

RedINSIDE

Publicación Digital de Comunicación Interna

Red INSIDE N°29



EDITORIAL

GOBIERNOS COMUNICADOS HACIA ADENTRO

El aporte de la Comunicación Interna a gobiernos electrónicos y ciudades digitales.

*Por Manuel Tessi

La comunicación interna como especialidad es rápidamente asociada al mundo de las empresas, sin embargo en nuestros estudios sostenemos que se trata de una disciplina mucho más amplia, inherente a todo tipo de organización humana (con o sin fines de lucro, con muchos o escasos integrantes, con o sin jerarquías formales). La comunicación interna estudia todas las comunicaciones que se generan dentro de una organización, y por definición estas organizaciones pueden ser muy diferentes entre sí. Un país, una comuna, un club, una ONG, un consorcio, una familia, son sólo al-

gunos ejemplos de organizaciones que tienen su propia comunicación interna. En este sentido, un gobierno (nacional, provincial, municipal) también puede identificar, estudiar y mejorar sus caudalosas comunicaciones internas. Las herramientas generales que ofrece esta disciplina le serán muy útiles a los comunicadores gubernamentales para diferenciar los objetivos organizacionales de los objetivos comunicativos (Qué hacer y Qué decir), para determinar los mejores canales de comunicación (Dónde decir), reparar en el tono o relación que requiere cada comunicación (Cómo decirlo), la segmentación de públicos (A quiénes), los cronogramas, calendarios, oportunidades y planes de contingencia (Cuándo), los emisores de los diferentes mensajes (Quién dice) y la medición de esas comunicaciones (Feedback).

El seguimiento de estas variables puede ser muy provechoso en un comienzo, pero para lograr mayor profundización y mejores resultados de mediano y largo plazo se deberá reparar en variables que son particulares de las organizaciones sin fines de lucro.

La segmentación de públicos, por ejemplo, puede requerir un análisis más detenido, ya que en general se tiende a suponer que las audiencias endógenas de un gobierno están compuestas por los propios funcionarios, ministros, integrantes y empleados de la función pública. Algo que si bien es cierto también puede ser incompleto. ¿En qué segmento deben ubicarse los ciudadanos? ¿Son una audiencia externa o interna? ¿No pertenecen al gobierno? Las respuestas a estas preguntas son decisivas porque influirán en los mensajes, en el tono o relación de la comunicación que se establezca con el pueblo, en los canales que se utilicen ("el medio es el mensaje") y hasta en los objetivos de las mediciones de feedback.

Si observamos algunas prácticas frecuentes en Latinoamérica es posible ver que las estrategias de comunicación de los gobiernos no siempre toman a los ciudadanos como audiencia endógena. En no pocos mensajes a la ciudadanía -canalizados por ejemplo a través de campañas de vía pública- puede connotarse un estilo publicitario

de tono comercial. Estas campañas parecen concebirse “como hacia fuera”, como comunicación externa, como si se dirigieran a compradores o consumidores. El asesor de comunicaciones del gobierno puede considerar estas particularidades para generar una mejor “segmentación” sin llegar a producir una “escisión” entre las partes del todo comunicativo. Profundizar en variables como estas, puede ser una forma de acercar y fortalecer la relación entre gobernantes y gobernados.

Hemos tenido el inmenso privilegio de participar en la VI Cumbre de Ciudades Digitales organizada por la AHCIET en Río de Janeiro. Representantes de gobiernos de distintos rincones de Iberoamérica participaron activamente durante cuatro días presentando experiencias y proyectos tan ricos como promisorios. Hemos aprendido, intercambiado y propuesto diferentes conceptos que todos juntos confluyen hacia el crecimiento de la comunicación gubernamental en países de habla hispana. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) seguirán teniendo un desarrollo veloz, un crecimiento geométrico que ni el más el más aventurero de los visionarios acaso pudo soñar.

Hemos coincidido que las TICs pueden potenciar y multiplicar las comunicaciones de los gobiernos y colaborar con el sueño de forjar estados más prósperos, justos y soberanos. Pero también -gobernantes y comunicadores no podemos olvidarlo- pueden amplificar comunicaciones confusas e indeseadas, y potenciar y multiplicar por ejemplo mensajes dirigidos más a compradores o a votantes que a compatriotas o ciudadanos.

Llegan las ciudades digitales y los gobiernos electrónicos. Llegan para ayudarnos a generar naciones más prósperas. Sin embargo debemos repetirnos que no tienen responsabilidad en los contenidos. Son sólo redes. Y si bien son redes muy potentes, esa característica no es virtud o defecto hasta que se definen los contenidos que correrán a través de ellas. Esos mensajes no son bits, sino pura y simple comunicación humana. Su contenido es responsabilidad del hombre, no de la banda ancha o la telefonía celular. No podemos -no queremos- pedirle a la tecnología que reflexione por nosotros.

El vertiginoso y necesario crecimiento tecnológico

requiere un proporcional crecimiento de nuestros paradigmas de comunicación. Resulta más necesario que nunca revisar qué es lo que estamos emitiendo cotidianamente a nuestros países, provincias y ciudades a través de estas redes. Es este, precisamente, el principal aporte que puede brindar la Comunicación Interna Estratégica a gobiernos y gobernantes.

*Manuel Tessi es presidente de INSIDE; especialista en Comunicación Interna desde hace 15 años; investigador, conferencista y docente universitario en su especialidad.

COBERTURA ESPECIAL

CUMBRE EN RÍO DE JANEIRO



En mayo de 2001, la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (AHCIET), creó la Red Iberoamericana de Ciudades Digitales (RED) con la finalidad de promover el desarrollo de la Sociedad de la Información en Iberoamérica a través de la cooperación entre ciudades desde un enfoque integrador, involucrando a todos los actores clave: gobiernos nacionales y locales, sector privado, organizaciones internacionales, federaciones municipales y el resto de agentes locales.

Desde entonces organiza anualmente los “Encuentros Iberoamericanos de Ciudades Digitales”, en los que participan expertos, representantes de los sectores público y privado y organizaciones internacionales. Además de presentar las últimas novedades y avances en e-gobierno, los eventos permiten a los representantes locales iberoamericanos intercambiar puntos de vista y conocer las experiencias de otras regiones, las lecciones aprendidas, las aplicaciones más exitosas y los programas de las organizaciones internacionales dirigidos a apoyar este tipo de iniciativas.

Co-organizadores del VI Encuentro Iberoamericano de Ciudades



Informação é um Direito, Tecnologia é o Meio.



Durante los días 30 de noviembre, 1 y 2 de diciembre de 2005, AHCIET, junto con el Gobierno del Estado de Río de Janeiro, celebraron el VI Encuentro de Ciudades Digitales. Participaron del mismo representantes de Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Ecuador, España, Perú y República Dominicana, quienes debatieron sobre la transformación digital de los municipios de la región y sus efectos y beneficios, y la participación de los Estados y Gobiernos Municipales en la digitalización, entre otros temas. También se intercambiaron experiencias de casos exitosos de digitalización municipal.

Paralelamente se realizaron dos talleres temáticos sobre integración social, capacitación, liderazgo municipal y cooperación. En el primer taller se trabajó sobre el papel protagonista de la empresa en la implementación de la digitalización y en el segundo sobre la capacitación técnica de los funcionarios municipales.

Durante el encuentro, se otorgaron los premios de la II Edición del Premio de Ciudades Digitales, concurso que reúne ejemplos prácticos de desarrollo digital. Los ganadores participaron también en la mesa redonda "Las mejores prácticas latinoamericanas – Compartiendo experiencias, lecciones aprendidas".

Ciudades Digitales y Comunicación Interna

Manuel Tessi, en su carácter de Director de Comunicación Interna de South Technologies S.A., fue invitado a participar de las jornadas junto a Chris-

tian M. Pedreño, Director de Planificación Estratégica. La disertación se llevó a cabo en el auditorio del Hotel Meridian de Copacabana ante gobernadores, alcaldes e intendentes iberoamericanos, los cuales mostraron su interés ante el enfoque de estas "comunicaciones internas integrales para gobiernos". El contenido general de la disertación se basó en la Planificación Estratégica Integral de Ciudades Digitales, apoyándose en la necesaria aplicación de estrategias de comunicación interna en municipios, alcaldías y gobernaciones.



De izquierda a derecha: Manuel Tessi, en su carácter de Director de Comunicación Interna de South Technologies (Argentina); Ana Sánchez, de Indotel (República Dominicana); Christian Pedreño, CEO de South Technologies (Argentina); Elida Rodríguez, de la Dirección de Reformas del Sector Público del Gobierno de Mendoza (Argentina); y María Basurto Bársena, de la Oficina Técnica de Ciudades Digitales de Cantabria (España).

ENTREVISTA

RedINSIDE entrevistó a Luis Di Benedetto, Director de la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (AHCIET)

Por Mariano Rivero*

Perfil de Luis Di Benedetto:



Puesto: Presidente de AHCIET y Director de Relaciones Corporativas y Gestión del Conocimiento de Telefónica de Argentina.

Trayectoria: Antigüedad en la organización, síntesis de trayectoria (puede mencionar otras organizaciones - empresas en las que haya trabajado o sus antecedentes en AHCIET).

Formación: Ingeniero Electrónico, egresado de la Universidad de Buenos Aires en el año 1969. Ingeniero especialista en telefonía de la UBA. Post-Grado en Telecomunicaciones.(1977) Perfeccionamiento en diseño en Sistemas de Telecomunicaciones- UIT en HARRIS INTERTYPE CORP. USA.

Entrevista:

1. ¿Cuáles son los objetivos de AHCINET en Iberoamérica?

AHCINET es una Asociación de Empresas de Telecomunicaciones sin ánimo de lucro, constituida en 1982 cuyos tres objetivos principales son:

- Apoyar el desarrollo de la Sociedad de la Información en Iberoamérica.
- Ser punto de encuentro de las telecomunicaciones iberoamericanas.
- Fomentar el diálogo con Organizaciones Internacionales, Reguladores y Gobiernos.

2. ¿Cuál considera que fueron los principales hitos de AHCINET en la última década?

Hace 23 años que se creó la AHCINET. En un principio sus socios eran empresas estatales y laboratorios por lo que sus principales realizaciones fueron tecnológicas, incluso obtuvimos patentes de invención.

En la década de los 90 las privatizaciones hicieron que nos dedicáramos a los temas de gestión. Posteriormente, la desregulación nos llevó a generar un diálogo con los reguladores cuyo mayor exponente lo constituye la Cumbre de Reguladores-Operadores que realiza anualmente la Asociación junto a Regulatel.

Finalmente es de destacar que la AHCINET es reconocida internacionalmente por sus trabajos tendientes a introducir la Sociedad de la Información en América Latina.

Es por ello que ha tenido una participación relevante en la primer Cumbre Mundial sobre Sociedad de la Información en Ginebra y la reciente Cumbre de Túnez.

3. ¿Considera que la Comunicación Interna es importante para el desarrollo de las ciudades

digitales? ¿Por qué?

La Comunicación interna dentro del proyecto Red Iberoamericana de Ciudades Digitales ha sido siempre considerada como esencial.

Lo es porque la Red plantea la conveniencia de que se compartan las "mejoras prácticas" de un municipio a otro.

Esto se logra dentro del portal www.iberomunicipios.org, donde también se encuentran links con más de 4000 municipios latinoamericanos.

Este medio de comunicación también permite la capacitación on-line de los "agentes de cambio" indispensables para el éxito de esta iniciativa, como así también, poder obtener el Manual de Ciudades Digitales donde están indicados los pasos necesarios para desarrollar este tipo de emprendimientos.

4. ¿Cuáles son los objetivos 2006 de AHCINET?

La AHCINET en el 2006, junto a la Comisión de Alto Nivel presidida por Julio Pereyra, presidente de la Federación Argentina de Municipios de la Federación Latinoamericana, plantean la realización de diversos proyectos de Ciudades digitales que servirán de referencia e incentivo para otros intendentes que acepten este desafío.

Asimismo dentro del marco de la Cumbre Iberoamericana están avanzadas las negociaciones para contar con su apoyo para el avance del proyecto de la RED.

Todo lo señalado sin olvidar el tratamiento de la Sociedad de la Información que se realizará en las reuniones de la AHCINET Móvil, de INTERNET y en las Cumbres Reguladores-Operadores y el Presidentes de Empresas socias de AHCINET.

5. ¿Cuáles son los principales desafíos que se avecinan para las empresas de telecomunicaciones en Iberoamérica?

Convergencia fijo-movilidad- Internet y TV. Esto está ocasionando un reposicionamiento de las empresas e incluso adquisiciones y fusiones.

La Voz sobre IP tendrá como consecuencia un cambio en las redes de los operadores, asimismo también, la aparición de nuevos competidores.

Muchos de estos “nuevos jugadores” no poseerán redes y aparece entonces la pregunta sobre quién hará las inversiones para el desarrollo de nuevas redes.

- Dentro de la región Latinoamericana será necesario establecer condiciones de seguridad jurídica para que la explosión de inversiones que se dio en la década anterior vuelva a producirse.

- Lograr que la banda ancha tenga una penetración suficiente como para que nuestras sociedades tengan un rol protagónico en la Sociedad del Conocimiento, tiene que ser un objetivo a cumplir por gobiernos y operadores dentro del necesario diálogo público-privado.

¡Muchas gracias Luis!

* Mariano Rivero es insider con formación en publicidad de la Universidad del Salvador.
mrivero@inside.com.ar

PREMIOS 2005 A MUNICIPIOS DIGITALES

Durante el VI Encuentro de Ciudades Digitales realizado los días 30 de noviembre, 1 y 2 de diciembre de 2005 en la ciudad de Río de Janeiro, AHCIET junto a la Red Iberoamericana de Ciudades Digitales, celebraron la II Edición del Premio Latinoamericano.

*Por Luciana Díaz

El concurso tiene por objetivo premiar e impulsar iniciativas de desarrollo y modernización de municipios de América Latina y el Caribe, además de incentivar el esfuerzo de los municipios que apuestan por la integración de los ciudadanos en el desarrollo municipal y su contribución a la minimización de la brecha digital por la utilización de las nuevas tecnologías.

La II Edición del Premio ha sido un éxito, ya que se ha superado la participación del año anterior.

Todos los proyectos presentados están disponibles en el Portal de Iberomunicipios, www.iberomunicipios.org/home/practicar. Estos se utilizarán para la elaboración de la II Edición del Libro Blanco (ver en Libros Recomendados), donde se mencionarán todos los municipios colaboradores.

A continuación presentamos los ganadores de este año:

Municipios Premiados en la convocatoria 2005

Ciudad grande: Mendoza - Argentina



Presenta soluciones precisas de e-gobierno, con efectividad, gran impacto social e integración municipal / provincial.

Ciudad Mediana: Mérida - México



Presenta datos precisos de implementación, basados en 3 objetivos: brecha digital, infraestructura y mejora regulatoria.

Ciudad pequeña: Miraflores - Perú



Destacado por el nivel de cooperación de los vecinos, que han sido el elemento impulsor del proyecto de digitalización. También ha habido proyectos que generan el acercamiento de empresas privadas como vehículo de aceleración y participación entre el gobierno local y las empresas.

Categoría especial de E-Cooperación: II Región de Chile

Se ha valorado el carácter integrador de este proyecto enfocado como plataforma de comunicación y gestión común de e-gobierno, que une 9 municipalidades y que ha permitido generar economías de escala en la solución de problemas comunes.

Categoría especial de E-Integración: Quito - Ecuador

Este proyecto se ha integrado dentro de esta categoría especial por su masivo esfuerzo de telecentros y capacitación educacional dirigido a los sectores más pobres.

Menciones especiales

Los organizadores tienen el honor de reconocer el esfuerzo de los siguientes municipios que han resultado finalistas.

En categoría grande:

Guadalajara - México

San Pedro Garza García - México

San Andrés de Cholula - México

Categoría Mediana:

Hermosillo- México

Tulúa - Colombia

Bucaramanga - Colombia

Categoría pequeña:

SudMenucci - Brasil

Castilla La Nueva - Colombia

Lota - Chile

*Luciana Díaz es insider con formación en Relaciones Públicas de la Universidad Argentina de la Empresa.

LIBROS RECOMENDADOS

"Manual para Alcaldes", "Libro Blanco" y "El voto electrónico", tres textos recomendados sobre experiencias, métodos y casos de gobiernos electrónicos y ciudades digitales.

*Por Mariano Rivero

MANUAL PARA ALCALDES

Con el nombre original de "Manual para el desarrollo de ciudades digitales en Iberoamérica", este libro destinado a alcaldes e intendentes pretende esbozar todo lo necesario para que la autoridad local y la UE (Unidad Ejecutora) cumplan un cometido de informatizar los municipios de forma integral, de modo que puede considerarse como una nueva generación de obras públicas.

Se brinda de manera acabada, el desarrollo del marco teórico y conceptual de la sociedad de la información, la ciudad digital y los servicios digitales, además del detalle pormenorizado del programa para construirla, ponerla en marcha, y medir su impacto en la comunidad.

Por la forma en que está redactado, este trabajo puede ser utilizado por autoridades políticas que deseen profundizar el tema, especialistas en informática y/o comunicaciones con que cuenta el gobierno local en su planta de funcionarios, asesores del cuerpo deliberativo del distrito y por funcionarios administrativos. La última parte de este manual propone anexos organizados con formularios, planillas y gráficos de uso esencial en el programa.

INDICE TEMÁTICO:

- Primera parte: La decisión política debe ser tomada
- Segunda parte: Marco conceptual
- Tercera parte: El programa para el desarrollo de una ciudad digital
- Cuarta parte: La ejecución del programa
- Quinta parte: Las consecuencias del programa
- Sexta parte: Anexos instrumentales

Más información en www.iberomunicipios.org/home/manual.

LIBRO BLANCO

Con el nombre completo de "El Libro Blanco de Ciudades Digitales en Iberoamérica", este libro está basado en diversos casos de estudio de municipalidades iberoamericanas se ha realizado en este libro una comparativa sobre el desarrollo del e-gobierno municipal en dichos países. Incluye también un análisis de las cinco ciudades ganadoras de la I Edición del Premio Latinoamericano de Ciudades Digitales, organizado por AHCET y el Instituto para la Conectividad de las Américas (ICA) en 2004.

INDICE TEMÁTICO:

- Primera parte: Las ciudades digitales
- Segunda parte: Situación de las ciudades digitales en Iberoamérica. Indicadores.
- Tercera parte: Casos de estudio
- Cuarta parte: Recomendaciones

Más información en www.iberomunicipios.org/home/libroblanco.

EL VOTO ELECTRÓNICO

Jorge Garramuño, Intendente de la ciudad de Ushuaia, registra en "El voto Electrónico" el aprendizaje obtenido a partir del primer sufragio electrónico en la Argentina. El mismo se puso en marcha en la capital fueguina durante las últimas elecciones municipales de 2003 con el objetivo de agilizar el proceso electoral, dar precisión en el recuento, confiabilidad en los resultados y facilitar el procedimiento para personas con dificultades de lectoescritura.

El libro aborda la forma en que se gestó la elección, la opinión de los distintos actores, y los aspectos negativos y positivos del escrutinio electrónico, sirviendo de ejemplo para las futuras aplicaciones de esta modalidad.

INDICE TEMÁTICO:

- Prólogo por el Ingeniero Jorge Garramuño
- Acerca del Voto Electrónico
- Introducción: Ushuaia como escenario de aprendizajes
- Los protagonistas
- Reglas claras, elección transparente
- Una reforma histórica
- El camino de la modernización
- La opción por la calidad democrática
- Un punto de coincidencia
- La participación de la comunidad
- Conclusiones
- Apéndice
- Carta Orgánica Municipal de Ushuaia
- Régimen electoral de la municipalidad de la ciudad de Ushuaia
- El voto electrónico: información de uso
- Repercusiones en los medios

FICHA TÉCNICA:

Autor: Jorge Garramuño

Título: El Voto Electrónico: la experiencia en Ushuaia.

Año de publicación: 2005 (Sólo disponible en formato digital)

Páginas: 88

OPINION

MARCA CIUDAD



En la actualidad el término "marca-ciudad" es de uso corriente: se refiere a la búsqueda de un posicionamiento; de un espacio en las mentes de los públicos externos al de la propia ciudad.

Por Mariana Cukier*

La búsqueda de la marca-ciudad trae consigo una mayor eficacia de comunicación, modernizado

manejo mediático y adecuada segmentación de audiencias.

En estos casos la comunicación de la ciudad suele trabajarse como la de un producto publicitario: la retórica y la promesa de satisfacción son similares a las de un aviso, y reconocemos los recursos dentro de la comunicación institucional.

La comunicación institucional y la de marca ciudad guardan por lo menos otros dos temas en común. El primero, es que tal como suele ocurrir en la comunicación institucional, es muy conflictivo comunicar para afuera lo que no se vive en la propia ciudad. Es decir, que el posicionamiento es un espacio que trabaja en un cruce: el de las necesidades percibidas en el mercado con las características que la propia historia y cultura de la ciudad marcan como propias. Es un cruce entre lo que las posibilidades del mercado y las de la propia ciudad.

El otro tema en común entre ambas estrategias es el modo de gestión de la comunicación interna de la ciudad. En este espacio, el trabajo es mucho más relacional que publicitario. De escucha, de trabajo en comunicación ascendente y de búsqueda, para luego comunicar -en medios, en acciones- mensajes trabajados en ejes conceptuales sentidos y vividos. Es decir, el trabajo es de vínculo y de relación antes que de información o de campaña, para lograr que el posicionamiento externo sea aquello que internamente se percibe como real y propio.

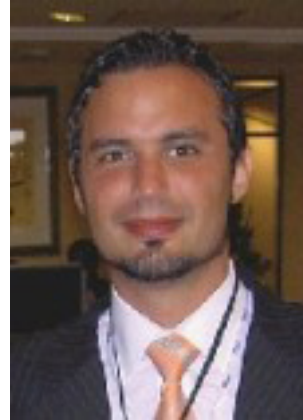
*Mariana Cukier es INSIDER. Técnica Superior en Publicidad y Propaganda (FAECC), Licenciada en Comunicación Social (UBA), Magíster en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones (Universidad Austral).
mcukier@inside.com.ar

COLUMNA

EMPRESAS Y CIUDADES DIGITALES

Las empresas, desde siempre indicadoras del desarrollo económico de una ciudad, se ven envueltas naturalmente en una tan saludable como difícil

responsabilidad, ser fuentes de comunicación.



Por Christian M. Pedreño.*

Resulta difícil no reconocer el increíble desarrollo que alcanzaron las telecomunicaciones (Internet, telefonía, etc.) en los últimos años y su fuerte influencia en todos los niveles de la sociedad. En un comienzo, fue el sector privado qu-

ien visionó y se benefició con estos avances, pero el alto nivel de posibilidades tecnológicas, hizo posible su extensión hasta formar parte de "lo cotidiano". El término "Ciudad Digital", precisamente, nace para definir este nuevo entorno social. Una Ciudad Digital es aquella comuna (municipio, gobernación, alcaldía) que toma a las Tecnologías de la información (TICs) como herramientas claves para el desarrollo de su relación cívico-comercial con sus habitantes en pos de la prosperidad de los mismos.

Una Ciudad Digital se encuentra conformada por distintos actores, entre los cuales encontramos como principales al gobierno local, los ciudadanos, los agentes económicos, ONGS, y las empresas.

¿Cuál es el rol de las empresas en una Ciudad Digital?

Las empresas son ejes en el desarrollo de las ciudades digitales, y se las contrata para integrar los sistemas adicionales y ponerlos en funcionamiento, como así también son protagonistas entre las relaciones e-Gobierno y Ciudadano.

Desde siempre creadoras y motivadoras en el desarrollo y evolución de las TICs hasta llegar a lograr niveles de accesibilidad sorprendentes, las empresas se encontraron, dentro del desarrollo de las Ciudades Digitales, en un panorama totalmente distinto al imaginado.

Las TICs, que nacieron como potenciadoras de ne-

gocios, hoy día son también potenciadoras de la comunicación, con todos los beneficios y las amenazas que ello conlleva. Entonces, el sector empresarial adquiere un nuevo rol, son verdaderos comunicadores. Partiendo desde esta premisa, empresas como Voxiva, Motorola, Verizon y Microsoft entre otras, se han hecho eco de esta realidad, construyendo soluciones y creando gerencias y alianzas afines a tales causas, teniendo claro que esta vez será el CÓMO y no el QUÉ, la principal necesidad a satisfacer. Entonces podemos inferir que las empresas cumplen el rol de fomentadores y comunicadores del CÓMO utilizar y concientizar el uso de los servicios digitales, en alianza con otras empresas y organismos especializados.

¿Cómo se benefician las empresas con el desarrollo de las Ciudades Digitales?

Sin recaer en el simplismo de enumerar los beneficios económicos que conlleva el aumento del consumo o de la apropiación tecnológica a las empresas mostrando cifras y gráficos, el fenómeno más rentable e inmediato es de la percepción, participación, y comunicación, ¿cómo es esto?, se puede ver en algunos pequeños ejemplos.

El WebBlog como servicio digital, una herramienta tan simple como efectiva.

Cada vez más personas saben lo que esta suerte de web "autosuficiente" llamada WebBlog. Este término acuñado por Jorn Barger en 1997 fue utilizada por periodistas desde el campo de batalla en Irak para poder subir información en "tiempo real". En aquel momento algunos ya visionaron su uso en el ámbito empresarial e incluso en el ámbito político/gubernamental.

Hoy estado de Ottawa recauda el 70% de servicios públicos mediante transacciones electrónicas fomentadas por su weblog. otro ejemplo es el de John Kerry que, desde su WebBlog y su web, recolectó más de 80 millones de dólares de individuos que donaban vía email, SMS o mediante transacciones online.

Este servicio, dentro del ámbito privado, puede llegar a modificar el accionar de metodologías de

productos y su atención directa al público, como le pasó a General Motors, que generó un weblog encontrándose, sin proponérselo, con más de 200.000 visitas únicas por mes, recolectando y resolviendo cuestiones directas con sus clientes.

El WebLog es solamente una pequeñísima herramienta del amplio espectro de los servicios de una Ciudad Digital, y de cómo se benefician todos los actores de la misma, los ciudadanos, el gobierno y las empresas.

Al ser convocados para distintos foros y seminarios de iberoamérica, vemos el creciente interés por parte de las empresas en capacitarse y enriquecerse en nuevas tecnologías de comunicación, para así ser verdaderas visionarias y jugar un papel efectivo en su rol de fomentadores de las Ciudades Digitales. Teniendo en cuenta que ya no sólo son un indicador del desarrollo económico de la sociedad, sino, también, verdaderos comunicadores. Ése es un buen síntoma.

*Christian M. Pedreño. CEO South Technologies S.A. Consultor experto AHCET en e-Gobierno.

INVESTIGACION

GOBIERNO DIGITAL



Las nuevas tecnologías de la comunicación, una oportunidad para modificar las relaciones entre la administración gubernamental y los usuarios.

Por Florencia Lavalle*

El gobierno digital o e-government se entiende como la aplicación intensiva y estratégica de las nuevas tecnologías de la información (TICs), las telecomunicaciones e internet a las actividades del Estado para fortalecer el proceso democrático utilizando la participación popular, y con esto

haciendo más transparente la gestión pública y el vínculo con los ciudadanos. Esto significa reinventar y hacer más eficiente el gobierno a través de reingenierías de base tecnológica.

Para Alejandro Prince, especialista en tecnología, existen tres etapas en el desarrollo de gobiernos digitales.

La primera, está relacionada con la experimentación. Es la que generalmente se la llama etapa de la portalmanía, que se trata de una puesta on-line de un sitio web.

Aquellos gobiernos, municipios, o instituciones públicas que se encuentran en esta etapa de desarrollo de su Gobierno Digital confunden a menudo comunicación, con información, dado que con frecuencia sus portales son vidrieras, puestas online para hacer publicidad del director de la administración y su personal, y no están conceptualizadas como una herramienta de comunicación que permita fortalecer los vínculos entre el Estado y los ciudadanos.

La segunda etapa, implica el comienzo de la integración de los proyectos entre niveles o áreas de gobierno, generando mayor sinergia. En este punto, resulta casi imprescindible la concentración o centralización y se caracteriza por la aparición masiva de transacciones y trámites online.

Una tercera y última etapa se denomina de reinención. Sus características son la transparencia, eficacia, productividad, diálogo y participación fluida y en tiempo real entre el Estado y los ciudadanos. Esta etapa se presenta como la utopía materializada de la participación total de la sociedad civil.

Aquí, el gobierno digital pasa de ser un canal de información, a ser una herramienta de pura comunicación, donde el ciudadano además de ser un receptor pasivo de información y datos de gobierno, municipio o diferentes instituciones, pasa a ser un agente activo de comunicación, emitiendo opiniones y participando de la cosa pública. En esta etapa se instalaría un feedback y un diálogo total entre las partes implicadas. El Estado no sólo

emite, sino que escucha, y empatiza con el receptor/ciudadano.

Municipio de Lyon y Guadalajara, dos experiencias de gobierno digital

Para un breve análisis de dos experiencias de gobierno digital aplicado, veremos los casos de dos municipios de más de 500.000 habitantes (El Municipio de Lyon en Francia y el Municipio de Guadalajara, México), que se encuentran en diferentes polos de desarrollo de gobierno digital.

Por un lado, la e-administración es desde 1997 una prioridad para la modernización del Estado Francés. Para ellos, no se trata solamente de ofrecer los mismos servicios gubernamentales que antes pero en un nuevo soporte, sino que comprenden que las TICs permiten mejorar la relación de los servicios públicos con los ciudadanos y modernizar el funcionamiento del Estado, simplificando las gestiones y ubicando las necesidades de los usuarios, particulares y empresarios, en el corazón de los procedimientos administrativos.

En este sentido, los lineamientos del Gobierno Electrónico en Francia, y su Programa de Acción Gubernamental para la sociedad de la Información (PAGSI) impulsan que cada sitio de internet que difunda información sobre políticas públicas tenga un dispositivo de debate con los ciudadanos sobre temas precisos.

El sitio del Municipio de Lyon www.lyon.fr se puso en línea en mayo de 2003.

La Gestión del Portal tiene como objetivo a corto plazo ofrecer servicios reales al ciudadano desarrollando la interactividad (pedidos de información, de formularios), informar sobre la actualidad en todos los dominios (eventos, congresos, espectáculos), informar sobre la Ciudad (lugares de servicios, equipamientos), hacer conocer la política de la ciudad, acercar la administración y a los ciudadanos (teleprocedimientos, informaciones, consejos, orientaciones) y desarrollar el diálogo con los ciudadanos (preguntas /respuestas, foros de discusión).

Asimismo, con un claro eje en la transparencia de gobierno, el portal tiene links hacia los presupues-

tos municipales anuales, el Plan de Mandato de la Ciudad. Cada distrito cuenta con un link interno en la página donde se encuentra la posibilidad de enviar mails a los intendentes de distritos, como así también a los debates de distritos. Por otro lado, próximamente se pondrá en línea a los diferentes consejos de barrio, avanzando de este modo en las particularidades de cada región de la ciudad de Lyon y en un vínculo más cercano y personalizado con los ciudadanos

Por otro lado, en el caso del Ayuntamiento de Guadalajara su horizonte de expectativa en lo que hace al Gobierno Digital es lograr la total transparencia de la administración y un vínculo directo con la sociedad civil.

Esto está explicitado en el Plan Nacional de Transparencia de México que toda la administración pública debe implementar.

Podemos decir que Guadalajara superó la etapa inicial de implementación del gobierno digital y está desarrollando en su sitio www.guadalajara.gob.mx formas de e-administración más avanzadas con la incorporación de trámites y teleprocedimientos online, y una e-política dirigida hacia una mayor transparencia con la puesta online del padrón de proveedores municipales, y los ingresos de funcionarios municipales.

Asimismo en lo referente a la e-política, el Ayuntamiento de Guadalajara incorporó en el 2001 la posibilidad de ver online el plan de mandato, y los presupuestos anuales de la ciudad. Sin embargo, todavía no se ha avanzado en formas de participación democrática online, a través de foros de discusión internas. Por ejemplo, el Proyecto "Miércoles Ciudadano" del ayuntamiento es una forma de vincular a los habitantes con sus representantes en las diferentes reparticiones locales, pero este sistema es cara a cara y no hay en el Portal de Guadalajara estas instancias de vinculación online.

En el portal, los usuarios pueden tener una comunicación directa con los representantes del ayuntamiento a través de la publicación de sus teléfonos y correo electrónico www.guadalajara.gob.mx/gobierno/funcionarios.html, pero la posibilidad de tener vínculo con los representantes de las

reparticiones locales todavía no es posible.

La diferencia fundamental entre ambos municipios es que Lyon ha desarrollado un Plan de Democracia de Proximidad. Es decir que el contacto es con los representantes más cercanos y directos, por zonas de cada municipio. Este concepto se verifica en el portal puesto que las 9 intendencias de la comunidad de Lyon tienen un acceso directo a los representantes, con posibilidad de enviar mails. No se desarrollaron aún sistemas de chateo con los representantes, pero se prevén para este año foros de discusión de cada intendencia y de cada barrio que se harán de forma online con los ciudadanos, en participación con los representantes.

Tanto Lyon como Guadalajara han puesto en marcha un servicio centralizado y unificado de call center: (070 soluciones en Guadalajara, y Lyon en direct). Es decir que ambas comunidades intentan unificar e integrar todos sus servicios en una ventanilla única, desarrollando así una cercanía entre la administración y los ciudadanos.

En este sentido, las TIC aplicadas a la administración pública pueden ofrecer a los ciudadanos una forma de vincularse con el Estado más ágil, efectiva, sin necesidad de desplazarse y hacer frente a intermediarios, ofreciendo por este medio una comunicación que mejora la atención de las necesidades y demandas de los ciudadanos.

La brecha digital y un cambio de paradigma

Un obstáculo para el desarrollo del gobierno electrónico es la brecha digital. Esto es un punto central que la administración y los gobiernos deben resolver, cómo lograr que los ciudadanos accedan a una computadora y a la red. Si los servicios online del gobierno no pueden ser accesibles a toda la población, su existencia sólo servirá para ampliar la brecha entre la gente que está y la que no está conectada a la red. En este sentido, la Administración de Lyon dispone de un programa de "Internet para Todos" con un fuerte eje en el equipamiento de escuelas y bibliotecas.

Pero debemos considerar que la e-administración no debe ser confundida con el Gobierno Digital

propiamente dicho. Para una modernización y cambio de paradigma del Estado, el uso de las TICs debe ir hacia la consecución de una mayor transparencia, control, participación, y una relación más continua y directa entre los ciudadanos y los representantes y funcionarios.

No basta con la informatización eficiente del Estado ni con que la administración pública sea un usuario modelo y ejemplar de las nuevas tecnologías, sino que es necesario que el Estado entre en una fase de mayor comunicación con el ciudadano, y que ofrezca el marco normativo y regulatorio general y sea el promotor y catalizador de la iniciativa privada a través de lineamientos, políticas y programas claros y eficaces para todos los actores involucrados, en busca del desarrollo local y adopción de las tecnologías de la información y la comunicación.

*Florencia Lavalle es INSIDER. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, orientada en Políticas y Planificación de la comunicación (Universidad de Buenos Aires).

flavalle@inside.com.ar

STAFF

RedINSIDE es una publicación digital gratuita para la Comunidad Latinoamericana de Comunicación Interna.

Director

Manuel Tessi Parisi

Equipo Editorial

Roberto Casasnovas

Mariano Rivero

Mariana Martín

Martín Fernández

Florencia Lavalle

María Laura Bianchi

Jorgelina Imfeld

Luciana Díaz

Equipo de Arte Digital

Pablo Gentile

Romina Karszenbaum

Juan Ignacio Cernich

RedINSIDE

Publicación Digital de Comunicación Interna

Distribución gratuita a más de
4.000 profesionales en 26 países.
Mayo 2008.