <p>2.- ¿Las acciones de la secretaría en cuál eje rector del PED está situada?</p> <p>3.- ¿Existe en el organigrama institucional el departamento de Comunicación Social?</p> <p>4.- ¿Con qué recurso humano está conformado el departamento?</p>

<p>Coordinación entre la UCS y los DCS de las secretarías</p>	<p>La UCS como órgano rector de la política de comunicación en el estado, norma las estrategias a seguir en todas las secretarías, por lo que es fundamental analizar la funcionalidad y coordinación.</p>	<p>1.- ¿Se desarrolla una agenda integral de comunicación estatal?</p> <p>2.- ¿Existe un manual de procedimientos para todas las áreas de Comunicación Social?</p> <p>3.- ¿Cuáles son los mecanismos para que fluya la información entre la UCS y DCS?</p> <p>4.- ¿Se cuenta con un manual de manejo de crisis?</p>
---	--	---

<p>Canales y medios de comunicación</p>	<p>Conocer los canales y medios de comunicación interna y externa que utilizan para difundir, informar y comunicar las acciones institucionales a la sociedad campechana y sus públicos internos; así también el Plan de ajuste al gasto público y apoyo a la economía campechana, anunciado por el ejecutivo que implica la reducción del 50% en los gastos de comunicación social.</p>	<p>1.- ¿Cuál o cuáles son los canales y medios de comunicación que utilizan para difundir e informar las acciones institucionales al público externo?</p> <p>2.- ¿Cuál o cuáles son los canales y medios de comunicación que utilizan para difundir e informar la comunicación interna?</p> <p>3.- ¿Se cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar las labores?</p> <p>4.- Dentro de las medidas de ajuste al gasto público anunciadas por el Gobierno del Estado, manifestó reducir en un 50% los gastos de Comunicación Social ¿en qué consistirán?</p>
---	--	---

Entrevistas a exfuncionarios de la comunicación

Al no encontrar documentos que nos describan los inicios del proceso comunicacional entre el poder ejecutivo y la sociedad, se entrevistó a personajes relevantes de la vida histórica-política del desarrollo del estado de Campeche: a María Eugenia Del Río (vocera del Gobierno del Estado de Campeche, durante la administración 1967-1973) y Arturo Moo Cahuich (corresponsal en 1988 de Notimex Campeche), para conocer datos sobre la evolución y desarrollo de la comunicación gubernamental en Campeche.

Revisión documental y observación

Se recolectaron documentos históricos en el Diario Oficial de la Federación, el Archivo General del Estado, la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado y el Periódico Oficial del Gobierno del Estado. Se utilizó la observación directa por considerar importante los datos de la percepción del ambiente, espacios físicos donde se ubican los departamentos de comunicación, entre otros. Así, también la disposición y conocimiento del tema por parte de los voceros. Se aplicó el punto de vista interno de los miembros del grupo (exprofeso de la entrevista) y la perspectiva externa del investigador.

Resultados y discusión

La Comunicación Social en el estado de Campeche no se puede detallar con precisión una fecha de inicio, ya que no se cuenta con esta información, al menos no de forma accesible. Sobre esta actividad en particular, solo documentos aislados en el Archivo General del Estado. Se inició búsqueda en el Diario Oficial del Gobierno del Estado, pero al no contar con una fecha exacta, por el momento fue inaccesible.

Según la información recabada, desde su creación a nivel nacional en 1936, las funciones principales de las oficinas de Prensa consistían en difundir las acciones del gobierno en turno, solamente con la emisión del boletín informativo a los medios locales, corresponsales y en la toma de fotografías.

Conforme el transcurso del tiempo, las exigencias de una sociedad más participativa, con deseos y derechos de tener acceso a la información de la administración pública, las oficinas de Prensa han ido evolucionando a departamentos de Comunicación Social y crecido en la ejecución de actividades, áreas específicas para el desarrollo de su labor, uso de equipo tecnológico cada vez más sofisticado, así como también en la aplicación de otras disciplinas como Mercadotecnia, Relaciones Públicas, etcétera (Del Río, com. pers. 2017).

En la actualidad, la UCS es el eje rector de la política de comunicación del Estado. Es la encargada de desarrollar, planificar y trabajar los lineamientos generales de la estrategia de comunicación institucional, como están estipuladas en la LOAPEC (2016) en su Artículo 44, entre las que destacan las siguientes funciones:

- I. Conducir la política de comunicación social y corporativa, para efectos de su ejecución, incluyendo su presupuestación y gasto;
- II. Planear, organizar, coordinar y ejecutar los programas de comunicación social del Gobernador y del Gobierno del Estado;
- III. Dirigir y Coordinar, con el apoyo de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal, la realización de programas o campañas específicas de comunicación social, en términos de las disposiciones, así como la emisión de boletines y comunicados a los medios de comunicación;
- IV. Recabar en las distintas áreas de la dependencia, la información necesaria para la elaboración de los boletines periodístico;

- V. Cubrir los eventos institucionales del Gobernador, para su difusión en radio, televisión, medios impresos, electrónicos y redes sociales, en coordinación con las instancias competentes.

Todos los DCS dependen directamente de la UCS, si bien es cierto que siguen un mismo plan de acción, cada una tiene su particularidad y es tratada la información de forma distinta, en caso de ser necesario (Novelo, com. pers. 2017).

Para la UCS las vocerías son áreas estratégicas que difunden las actividades, acciones y programas a través del ejercicio informativo y de forma sectorizada del Gobierno del Estado a los diversos medios de comunicación y la ciudadanía.

La política de comunicación del Estado, está plasmada en el PED en el Eje V: Gobierno Eficiente y Moderno, si bien son breves las líneas de acción en las que está estipulado directamente, la UCS recalca que la comunicación institucional es transversal y está inmerso en todos los ejes articuladores debido a las características propias del ejercicio (Novelo, com. pers. 2017), y así se estipula en el manual de Lineamientos para Vocerías 2015-2021. Los DCS tienen conocimiento de los objetivos que rigen el organismo y dónde está situada la institución dentro del PED.

Al inicio de la administración 2015-2021 se llevó a cabo un diagnóstico situacional de los DCS, lo que arrojó como resultado la creación de las vocerías en las secretarías y organismos descentralizados que no contaran con una, y el eje rector se ejecutaría desde la UCS. Para ello se realizó la capacitación pertinente y la directriz de procedimientos a través del manual de Lineamientos para Vocerías (Novelo, com. pers. 2017).

En los 21 organigramas de las secretarías revisados a través del portal de Transparencia del Gobierno del Estado, solamente en siete de ellas está especificado el departamento de Comunicación Social, en 11 no está contemplado y en cuatro no se pudo verificar

debido a la reciente creación de las secretarías y no está disponible el documento. La UCS está integrada a la Oficina del Gobernador, junto con otras unidades administrativas encargadas de auxiliar directamente al titular del Poder Ejecutivo del Estado (LOAPEC, Artículo 42, 2016).

Los DCS tienen registro del manual de Lineamientos, y de forma programada envían los boletines de prensa para que sean administrados y suministrados a los medios de comunicación por parte de la UCS; las redes sociales, alimentación de sus páginas Web y otras acciones que emprenden son efectuadas desde las vocerías. La comunicación generalmente es ascendente, el manual de Lineamientos a pesar de contar con información necesaria, no es considerado como un manual de crisis, y en los casos requeridos se coordina con la UCS para tratar los temas en conflicto.

No cuentan con un programa de seguimiento o evaluación periódica de la labor desempeñada entre las vocerías y la UCS, o cuando menos no con la frecuencia que necesitan, sin embargo, a los titulares de las secretarías se les informa de los puntos a favor o debilidades a reforzar en materia de comunicación. Se les solicita un plan de trabajo anual que permite programar y coordinar las actividades.

De los ocho DCS y UCS estudiados, en cinco entidades tienen conocimiento de cuándo inicia labores la oficina de comunicación, pero sin contar con un documento de acervo histórico que lleve el registro de creación, en tanto las demás lo desconocen, incluyendo la UCS.

Todas las dependencias utilizan para la comunicación externa los medios impresos, radiofónicos, televisivos y digitales. La UCS dependiendo del tema es el canal por el cual difunden, a excepción de las actividades del ejecutivo que se usan al 100 por ciento todos los medios.

La principal herramienta que utilizan y le dan mayor peso por su gran alcance y rapidez son las redes sociales (Facebook, twitter, Instragram, You Tube), alimentándola de forma cotidiana, aunque esto no quiere decir que lo utilicen correctamente, ya que en su mayoría publican el comunicado para prensa en sus redes sociales. En segunda posición de actividad, destaca la elaboración del boletín informativo con una periodicidad de dos a tres veces por semana. Aunque esta no es la línea de investigación, llama la atención las acciones limitadas de los DCS para generar canales de comunicación e interactuar con sus públicos.

Los DCS no manejan recurso económico propio, eso depende de la UCS, quien es la que establece los convenios con los diversos medios de comunicación locales y nacionales, el suministro de equipo, sueldo del vocero, entre otras cosas. En caso de requerir una campaña o elaboración de un proyecto de difusión en especial, realizan trabajo coordinado entre los DCS, apoyándose con equipo técnico y humano, lo que ha permitido maximizar los recursos económicos (Novelo, com. pers. 2017).

Por lo mismo, los DCS no se verán afectados con la medida anunciada por el Ejecutivo Estatal en el “Plan de ajuste al gasto público y apoyo a la economía campechana” (Moreno, 2017), el cual reducirá en un 50 por ciento los recursos económicos en materia de Comunicación Social, ya que solamente se aplicará con los convenios con los medios de comunicación local y nacional (Novelo, com. pers. 2017).

A pesar de los esfuerzos del Gobierno del Estado por coordinar las acciones al interior de las instituciones, prestándose apoyo entre sí, es necesaria la inversión en equipo técnico y recurso humano, así como en los Sistemas de comunicación estatales (TRC y Radio Voces), y ser un canal natural para la difusión de sus actividades.

En la actualidad la comunicación interna se agrega a las acciones de las oficinas de comunicación. Para la UCS a través de ella se busca difundir entre las propias vocerías,

no solo las actividades de otras áreas, sino también temas de interés para posicionar las actividades al interior de las dependencias. Entre las redes de comunicación interna predominan los grupos de WhatsApp, correos electrónicos institucionales, redes sociales, periódicos murales, entre otros. Sin embargo, aún no se implementa una comunicación organizacional que atienda al público interno que conforman las instituciones, por lo que no se trabaja en el fortalecimiento de la identidad organizacional.

Esta acción en particular recae en la Secretaría de Administración e Innovación Gubernamental (SAIG), que en su generalidad difunde a través de un boletín interno electrónico la información sobre cursos de capacitación, actualización, trámites administrativos y demás, sin desarrollar como tal, estrategias de comunicación organizacional (Novelo, com. pers. 2017).

La UCS ha tenido transformación en sus espacios físicos, mismos que los tiempos actuales exigen, como son la sustitución en la sala de prensa las máquinas de escribir, por puertos de internet, áreas cómodas y prácticas, por mencionar algunos cambios.

En tanto los DCS en la mayoría de los casos cuentan con un área específica, no la necesaria, ni en las mejores condiciones, pero ya físicamente están ocupando un lugar dentro de la institución y está siendo reconocida su función. Resulta necesario que organizacionalmente existan los DCS para que se contemplen en el Plan Operativo Anual de cada institución, así como también se le otorgue la importancia y funcionalidad dentro de la misma, y las áreas sean espacios funcionales.

Los voceros de las dependencias entrevistados tienen la formación profesional de licenciados en Ciencias de la Comunicación, (a excepción de uno que es empírico, pero lleva más de dos décadas inmerso en dicho medio en la entidad), y tienen conocimiento del desarrollo de sus actividades y el rol que les corresponde. Oportunidad que se debe aprovechar con programas de capacitación continua en las áreas, pues al ser los encargados de las oficinas, la voz oficial de la institución y en muchas ocasiones del mismo titular, es fundamental

la habilidad, experiencia y sensibilidad política del vocero para desarrollar su cargo como representante ante los medios de comunicación y la opinión pública (Moo, com. pers. 2017).

En su mayoría las vocerías tienen el personal básico más no el suficiente para desarrollar todas las actividades que conlleva una dependencia. Afirman haber aumentado en recursos humanos, en tanto las de reciente creación aún se están conformando administrativamente, lo que conllevará más tiempo en su crecimiento. Es un paso que se ha dado, pero que aún falta por atender.

El ejecutivo estatal pone especial énfasis en la política de comunicación de Estado y propicia los mecanismos para informar y difundir las acciones de gobierno y hacer partícipe a la ciudadanía y a la opinión pública (Novelo, com. pers. 2017). No así en el caso de las secretarías, donde la comunicación en el organismo gubernamental tendrá el valor que se requiere dependiendo del interés o importancia que le amerite el funcionario. Por lo que las acciones en materia de comunicación no se desarrollan de manera homogénea en el gabinete estatal, ni con la misma eficiencia y oportunidad, lo que impacta en su generalidad en la imagen institucional del Gobierno.

A través de su paso histórico, la comunicación social emanada de la estructura gubernamental surgió como un canal de control sobre los medios de comunicación masivos, para promover los programas de gobierno y proyectar la imagen del funcionario político en funciones. Pero en ocasiones se destaca más información sobre las actividades del servidor público que las que lleva a cabo la dependencia, o se asumen roles que no son de su competencia (Moo, com. pers. 2017).

En la actualidad, cuando la comunicación es estudiada y aplicada como ciencia y existe un Estado moderno, una sociedad cada vez más exigente de su derecho de información y libertad de expresión, y una opinión pública más crítica, las oficinas de comunicación social deben ser la respuesta de vinculación entre el ejercicio público y la sociedad.

En Campeche, el Gobierno del Estado ha iniciado la tarea de incluir en cada secretaría y organismo descentralizado los DCS, pero resulta de vital importancia que estructuralmente sean incorporados dentro del sistema organizacional de las dependencias, otorgándoles espacios adecuados y óptimos, ya que también en muchas ocasiones realizan actividades de Relaciones Públicas, Marketing, entre otras y son la imagen de la institución.

Por otra parte, la sociedad exige mayor información sobre el destino de sus contribuciones fiscales, de las acciones y decisiones del gobierno, y es a través de los mensajes que emite el Estado en los medios de comunicación masivos y demás canales donde obtienen la noticia, el contacto permanente con las instituciones, programas y actividades que se emprenden para el desarrollo de la sociedad.

Y es aquí donde las dependencias deben dar el apoyo para su funcionalidad: recurso humano, técnico, y facilidades para el desempeño de sus labores. En tanto también los funcionarios al frente de la institución, brindar su disposición para colaborar y utilizar los medios que se generen, y mantener de esta forma el vínculo con la comunidad.

La comunicación social en las organizaciones gubernamentales de Campeche ha dado un paso importante al reconocer la necesidad de contar con éste departamento en cada una de las dependencias, pero es necesario trabajar en un plan estratégico que ayude a respaldar las acciones que emprenda la administración pública, que eleve el nivel de conciencia y de participación dinámica para la toma de decisiones que impacten a toda la población.

Conclusiones

En la actualidad, la sociedad ya no es solamente un receptor que se conforma con los mensajes que el Estado le proporciona, es una realidad que ahora juega un papel importante al ser generador de información, emisor de noticias y el mayor observador de la administración

pública. Cada día la sociedad es más exigente, más crítica y rápida, y los DCS están siendo superados por las demandas sociales, por el flujo de comunicación e información que circulan en las redes sociales y que la ciudadanía requiere de una respuesta más inmediata y oportuna por parte de la voz oficial.

La historia nos deja claro cuáles fueron las bases para la creación de los DCS, pero el modelo de Gobierno moderno, plural, incluyente y eficiente que piden los tiempos actuales, y una sociedad más interesada en estar informada, en hacer valer sus derechos de información y expresión, obligan a los servidores públicos a ser más proactivos y creativos en las formas de comunicar. El reto y la exigencia de una oficina de comunicación es cada día mayor: deberá proporcionar a la ciudadanía información de calidad, con contenidos, formativa y que legitime las acciones y decisiones de sus servidores públicos. La Falta de credibilidad de la sociedad en su gobierno, es precisamente por una inadecuada comunicación entre una y otro.

Hoy en día, con todos los medios y tecnologías de información al alcance de los ciudadanos, el DCS no puede limitarse a emitir como único medio de información el boletín de prensa del día y difundirlo en sus redes sociales y medios tradicionales. La comunicación en las organizaciones gubernamentales debe atender los factores internos, externos, relaciones públicas y publicidad institucional principalmente entre otras acciones. Los voceros y al interior de los equipos deben desarrollar habilidades que les permitan estar un paso adelante de las demandas de la sociedad. Ser más propositivos e innovadores en los mensajes, canales, herramientas y técnicas de difusión. La forma de la narrativa tradicional de la información institucional ya no funciona, el público necesita ofertas frescas, información útil y que les inspiren confianza.

Por otro lado, es necesario trabajar en la comunicación como acción preventiva para evitar la desinformación, reducir conflictos sociales y gestionar de manera profesional una

crisis mediática. Con una adecuada comunicación entre gobierno y sociedad, puede cerrarse la brecha de descontento social que se puede presentar por la falta de credibilidad.

La comunicación que predomina en esta estructura es más enfocada al exterior y a los medios de comunicación masivos, olvidándose del recurso humano interno, que es un factor importante para el desarrollo y cumplimiento de las metas.

Profesionalizar la función de los DCS. Para que las actividades que se desarrollan en una oficina de Comunicación Social sean valoradas y se les de la importancia que les corresponde, desde el interior deben ser proyectadas con seriedad y responsabilidad, por ello es fundamental que se profesionalice y dignifique su quehacer, planeando, proyectando y ejecutando las labores desde un plan estratégico bien estructurado que responda a las directrices de la organización

La política de comunicación de Estado debe ser analizada y contemplada a profundidad dentro del Plan Estatal de Desarrollo y redefinir una agenda propia de comunicación: generación de contenidos, posicionar mensajes que redunden con éxito en las audiencias, mejorar la calidad y el manejo de información, ofrecer respuestas que requiere la ciudadanía y legitime las acciones del gobierno.

Perspectivas

En materia de investigación, la comunicación en el estado de Campeche es un campo poco explorado.

Al realizar el presente trabajo, surgieron líneas de estudio interesantes, que resulta importante propiciar y fomentar su desarrollo para aportar datos en el ejercicio de la comunicación en la entidad. Por ejemplo:

- a) Rescatar el acervo histórico. Se encontró la dificultad de no contar con documentos

históricos que sirvan de referente para la investigación de la comunicación pública en Campeche. La información hallada fue de forma aislada, no detallada, escueta.

b) Aplicar la Comunicación Organizacional. En las dependencias gubernamentales la gestión de la comunicación organizacional está en proceso, no se practica o no se desarrolla como tal.

Y si este tema lo analizáramos en la iniciativa privada, organizaciones no gubernamentales, etcétera, en Campeche, tendríamos los mismos resultados: escasa implementación y poca importancia a la Comunicación Organizacional.

c) Capacitación continúa. Indispensable la actualización y capacitación tanto de los voceros como del equipo de trabajo de los DCS. Las nuevas tecnologías y una sociedad ávida de información exigen estar en constante movimiento e innovación. Resulta importante el perfil de habilidades que posea el vocero, ya que no solo basta con tener los conocimientos profesionales, sino que tenga la sensibilidad política, experiencia, entre otras aptitudes. Los voceros son el portavoz de la postura institucional.

Agradecimiento

Mi gratitud al Dr. Javier Orlando Mijangos-Cortés por su invaluable apoyo para la realización de este artículo, por impulsarme, guiarme y llevarme de la mano en todo el proceso.

De igual manera al Dr. William Cetzal-Ix por su asesoramiento en este estudio, gracias por su contribución.

Referencias

Ballesteros, B. Comunicación y Cambio social. Una lectura de “La producción social de

Comunicación” de Manuel Martín Serrano. Revista Razón y Palabra, recuperado el 12 de mayo de 2017 de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/09_Ballesteros_M75.pdf

Congreso del Estado de Campeche, Ley Orgánica de Administración Pública en el Estado de Campeche, última reforma: Decreto 127, P.O. 29 diciembre de 2016, artículos 42 y 44, recuperado el 10 de febrero de 2017 de <http://legislacion.congresocam.gob.mx>.

DOF [Diario Oficial de la Federación] Ley de secretaría y Departamento de Estado, 31/12/1936, recuperado 13 de noviembre de 2016 de <http://www.dof.gob.mx>.

DOF, Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 01/06/1977, recuperado el 13 de noviembre de 2016 de <http://www.dof.gob.mx>

DOF, Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 21/06/1982, recuperado el 13 de noviembre de 2016 de <http://www.dof.gob.mx>.

Fernández, F. (1987), Los Medios de Difusión Masiva en México (6ª. Ed). México: Juan Pablos Editor.

Fondo: Adelita Ávila y Ávila, caja 6 expediente 204, 1957, “El Espíritu Público”, Archivo General del Estado de Campeche.

Fondo: Adelita Ávila y Ávila, caja 6 expediente 195,1957, sección hemeroteca “7 de agosto”, Archivo general del Estado de Campeche.

Fondo: Carlos Vidal Angles, caja 3 expediente 019, sección hemeroteca, Archivo General del Estado de Campeche.

Fondo: Héctor Pérez Martínez, caja 1 expediente 11, Archivos Incorporados, Donación 2010, Archivo General del Estado de Campeche.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Artículo 27, recuperado 25 de noviembre de 2016 de <http://www.dof.gob.mx>.

Lineamiento para Vocerías 2015-2021, Unidad de Comunicación Social, Gobierno del Estado de Campeche, 2015.

Molina, R. (2002), Gobierno y Comunicación Social (1ª. Ed). México: Instituto Politécnico Nacional.

Moreno, A. (2017), Gobernador presenta Plan de ajuste, recuperado 23 de enero de 2017 de <http://www.campeche.gob.mx/noticias/historial-de-noticias/1927-gobernador-presenta-plan-de-ajuste>.

Pla Estatal de Desarrollo 2015-2021, Gobierno del Estado de Campeche, Campeche, 2015.

Serrano, M. (1994), La producción social de comunicación. México: Patria.

Serrano, M. (2004).La producción social de comunicación. Madrid: Alianza

Apéndice

Cortés, M., Chan, E. y Cantún, S., Coordinadora de Enlace Institucional, Coordinadora de Comunicación Social y asesor de comunicación de la SDR, entrevista 20 de febrero de 2017, Campeche, Cam.

Del Río, M., vocera administración (1967-1973), entrevista 9 de diciembre de 2017, Campeche, Cam.

Jiménez, R., Director de Comunicación Social de la SEDUOPI, entrevista y cuestionario 14 de noviembre de 2016, Campeche, Cam.

Kantún, O., Coordinador de Comunicación Social de la SEDESYPH, cuestionario 23 de febrero de 2017.

León, E., Jefe de la UCS de la SEDUC, entrevista 10 de febrero de 2017, Campeche, Cam.

Llanes, J., Director de Comunicación de la SECULT, entrevista 8 de febrero de 2017, Campeche, Cam.

Novelo, H., Secretario Técnico de la UCS, entrevista 11 de febrero de 2017, Campeche,

Campeche.

Pérez, M., subdirector de comunicación de la STPSCAM, entrevista 13 de febrero de 2017, Campeche, Cam.

Ynurreta, F., Subdirector de Comunicación Social de la SSPCAM, cuestionario 20 de febrero de 2017.