

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
RELACIONES INTERNACIONALES**



**TESIS**

**“ANÁLISIS DEL PROCESO DE DEMOCRATIZACIÓN  
DE LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y DE SU  
CONTRIBUCIÓN EN EL DESARROLLO DE  
COMPROMISO DEMOCRÁTICO CIUDADANO”**

**POR**

**MAURICIO DE JESÚS ROBLES MONTIEL**

**COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL  
GRADO DE DOCTOR EN FILOSOFÍA CON  
ORIENTACIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**JUNIO, 2025**



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
RELACIONES INTERNACIONALES**



**ANÁLISIS DEL PROCESO DE DEMOCRATIZACIÓN  
DE LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y DE SU  
CONTRIBUCIÓN EN EL DESARROLLO DE  
COMPROMISO DEMOCRÁTICO CIUDADANO**

**QUE PRESENTA**

**MAURICIO DE JESÚS ROBLES MONTIEL**

**PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN FILOSOFÍA  
CON ORIENTACIÓN EN CIENCIAS POLÍTICAS**

**DIRECTOR DE TESIS  
DR. CARLOS MUÑIZ MURIEL**

**Monterrey, Nuevo León, México a 10 junio 2025**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y  
RELACIONES INTERNACIONALES



Doctorado en Filosofía con Orientación en Ciencias Políticas

Los integrantes de H. Jurado examinador de sustentante:

**MAURICIO DE JESÚS ROBLES MONTIEL**

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

**ANÁLISIS DEL PROCESO DE DEMOCRATIZACIÓN DE LA  
COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y DE SU  
CONTRIBUCIÓN EN EL DESARROLLO DE COMPROMISO  
DEMOCRÁTICO CIUDADANO**

FIRMAS DEL HONORABLE JURADO

---

Dra. Alma Rosa Saldierna Salas  
Presidente

---

Dr. Carlos Muñiz Muriel  
Secretario

---

Dra. Cintia Smith Pusseto  
Primer vocal

---

Dr. Felipe de Jesús Marañón Lazcano  
Segundo Vocal

---

Dra. Marcela Cavazos Guajardo Solís  
Tercer Vocal

---

Dra. Verónica A. Cuevas Pérez  
Subdirector de Posgrado e Investigación

Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León a 10 junio 2025

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

El presente trabajo fue realizado gracias al apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) y dirigido por el Doctor Carlos Muñiz Muriel.

Declaro solemnemente en honor a la verdad, que el trabajo presentado en este documento es fruto de mi autoría. Que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación previa, ni previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Nombre: Mauricio de Jesús Robles Montiel.

---

Unidad Mederos, Monterrey, Nuevo León a 10 junio 2025

## Sol de Monterrey

Alfonso Reyes

*No cabe duda: de niño,  
a mí me seguía el sol.*

*Andaba detrás de mí  
como perrito faldero;  
despeinado y dulce,  
claro y amarillo:  
ese sol con sueño  
que sigue a los niños.*

*Saltaba de patio en patio,  
se revolcaba en mi alcoba.  
Aun creo que algunas veces  
lo espantaban con la escoba.  
Y a la mañana siguiente,  
ya estaba otra vez conmigo,  
despeinado y dulce,  
claro y amarillo:  
ese sol con sueño  
que sigue a los niños.*

*(El fuego de mayo  
me armó caballero:  
yo era el Niño Andante,  
y el sol, mi escudero.)*

*Todo el cielo era de añil;  
toda la casa, de oro.  
¡Cuánto sol se me metía  
por los ojos!  
Mar adentro de la frente,  
a donde quiera que voy,  
aunque haya nubes cerradas,  
¡oh cuánto me pesa el sol!  
¡Oh cuánto me duele, adentro,*

*esa cisterna de sol  
que viaja conmigo!*

*Yo no conocí en mi infancia  
sombra, sino resolana.  
Cada ventana era sol,  
cada cuarto era ventanas.*

*Los corredores tendían  
arcos de luz por la casa.  
En los árboles ardían  
las ascuas de las naranjas,  
y la huerta en lumbre viva  
se doraba.*

*Los pavos reales eran  
parientes del sol. La garza  
empezaba a llamear  
a cada paso que daba.*

*Y a mí el sol me desvestía  
para pegarse conmigo,  
despeinado y dulce,  
claro y amarillo:  
ese sol con sueño  
que sigue a los niños.*

*Cuando salí de mi casa  
con mi bastón y mi hato,  
le dije a mi corazón:  
-¡Ya llevas sol para rato!-  
Es tesoro —y no se acaba:  
no se me acaba — lo gasto.  
Traigo tanto sol adentro  
que ya tanto sol me cansa.  
Yo no conocí en mi infancia  
sombra, sino resolana.*

## **DEDICATORIA**

A mi hijo

**Leonardo de Jesús**

Porque solo en la idea de tu llegada encontré la fuerza para seguir.

A mi hijo

**Enrique**

Completaste mi mundo. Me has dado el privilegio de presenciar el milagro de la vida por segunda vez, tan único y especial como jamás imaginé que pudiera ser.

A mi esposa

**Leticia**

Tu amor, fortaleza, paciencia y comprensión han sido guía y soporte, has hecho de mí una mejor persona.

A mis padres

**Aida y Nicolás**

Gracias por una extraordinaria infancia llena de sol.

A mis hermanos

**Aida y Manolo / Sergio y Diana**

A mis sobrinos

**Sergio R.**

**Víctor V.**

**Marcelo V.**

**Lina R.**

# AGRADECIMIENTOS

## **Universidad Autónoma de Nuevo León**

Por abrirme las puertas del conocimiento y brindarme un espacio donde crecer personal y profesionalmente. A la **Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales** por ser el hogar académico donde encontré la pasión por aprender y compartir ideas que transforman realidades. **Subdirección de Posgrado e Investigación**, por su labor incansable en garantizar que cada uno de nosotros tuviera las herramientas para avanzar.

**Conahcyt**, por su apoyo invaluable, que hizo posible que este sueño académico se convirtiera en realidad.

Al Sr. Director de la Facultad, **Dr. Abrahan Hernández Paz**, gracias por sus atenciones y su franca amistad. Dirección de tesis **Dr. Carlos Muñiz**, por su guía, paciencia y compromiso, que marcaron la diferencia en cada etapa de este proceso, usted es un ejemplo como docente y académico, por su conocimiento y la humildad para compartirlo, gracias. **Compañeros del Doctorado**, por las conversaciones, debates y aprendizajes compartidos que enriquecieron este viaje. Mis **Alumnos de licenciatura**, gracias por compartir su pasión, curiosidad y energía que motiva y recuerda el sentido original.

## **A mis años en el sector público**

Por la oportunidad de ver la realidad de cerca y confirmar la importancia de trabajar por el bien común. Por haberme dado el privilegio de trabajar con líderes brillantes, comprometidos y entregados a sus responsabilidades, fueron guía y ejemplo de lo que significa ser un buen servidor público.

## **A la amistad**

Gracias por ser mi fuerza, mi refugio y una parte fundamental de quien soy.

**A México**

GRACIAS

## TABLA DE CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| <i>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</i> .....                                  | 4  |
| <i>DEDICATORIA</i> .....  | 6  |
| <i>AGRADECIMIENTOS</i> .....  | 7  |
| <i>TABLA DE CONTENIDO</i> .....   | 8  |
| <i>LISTA DE TABLAS</i> .....  | 10 |
| <i>LISTA DE FIGURAS</i> .....   | 14 |
| <i>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</i> .....                                     | 15 |
| 1.1. Antecedentes del problema .....                                      | 15 |
| 1.2. Problema .....   | 24 |
| 1.3. Justificación .....  | 25 |
| 1.4. Objetivos .....  | 27 |
| 1.5. Hipótesis.....   | 28 |
| 1.6. Marco conceptual.....  | 28 |
| 1.7. Modelo de investigación.....   | 30 |
| 1.8. Diseño de la investigación .....                                     | 32 |
| <i>CAPÍTULO II. COMPROMISO DEMOCRÁTICO CIUDADANO</i> .....                | 33 |
| 2.1. El compromiso ciudadano como objeto de estudio .....                 | 33 |
| 2.2. Compromiso ciudadano en el caso mexicano .....                       | 36 |
| 2.3. Participación ciudadana .....  | 41 |
| 2.4. Ciudadanía y la comunicación pública: caso Nuevo León.....           | 50 |
| <i>CAPÍTULO III. LA COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LOS GOBIERNOS</i> .... | 54 |
| 3.1. La comunicación como campo de estudio .....                          | 54 |
| 3.2. Teorías y perspectivas de la comunicación de los gobiernos.....      | 55 |
| 3.3. La comunicación política y sus efectos.....                          | 62 |
| 3.4. La comunicación gubernamental y su democratización .....             | 65 |
| 3.4.1. Comunicación gubernamental.....                                    | 66 |
| 3.4.2. El concepto democratización aplicado a la comunicación.....        | 72 |
| 3.4.3. La comunicación gubernamental democratizada.....                   | 75 |
| 3.4.4. Comunicación pública y ciudadanía .....                            | 76 |
| <i>CAPÍTULO IV. COMPROBACIÓN CUALITATIVA</i> .....                        | 80 |

|   |            |
|---|------------|
| 4.1. Contexto teórico .....   | 80         |
| 4.2. Diseño de investigación .....  | 82         |
| 4.3. Definición de participantes del estudio .....                          | 83         |
| 4.4. Instrumento.....   | 84         |
| 4.5. Categorías, subcategorías y matriz de categorización de variables..... | 86         |
| 4.6. Análisis de resultados .....   | 86         |
| 4.6.1. Disponibilidad .....   | 88         |
| 4.6.2. Accesibilidad.....   | 90         |
| 4.6.3. Calidad .....  | 92         |
| 4.6.4. Conocimiento público .....   | 96         |
| 4.6.5. Sentimiento de eficacia política.....                                | 98         |
| 4.6.6. Participación convencional.....                                      | 100        |
| 4.7. Conclusiones particulares del estudio.....                             | 102        |
| <b>CAPÍTULO V. COMPROBACIÓN CUANTITATIVA .....</b>                          | <b>105</b> |
| 5.1. Contextualización de la situación .....                                | 105        |
| 5.2. Técnica de recolección de datos .....                                  | 107        |
| 5.3. Instrumento de recolección de datos.....                               | 110        |
| 5.4. Validación del cuestionario .....                                      | 115        |
| 5.4.1. Validación de constructo .....                                       | 115        |
| 5.4.2. Validación de contenido.....   | 117        |
| 5.4.3. Validación externa .....   | 120        |
| 5.4.4. Instrumento definitivo .....   | 121        |
| 5.5. Procesamiento seguido.....   | 125        |
| 5.6.1. Análisis de fiabilidad y factorial del instrumento definitivo .....  | 127        |
| 5.6.2. Análisis y resultados cuantitativos.....                             | 130        |
| 5.6.3. Comparación entre dimensiones.....                                   | 188        |
| 5.7. Conclusiones particulares del estudio.....                             | 190        |
| <b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES.....</b>                                       | <b>192</b> |
| 6.1. Limitaciones del estudio y posibles líneas de trabajo futuras .....    | 210        |
| <b>REFERENCIAS.....</b>   | <b>213</b> |
| <i>Anexo I. Cuestionario aplicado en la encuesta .....</i>                  | <i>223</i> |
| <i>Anexo II. Entrevistado 1.....</i>  | <i>233</i> |
| <i>Anexo III. Entrevistado 2.....</i>                                       | <i>246</i> |
| <i>Anexo IV. Entrevistado 3 .....</i>                                       | <i>264</i> |
| <i>Anexo V. Entrevistado 4 .....</i>  | <i>279</i> |

## LISTA DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1. La diferenciación de la comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo .....   | 71  |
| Tabla 2. Aspectos generales de validación del instrumento .....   | 84  |
| Tabla 3. Matriz de categorización.....  | 86  |
| Tabla 4. Personas mayores de edad por municipio .....   | 109 |
| Tabla 5. Distribución proporcional de la muestra.....   | 110 |
| Tabla 6. Dimensiones e indicadores del instrumento de recolección de datos .....  | 112 |
| Tabla 7. Análisis factorial de la prueba piloto.....  | 117 |
| Tabla 8. Análisis de fiabilidad de la prueba piloto.....  | 120 |
| Tabla 9. Dimensiones e indicadores del instrumento de recolección de datos definitivo .....   | 121 |
| Tabla 10. Distribución de la muestra final.....   | 127 |
| Tabla 11. Análisis de fiabilidad del instrumento definitivo.....  | 128 |
| Tabla 12. Análisis factorial del instrumento definitivo.....  | 130 |
| Tabla 13. La comunicación del gobierno a través de medios tradicionales (tv, radio, prensa) y digitales (redes sociales) me mantiene informado sobre las decisiones que se toman..... | 131 |
| Tabla 14. La forma en que el gobierno maneja y organiza la información sobre sus actividades es transparente en sus procesos gubernamentales.....                                     | 131 |
| Tabla 15. La participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno.....   | 132 |
| Tabla 16. Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos. ....   | 133 |
| Tabla 17. La información importante para la ciudadanía, generada por el gobierno, es fácil de encontrar para todos a través de distintos medios o plataformas. ....                   | 134 |
| Tabla 18. La comunicación del gobierno es clara y comprensible. ....  | 134 |
| Tabla 19. La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada.....   | 135 |
| Tabla 20. El gobierno responde de manera efectiva a los comentarios y críticas de los ciudadanos.....   | 136 |
| Tabla 21. La comunicación del gobierno está adaptada para diferentes grupos de personas.....  | 136 |
| Tabla 22. Jerarquización de los ítems de la dimensión: Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política. ....  | 138 |
| Tabla 23. La comunicación del gobierno se basa en pruebas y datos que se pueden verificar. ....   | 140 |
| Tabla 24. El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas. ....   | 140 |
| Tabla 25. El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos. ....   | 141 |
| Tabla 26. La información que el gobierno proporciona está libre de un enfoque manipulado y a conveniencia del mismo gobierno.....   | 142 |
| Tabla 27. La información estadística que el gobierno presenta es confiable.....   | 142 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 28. La comunicación del gobierno es fácil de entender para la mayoría, incluso cuando trata temas complejos. ....                                    | 143 |
| Tabla 29. La información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones.....  | 144 |
| Tabla 30. El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos. ....   | 145 |
| Tabla 31. El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas. ....  | 145 |
| Tabla 32. Jerarquización de los ítems de la dimensión: Comunicación pública basada en evidencias y datos.....  | 147 |
| Tabla 33. La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos. ....  | 149 |
| Tabla 34. El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos .....                | 149 |
| Tabla 35. El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía.....                                 | 150 |
| Tabla 36. La información en redes sociales le resulta suficiente; es decir, le permite conocer sobre políticas y decisiones. ....                          | 151 |
| Tabla 37. La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder.....  | 152 |
| Tabla 38. La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido.....  | 152 |
| Tabla 39. El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales. ....   | 153 |
| Tabla 40. El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones.....                           | 154 |
| Tabla 41. La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es mejor que en los canales tradicionales. ....                                 | 154 |
| Tabla 42. Jerarquización de los ítems de la dimensión: Comunicación gubernamental en la era digital .....  | 156 |
| Tabla 43. La comunicación pública ayuda a entender temas importantes para los ciudadanos como planes, estrategias o políticas públicas. ....               | 158 |
| Tabla 44. La comunicación del gobierno lo motiva a participar en procesos democráticos. ....   | 158 |
| Tabla 45. La comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades. ....   | 159 |
| Tabla 46. La comunicación del gobierno fomenta acciones positivas en la sociedad .....   | 160 |
| Tabla 47. La comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones.....   | 160 |
| Tabla 48. La comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella. ....  | 161 |
| Tabla 49. La comunicación del gobierno influye en cómo se siente la ciudadanía sobre seguridad y bienestar.....  | 162 |
| Tabla 50. La comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social, se presenta en formar para que todos la puedan entender..... | 163 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 51. La comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública.....  | 163 |
| Tabla 52. Jerarquización de los ítems de la dimensión: Impacto de la comunicación pública.....  | 165 |
| Tabla 53. Las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad.....   | 167 |
| Tabla 54. La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa.....   | 167 |
| Tabla 55. El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.....   | 168 |
| Tabla 56. Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación.....   | 169 |
| Tabla 57. Las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación.....   | 169 |
| Tabla 58. El gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación.....  | 170 |
| Tabla 59. El gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz.....  | 171 |
| Tabla 60. El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas.....   | 172 |
| Tabla 61. La forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad.....  | 172 |
| Tabla 62. Jerarquización de los ítems de la dimensión: Respuesta a la desinformación en la comunicación pública.....  | 175 |
| Tabla 63. La comunicación del gobierno es suficiente para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos como políticas sociales o de servicios de salud..... | 177 |
| Tabla 64. La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos.....   | 178 |
| Tabla 65. El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos.....   | 178 |
| Tabla 66. La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable.....  | 179 |
| Tabla 67. El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos.....   | 180 |
| Tabla 68. La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas.....  | 180 |
| Tabla 69. El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad.....                                     | 181 |
| Tabla 70. La comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos, no solo en objetivos políticos.....               | 182 |
| Tabla 71. La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos.....                        | 182 |
| Tabla 72. Jerarquización de los ítems de la dimensión: Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos.....   | 184 |
| Tabla 73. Género de los encuestados.....  | 185 |
| Tabla 74. Rango de edad de los encuestados.....   | 186 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 75. Ingreso mensual de los encuestados.....                          | 187 |
| Tabla 76. Nivel de estudios de los encuestados .....                       | 187 |
| Tabla 77. Comparativa de estadísticos de las dimensiones consideradas..... | 189 |

## LISTA DE FIGURAS

|   |     |
|---|-----|
| Figura 1. <i>Crisis de confianza en los gobiernos y en la información</i> .....   | 76  |
| Figura 2. <i>Condiciones para una función de comunicación gubernamental eficaz.</i> ....  | 78  |
| Figura 3. <i>Elementos de la comunicación gubernamental democratizada</i> .....   | 87  |
| Figura 4. <i>Disponibilidad (Codificación por elemento)</i> .....   | 95  |
| Figura 5. <i>Accesibilidad (Codificación por elemento)</i> .....  | 95  |
| Figura 6. <i>Calidad (Codificación por elemento)</i> .....  | 96  |
| Figura 7. <i>Análisis estadísticos de la dimensión: Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política.</i> .....          | 139 |
| Figura 8. <i>Análisis estadísticos de la dimensión: Comunicación pública basada en evidencias y datos</i> .....                   | 148 |
| Figura 9. <i>Análisis estadísticos de la dimensión: Comunicación gubernamental en la era digital</i> .....                        | 157 |
| Figura 10. <i>Análisis estadísticos de la dimensión: Impacto de la comunicación pública</i> .....                                 | 166 |
| Figura 11. <i>Análisis estadísticos de la dimensión: Respuesta a la desinformación en la comunicación pública</i> .....           | 176 |
| Figura 12. <i>Análisis estadísticos de la dimensión: Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos.</i> ..... | 185 |

# CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Antecedentes del problema

El Gobierno como institución del Estado contemporáneo, en la búsqueda constante del consenso, tiene la necesidad inherente de comunicar a la ciudadanía los resultados de sus acciones y de las políticas públicas diseñadas e implementadas en pro de mejorar las condiciones de vida de todos los integrantes de la comunidad (Riorda, 2011). Las administraciones públicas operan en una lógica de intensidad permanente debido a que la vida moderna ha aumentado la velocidad de las transformaciones sociales, políticas y económicas (Uvalle, 2003). En este contexto, la forma en que se establecen los vínculos comunicativos entre gobierno y sociedad toman una mayor relevancia (Medero, 2016). Sin embargo, el análisis de esta situación no es un tema reciente, la comunicación ha sido objeto de estudio desde múltiples perspectivas y enfoques a lo largo de su historia, como lo menciona Algarra (2009); uno de los primeros trabajos realizados con el propósito específico de comprender y explicar el fenómeno de la comunicación es el realizado por los físico-matemáticos Wiener, Shannon y Weaver a finales de la década de los años 1940, el cual se enfocó en analizar cómo se transmite la información, cómo medir su impacto y cómo mejorar la eficiencia y efectividad de la comunicación a través de un enfoque positivista y cuantitativo. Desde ese entonces, los estudios sobre comunicación han sido muy diversos en cuanto a sus perspectivas y enfoques (Castro y Filippi, 2010).

Por otro lado, la teoría crítica surgida de la Escuela de Frankfurt y promovida por intelectuales de renombre como Adorno, Horkheimer, Marcuse y Jürgen Habermas, dedicó uno de sus enfoques al análisis crítico de la comunicación, esto dio lugar a una nueva forma de abordarla y entenderla; principalmente, este enfoque considera el contexto histórico, social y político en el que se desarrolla, en lugar de ser vista como un fenómeno aislado. De igual manera, este enfoque cuestiona la perspectiva centrada en los medios de comunicación, lo que derivó en la aparición de la Economía Política de la Comunicación, una línea de estudio que analiza la naturaleza y función del sistema mediático desde la perspectiva del acceso y control ciudadano

(Caballero, 2011); esta se reconoce como una de las aproximaciones fundamentales en la investigación del comportamiento económico de los medios de comunicación, abarcando el análisis de sus procesos de producción, las diversas modalidades de crecimiento y desarrollo, así como las políticas públicas relacionadas (Califano, 2021).

Los conceptos teóricos anteriormente analizados indican que las sociedades tienen ciudadanos con características acordes a los tiempos que viven; por ejemplo, actualmente, existe un ciudadano que puede ser considerado moderno, organizado e informado y que, tras tener un mayor acceso a fuentes informativas, se vuelve más exigente y selectivo; en este escenario, la comunicación que realizan los gobernantes no es la excepción, actualmente, los ciudadanos requieren un trato digno y justo y, en términos de acceso a la información de la administración, buscan mayor calidad en su desempeño (Uvalle, 2003). En este sentido, se ha señalado que el Estado Contemporáneo se encuentra en un escenario permanente de crisis de legitimidad (Cabrero, 1995). La legitimidad es la base del poder del Estado, es la aceptación y reconocimiento de la sociedad hacia la autoridad y el derecho del Estado para gobernar y tomar decisiones en su nombre; cuando el Estado no logra cumplir con las expectativas de la ciudadanía, la legitimidad de sus acciones y decisiones puede verse comprometida (Weber, 1958).

La sociedad contemporánea, a raíz de la aparición de una mayor cantidad de fuentes informativas, ha adoptado nuevas modalidades democráticas que priorizan la participación directa del ciudadano en la gestión de soluciones y evaluación de sus efectos, dejando atrás esquemas donde la participación se centra exclusivamente en las exigencias hacia la clase gobernante (Cabrero, 1995). En este escenario, la comunicación que emana del gobierno o de la administración toma un papel preponderante a la hora de enfrentar las crisis, y no solo cuando se trata de la legitimidad o la validación de una gestión. La comunicación de un gobierno impacta directamente la calidad de vida de sus gobernados al convertirlos en personas mejor informadas y con mayores argumentos para decidir e involucrarse y, en ocasiones, como ocurrió en la coyuntura de la crisis sanitaria del COVID-19, “la posibilidad de que estos sigan viviendo” (Garnett, 1992 citado por Canel & Sanders, 2010, pág. 2).

La forma en la que se desarrolla el proceso de comunicación entre las instituciones que conforman la administración gubernamental, así como las características de los ciudadanos actuales que, entre otros aspectos, cuentan con acceso a una mayor cantidad de fuentes informativas (Sánchez-Vanderkast, 2013), exige que se desarrollen estudios e investigaciones respecto a la comunicación realizada por el gobierno. La complejidad del concepto de comunicación se ve acentuada cuando se agrega el componente gubernamental, lo que genera una mayor complicación debido a las diferentes interpretaciones y enfoques que pueden surgir al analizarlo desde distintas perspectivas. Según Méndez (2015), el estudio de la comunicación gubernamental puede considerarse como un campo de investigación completo, ya que cumple con las tres características fundamentales de cualquier campo de estudio: unidad temática, unidad teórica y unidad metodológica. Esto permite una exploración amplia y diversa desde diversas perspectivas teóricas y académicas.

En el abordaje teórico de la comunicación gubernamental, diversas teorías resultan pertinentes para comprender la complejidad de este fenómeno. En particular, dos enfoques destacan por su relevancia en el presente estudio: la teoría del *framing* y la del *agenda setting*. La teoría del *framing* se centra en el proceso mediante el cual los emisores de mensajes —tanto los medios de comunicación, como los actores políticos— seleccionan y estructuran ciertos aspectos de la realidad con el propósito de influir en la interpretación y percepción de los receptores. Este enfoque permite analizar cómo los actores políticos inciden en los medios al transmitir determinados puntos de vista, así como la forma en que los propios medios pueden moldear la comprensión pública de los hechos al enfatizar ciertos elementos y presentarlos bajo marcos interpretativos específicos (Muñiz, 2020); por su parte, desde la teoría de la *agenda setting*, se postula que los medios de comunicación tienen la capacidad de construcción de una agenda mediática, y con ello, determinan lo que se considera importante en la opinión pública (Aruguete, 2009).

Los enfoques teóricos señalados ponen en evidencia la necesidad de analizar el impacto que tiene la información en la formación de la opinión pública puesto que en algunos casos, los medios de comunicación (tradicionales o digitales) se han convertido en la única fuente noticiosa para los ciudadanos. En este sentido, la opinión que la

sociedad guarde respecto a los asuntos públicos es un tema de interés para toda administración pública. El enfoque de las relaciones públicas tiene como objetivo establecer una comunicación efectiva y una comprensión mutua entre las organizaciones y la sociedad (Bernays, 1942). A pesar de la relevancia de la relación entre el gobierno y la sociedad, así como del reconocimiento del papel que desempeña la comunicación en esta dinámica, históricamente, en el ejercicio de la función pública, la comunicación se ha establecido como un área de apoyo para las áreas principales. Riorda y Elizalde (2013) han señalado que la gestión no puede ser efectiva sin una comunicación adecuada, “no significa que la comunicación es más importante que la gestión, sino que la gestión es también comunicación” (p. 12).

Como campo de estudio, la comunicación gubernamental ha sido objeto de poca atención en comparación con otros aspectos de la comunicación, como la comunicación política, la comunicación electoral, el marketing político, entre otros (Canel y Sanders, 2010). Ha existido una escasez de investigaciones que aborden la comunicación llevada a cabo por los gobiernos durante sus periodos de gestión, dicho de otra forma, esos períodos que ocurren entre los procesos electorales (Bruno et al., 2022). En el continente europeo, la producción de investigación relacionada a la comunicación gubernamental ha prestado atención a dos temas principalmente: la comunicación durante situaciones de crisis generadas por actos terroristas y la comunicación en elecciones y campañas políticas en el contexto de la Unión Europea (Canel y Sanders, 2010).

En el Reino Unido, la producción de investigación académica en materia de comunicación se ha enfocado principalmente en la comunicación del primer ministro, particularmente en el desarrollo del “*Spin*”, definido como la manera en que se presenta la información a los medios para que estos la puedan retomar de forma natural u orgánica (Ailes, 2012). En el mismo sentido, Canel y Sanders (2010) señalan que en Europa “las cuestiones organizacionales, incluidas la estructura y actuación de las relaciones con los medios, no han sido tratadas sistemáticamente” (p. 11). Las autoras señalan que es Estados Unidos el país donde se han realizado más investigaciones sobre comunicación gubernamental; sin embargo, se han enfocado principalmente en la figura presidencial, su lenguaje, estrategias y relación con los medios, incurriendo en

lo que las autoras consideran en una falta de atención en la comunicación de las agencias gubernamentales (Canel y Sanders, 2010).

Es preciso indicar que la comunicación gubernamental no sólo debe establecerse en épocas o períodos electorales; este tipo de estrategias informativas deben mantenerse de manera permanente para consolidar a los ciudadanos como personas con conocimiento respecto a su entorno y con una mayor disposición a participar en procesos políticos y no solamente electorales. En el análisis de la comunicación gubernamental en periodos no electorales, Canel y Sanders (2010) reconocen que, si bien se han desarrollado diversos modelos y marcos teóricos para abordar la relación entre los gobiernos y sus públicos —como el modelo de Fisher y Horsley (2007) o el marco de competencias planteado por Gregory (2006)—, aún persisten vacíos importantes en la sistematización del conocimiento en este campo.

Las autoras subrayan que, a pesar del valor que aportan estas propuestas, “no localizaron trabajos que deriven en descripciones sistemáticas sobre el estado de la cuestión” (Canel y Sanders, 2010, p. 6), lo que evidencia la necesidad de avanzar hacia enfoques más integrados y exhaustivos que permitan comprender mejor las prácticas comunicativas gubernamentales fuera del contexto electoral. En la segunda década del siglo XXI, la comunicación gubernamental ha cobrado mayor relevancia como objeto de estudio debido a diversos factores, entre los que se encuentran la profesionalización y consolidación del aparato estatal. A pesar de esto, la producción académica en este campo continúa concentrándose en gran medida en el ámbito político y electoral (Bruno et al., 2022; Ruiz, 2023).

La investigación en términos de la problemática anteriormente descrita adquiere una mayor importancia puesto que en la actualidad la comunicación gubernamental se ve influenciada por los medios sociales y digitales, lo que implica un elemento adicional a considerar. De igual forma, una tendencia creciente en la investigación académica se enfoca en la reestructuración de la presencia digital de los gobiernos (Ruiz, 2023). Diversos estudios sobre la relación entre la comunicación gubernamental y la democracia muestran evidencia de la interdependencia de estos dos conceptos. Según Andrade (2001), para que exista una democracia plena, se requiere de una

comunicación democrática que permita un diálogo igualitario y bidireccional entre los actores políticos.

Los medios de comunicación, a través de la información publicada respecto a las actividades gubernamentales cumplen con la función de mantener a los ciudadanos al tanto de las políticas públicas implementadas para aumentar la calidad de vida de la sociedad; además, estas acciones permiten que los ciudadanos cuenten con un mayor conocimiento respecto a lo que ocurre en su entorno y, con ello, puedan involucrarse en los procesos políticos. La democratización de la comunicación es un concepto amplio y complejo que ha sido objeto de estudio en diferentes disciplinas. Según Díaz (1982), este término se refiere a "la expansión y horizontalización de canales, flujos y metodologías de acceso" (p. 14), esto enfocado a los medios de comunicación. Sin embargo, esta definición no es suficiente para comprender la complejidad del fenómeno. La Comisión MacBride, designada por la UNESCO para analizar los desafíos de la comunicación de los gobiernos, propuso la siguiente definición para la democratización de la comunicación, presentándola como un proceso el que "el individuo se convierte en un elemento activo, en lugar de ser un mero objeto de la comunicación, lo que representa una transformación profunda en las estructuras sociales y culturales que rigen el proceso comunicativo" (Díaz, 1982, p. 13).

Díaz (1982) utiliza el término democratización de la comunicación como un constructo, es decir, una construcción teórica que se utiliza para describir un fenómeno complejo y multifacético (Hernández-Sampieri, 2006). De igual forma, el autor hace referencia a múltiples teorías desde las cuales se puede dar validez al concepto que se está analizando. Existe la posibilidad de confundir el término "democratización de la comunicación" con la democratización de la sociedad sí misma, o ser reducido a la mera expansión de los medios masivos a una mayor proporción de la población. Uno de los aspectos clave en la democratización de la comunicación es la valoración del individuo, es decir, que todas las personas sean consideradas de igual manera y tengan el mismo valor, sin importar su raza, color, religión, sexo, cultura o estatus socioeconómico (Díaz, 1982).

Por otro lado, la comunicación gubernamental no puede ser considerada como una mera consecuencia de la actuación gubernamental, sino que debe ser considerada un elemento integral y presente en todos los aspectos involucrados en la acción de gobierno. De esta manera, no solo se busca garantizar la legitimidad de las medidas adoptadas, sino también su viabilidad, la coordinación entre los diferentes actores involucrados y, en última instancia, el logro de los objetivos de los programas de acción gubernamental. Esta perspectiva resalta la importancia de una comunicación efectiva y estratégica por parte del gobierno, reconociendo que la comunicación gubernamental no se limita a la difusión de información, sino que abarca un enfoque amplio Moreno (2012) citado por (Crespo & Moreno, 2015).

Una perspectiva adicional en relación con la democratización de la comunicación se centra en el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en la forma en que se ejerce el poder. Estas tecnologías han transformado la dinámica de la comunicación, permitiendo que los ciudadanos sean también actores activos en la generación de contenido en lugar de ser meros receptores. Esta evolución ha llevado a un cambio significativo en la dinámica política, pasando de una "campaña permanente" a una "ciudadanía permanente", donde los ciudadanos tienen la capacidad de expresar sus demandas colectivas y ejercer influencia en la agenda política de manera más inmediata y directa (Medero, 2016; Gómez, 2018). Este fenómeno refleja un nuevo escenario en el que la comunicación no solo se limita a los actores políticos tradicionales, sino que se extiende a una participación ciudadana más activa y empoderada en el proceso político.

Para democratizar la comunicación se consideran las ideas presentadas por Kaplún (2005), quien aborda el tema desde la perspectiva de los comunicadores y se exploran las contribuciones que estos pueden hacer para mejorar los niveles de democratización en este ámbito. El autor estructura cuatro ideas principales: 1) La palabra del otro, 2) Democratizar el lenguaje, 3) Democratizar los medios, y 4) Democratizar la comunicación. En este sentido se retoma lo expuesto por Alawode y Adesanya, (2016), respecto a que la comunicación gubernamental debe ser clara, precisa y accesible para todos los ciudadanos, ya que esto puede mejorar la confianza en el gobierno y fomentar la participación ciudadana.

El concepto de participación ciudadana está intrínsecamente vinculado al compromiso democrático de los ciudadanos, lo cual lo convierte en un tema de gran relevancia en el estudio del fortalecimiento de la democracia. Existen evidencias que indican que un mayor compromiso democrático por parte de los ciudadanos puede tener un impacto positivo en la calidad de la toma de decisiones públicas (Tromble, 2018). Además, esta mayor participación ciudadana puede promover una comunicación directa entre los políticos y los ciudadanos, sin la necesidad de intermediarios, lo que a su vez contribuye a una mejora en la representación política y en la relación entre gobernantes y gobernados. Este fenómeno refleja la importancia de fomentar y promover la participación activa de los ciudadanos en los asuntos públicos como elemento clave para fortalecer la democracia y lograr una sociedad más participativa y democrática (Tromble, 2018; Moreno, 2018).

La participación ciudadana constituye un elemento fundamental en la interacción efectiva entre el gobierno y la sociedad, y su éxito depende en gran medida de la capacidad de los ciudadanos para involucrarse activamente en los asuntos públicos. En este marco, la comunicación gubernamental y el compromiso democrático ciudadano aparecen como dimensiones estrechamente vinculadas, cuya relevancia es crucial tanto para la vida social como para el fortalecimiento de los sistemas democráticos (Sanderson, 1999). Desde esta perspectiva, resulta pertinente considerar el planteamiento de Orozco (2014), quien sostiene que la fortaleza de la democracia deliberativa reside en la comunicación. Para desarrollar esta idea, retoma los aportes teóricos de Jürgen Habermas (2010) y John Dewey (1995), y destaca que dicho modelo democrático “supone una forma de vida basada en el diálogo y la discusión” (Orozco, 2014, p. 105). Así, la democracia deliberativa se concibe como un proceso en el que se generan mecanismos que permiten construir decisiones políticas de manera colectiva, a través del intercambio argumentado entre los diversos actores sociales. Este enfoque enfatiza la importancia de establecer vínculos y compromisos mediante la participación activa de la ciudadanía, reconociendo que no solo los líderes gubernamentales desempeñan un papel central, sino también las organizaciones de la sociedad civil (Orozco, 2014). Como un ejemplo de lo anterior, podemos abordar el caso mexicano, y lo relacionado a la crisis de confianza y deslegitimación que el gobierno de México

ha enfrentado en su estructura gubernamental desde hace varios años. Este problema ha afectado la reputación del gobierno y ha generado altos niveles de apatía entre la ciudadanía. Como hemos visto, el discurso de las organizaciones gubernamentales es crucial para establecer la confianza ciudadana. Por tal motivo la comunicación gubernamental juega un papel preponderante en el desarrollo de una democracia más participativa y deliberativa. Hernández-Flores y Navarro-Sequeira (2020) retoman las palabras de García-Marzá (2017) al señalar que, en el sentido de la responsabilidad comunicacional, “una organización (una institución) no es responsable y después lo comunica, sino que en comunicar lo que hace, radica su responsabilidad” (p. 269 y 270).

Desde una perspectiva académica, se ha abordado el caso de las conferencias de prensa del presidente de México, esto desde una postura crítica. Un ejemplo de ello lo encontramos en el trabajo de Estrada (2022), en su libro *El Imperio de los Otros Datos: Tres años de falsedades y engaños desde palacio*, el autor señala que el presidente de México, Andrés López Obrador, se ha convertido en el primer jefe de Estado y de gobierno en la historia en realizar conferencias de prensa diarias, lo que representa una práctica sin precedentes. Más de 700 conferencias de prensa, con una duración promedio de casi dos horas, durante las cuales los medios de comunicación asisten para informar sobre los anuncios realizados, sin embargo, el autor afirma que, “El presidente acumula cerca de 67,000 afirmaciones falsas, engañosas o que no puede probar, en la primera mitad de su administración, un promedio de 90 diarias” (Estrada, 2022, p. 2).

El ejercicio de comunicación del gobierno de México se puede ver en todo su esplendor en la representación de las conferencias de prensa matutinas, mejor conocidas como “Las mañaneras”. Domínguez (2022) invita a una reflexión respecto a las transformaciones que se dan en materia de comunicación política en la presente administración. Esta autora parte de la hipótesis de que las conferencias de prensa “promueven en su propio ejercicio una democratización del ecosistema mediático” (p. 54). Domínguez (2022, p. 58) retoma el planteamiento de Aceves (2013), quien afirma que “al existir una ciudadanía informada, competente, instruida, debidamente

preparada para la toma de decisiones colectivas y el control de los gobernantes”, puede hablarse de un proceso de democratización de la comunicación.

La comunicación gubernamental democratizada es un tema relevante en el contexto actual de los procesos políticos contemporáneos, ya que puede influir en el compromiso democrático ciudadano (Domínguez, 2022). En este sentido, y como componentes de lo antes señalado, se han realizado diversos estudios que abordan temas como la inclusión de las perspectivas marginadas (Díaz, 1982), el uso de un lenguaje accesible (Kaplún, 2005), la diversidad en la propiedad, el control de los medios y su responsabilidad social (Martínez & Sanmartín, 2018), aspectos relevantes para lograr una comunicación más equitativa e inclusiva (Díaz, 2017).

## **1.2. Problema**

El problema principal que se aborda en este proyecto de investigación se centra en el análisis de las estrategias de comunicación establecidas entre las administraciones gubernamentales y los ciudadanos como un elemento clave para que estos últimos sean capaces de tener mayores y mejores argumentos en torno a lo que sucede en la sociedad y, con ello, adquirir un mayor conocimiento que les permita participar e involucrarse en la vida política.

Sin embargo, la situación analizada en este trabajo propone una evolución de la comunicación política como se ha llevado a cabo durante las últimas décadas; este proceso que se encuentra en constante evolución ha presentado cambios que han provocado el desarrollo de la denominada comunicación gubernamental que, entre otros aspectos, se centra en desarrollar estrategias que permitan que, desde la comunicación, se establezca una relación informativa más estrecha con la ciudadanía que le permita estar verdaderamente enterada respecto a las actividades de los gobernantes y de las dependencias informativas y, con ello, ayudar a consolidar el compromiso democrático.

En el contexto de los procesos políticos contemporáneos, la comunicación gubernamental democratizada se perfila como un elemento potencialmente relevante para fortalecer el compromiso democrático ciudadano. Sin embargo, en el caso del

estado de Nuevo León, surge la duda sobre si este tipo de comunicación está presente en las prácticas del gobierno estatal, cuáles son sus características y, en su caso, en qué medida podría incidir en el desarrollo del compromiso democrático de la ciudadanía. Esta incertidumbre da origen a la necesidad de analizar cómo se configura la relación comunicativa entre gobierno y ciudadanía, y qué implicaciones tiene dicha interacción en la construcción de una ciudadanía más activa y comprometida con lo público.

### **1.3. Justificación**

La comunicación que emana de los gobiernos cuenta con una utilidad intrínseca desde su concepción misma, ya que representa un importante componente para mantener informados a los ciudadanos sobre las acciones de gobierno, coordinar actividades en momentos de crisis o la generación de opinión pública. La presente investigación se justifica por la necesidad de investigar si es posible una comunicación gubernamental con presencia de elementos de democratización, y explorar de qué manera y en qué medida este tipo de comunicación puede impactar el compromiso democrático ciudadano. Por ello una aportación relevante de este trabajo será la elaboración de una categorización teórica que permita identificar los elementos que determinan una comunicación gubernamental democratizada y que, a su vez, puedan ser evaluados para determinar su contribución en el desarrollo de los niveles de compromiso democrático ciudadano.

Además, resulta importante que los gobiernos y las administraciones consideren la comunicación gubernamental como uno de los elementos más importantes en cuanto a vincularse con los ciudadanos. Mantener informados a los miembros de la sociedad sobre las acciones que realizan y las políticas públicas implementadas permitirán, por un lado, incrementar la percepción positiva de la ciudadanía respecto al gobierno; por el otro, esto hará posible que existan ciudadanos más informados y con mayor disposición a participar en procesos políticos y electorales; es decir, con un mayor compromiso.

El compromiso democrático ciudadano es un término fundamental en la participación de los ciudadanos en la vida política y en la toma de decisiones que afectan a la comunidad, lo cual repercute, en el desarrollo de “una participación política

y cívica, fuerte y comprometida” (Muñiz, 2019, p. 83). En este sentido, el estudio del compromiso democrático ciudadano y la comunicación gubernamental puede contribuir al desarrollo de una sociedad más justa e inclusiva al fomentar una participación ciudadana activa y crítica, así como al fortalecimiento de las instituciones democráticas.

La presente investigación tiene como objetivo generar conocimiento útil tanto para el ámbito académico como para la práctica institucional. El proyecto busca identificar las mejores prácticas para promover una comunicación gubernamental más responsable e inclusiva, fortaleciendo así los vínculos entre el gobierno y la ciudadanía. Además, puede contribuir a mejorar el funcionamiento gubernamental al ofrecer evidencia sobre cómo optimizar los procesos comunicativos desde una perspectiva orientada al diálogo, la transparencia y la participación informada. A continuación, se destacan los siguientes puntos clave que justifican la pertinencia de esta investigación.

1. La necesidad de explorar cómo la comunicación gubernamental democratizada puede impactar el compromiso democrático ciudadano.
2. La elaboración de una categorización teórica que permita identificar los elementos que determinan una comunicación gubernamental democratizada.
3. La evaluación de estos elementos para determinar su contribución en el desarrollo de los niveles de compromiso democrático ciudadano.
4. La relevancia y aportación del trabajo en el contexto actual de los procesos políticos contemporáneos y la importancia del compromiso democrático ciudadano para la calidad de la democracia y la toma de decisiones políticas.

Es importante establecer que este proyecto busca desarrollar una metodología específica para implementar estrategias que permitan el establecimiento de procesos de comunicación gubernamental que vayan más allá de las formas tradicionales de la comunicación política y que, a través de estas, la ciudadanía pueda tener mayor conocimiento y entendimiento respecto a lo que ocurre en su comunidad y de las acciones y políticas públicas implementadas por la administración gubernamental.

## 1.4. Objetivos

El objetivo general de esta tesis consiste en analizar el impacto de la comunicación gubernamental democratizada en la percepción ciudadana, la confianza en las instituciones y el compromiso democrático, identificando los elementos que determinan su democratización, los modelos teóricos que la sustentan, y evaluando cómo las estrategias de comunicación —basadas en transparencia, participación, rendición de cuentas, uso de datos, tecnologías digitales y combate a la desinformación— contribuyen a fortalecer la gobernanza, mejorar la interacción con los ciudadanos y promover la efectividad de las políticas públicas. Para lograrlo, se establecen los siguientes objetivos específicos que serán detallados y analizados en el transcurso de la investigación:

- OE1: Identificar los elementos clave que determinan la presencia de una comunicación gubernamental democratizada, considerando aspectos como la transparencia, la participación ciudadana, la rendición de cuentas y el acceso a la información, para establecer un marco conceptual que permita su análisis en contextos específicos.
- OE2: Explorar y contrastar los modelos teóricos que sustentan la comunicación gubernamental democratizada, con el fin de proponer un marco teórico integrador que respalde su identificación y evaluación en la práctica gubernamental.
- OE3: Evaluar el impacto de las estrategias de comunicación gubernamental en la percepción ciudadana, la confianza en las instituciones y los niveles de participación, analizando cómo el uso de datos, tecnologías digitales y redes sociales influyen en la interacción entre el gobierno y los ciudadanos.
- OE4: Medir la efectividad de las estrategias de comunicación gubernamental en la promoción de la transparencia, el combate a la desinformación y la educación ciudadana sobre políticas públicas, con el fin de determinar su contribución al fortalecimiento de la gobernanza y la mejora de los servicios públicos.

## 1.5. Hipótesis

La implementación de estrategias de comunicación gubernamental democratizada por parte de la administración gubernamental del Estado de Nuevo León, puede influir positivamente en el compromiso democrático de los ciudadanos de esta entidad, al fomentar una participación ciudadana activa y crítica, así como al fortalecimiento de las instituciones democráticas mejorando la relación gobierno y sociedad.

## 1.6. Marco conceptual

De manera general, este proyecto de investigación se enmarca en los siguientes conceptos generales; sin embargo, en los siguientes apartados se profundiza el fundamento teórico que señala la importancia de la comunicación gubernamental como un proceso que ayuda a la creación de una ciudadanía con un mayor compromiso democrático.

**A. Comunicación:** Según lo establecen Marín-Gutiérrez et al. (2016), “la comunicación es la actividad consciente de transferir información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas. Los elementos esenciales de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de señales, la recepción de las señales, la decodificación de los mensajes y la interpretación de los mensajes por parte de un receptor.

**B. Comunicación política:** Para Wolton (1998), la comunicación política “es el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (p. 31). Por lo tanto, define este concepto como “la interacción entre la información, la política y la comunicación, elementos fundamentales para garantizar y desarrollar el funcionamiento de los sistemas político-democráticos. Como disciplina, estudia la influencia de los medios de comunicación desde una perspectiva mucho más amplia,

considerando el papel de medios, sondeos y políticos, haciendo énfasis en los tres factores que legitiman a la democracia: política, comunicación e información”.

**C. Comunicación gubernamental:** Bruno et al. (2022) afirman que “autores como Noguera (2009), Minutella (2010) y Riorda (2011) dedicaron sus esfuerzos a diferenciar la comunicación electoral de la comunicación de gobierno”, con lo cual lograron establecer que la comunicación gubernamental “atañe a toda institución política con función ejecutiva”. Riorda (2006) indica que la comunicación gubernamental es un “método a través del cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a la opinión pública para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas”. Mientras que Rispolo (2020) clasifica la comunicación gubernamental de la siguiente manera: “campana permanente, comunicación institucional, comunicación identitaria, comunicación persuasiva y comunicación deliberativa”.

**D. Democratización:** Ackerman (2006) destaca que el proceso de democratización va más allá de simplemente tener elecciones libres y medios de comunicación independientes. Ackerman señala que la democratización implica no solo la transición hacia la democracia electoral, sino también la democratización del Estado y la consolidación democrática. Esto implica un proceso continuo de mejora en la gobernabilidad, el Estado de Derecho y la rendición de cuentas, así como la búsqueda de soluciones creativas y sólidas para problemas como la inequidad y la falta de representatividad de las democracias actuales en América Latina. Ackerman, por lo tanto, afirma que la democratización se refiere a un proceso que va más allá de la simple celebración de elecciones libres y medios de comunicación independientes. Implica la transición hacia la democracia electoral, pero también la democratización del Estado y la consolidación democrática. Este proceso implica mejorar la gobernabilidad, el Estado de Derecho y la rendición de cuentas, así como abordar problemas como la inequidad y la falta de representatividad en las democracias actuales en América Latina. Se propone un enfoque expansivo en la consolidación democrática, destacando la importancia de la innovación institucional y el debate público abierto para fortalecer los sistemas políticos democráticos en la región.

**E. Democratización de la comunicación gubernamental:** Según Trinidad-Saldívar (2014), la democratización de la comunicación gubernamental se refiere a abrir el acceso a la información pública, permitiendo que los ciudadanos tengan conocimiento de las decisiones y acciones de los gobernantes. Esto implica que los ciudadanos puedan cuestionar, participar y opinar en los asuntos de gobierno, lo cual es fundamental para fortalecer la democracia. Además, se destaca que, en una democracia, los ciudadanos deben tener la capacidad de conocer prácticamente todo lo que hace el gobernante, mientras que el gobernante no debería tener la misma capacidad de conocer todo sobre los ciudadanos, lo que refleja un equilibrio de transparencia y control.

**F. Compromiso democrático ciudadano:** Tal como lo propone Trinidad-Saldívar (2014), el compromiso democrático ciudadano se define como la participación constante de los ciudadanos en el proceso democrático. Este compromiso va más allá de simplemente ejercer el derecho al voto en elecciones, e implica involucrarse en la vida política de la sociedad, defender los valores democráticos, exigir transparencia y rendición de cuentas a las autoridades, y participar en organizaciones de la sociedad civil para promover el bienestar común y la justicia social. El compromiso democrático ciudadano es fundamental para fortalecer la democracia y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Mientras que Ackerman (2006) indica que implica estar interesado en el quehacer del gobierno, intentar participar en la deliberación pública, influir en la toma de decisiones a través de la Contraloría Social y estar dispuesto a monitorear y evaluar el desempeño de los gobernantes. El compromiso democrático ciudadano se basa en estar informado, cuestionar, participar y contribuir al buen funcionamiento de la democracia

### **1.7. Modelo de investigación**

En el presente estudio, se adopta un enfoque metodológico mixto para analizar el proceso de democratización de la comunicación gubernamental y su influencia en el desarrollo del compromiso democrático ciudadano. Basándonos en el planteamiento de Correas (2005), citado por González (2014), la ciencia contemporánea valida el

testimonio de los sentidos, lo que implica una argumentación racional congruente con los sucesos y experiencias propias del fenómeno bajo estudio.

El diseño de investigación integra elementos transversales, exploratorios, descriptivos y correlacionales. En una primera fase, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas a expertos y figuras destacadas en la esfera pública, con el propósito de identificar aspectos cruciales para la formulación de las variables relacionadas con la comunicación gubernamental democratizada.

Posteriormente, se ejecutó una fase cuantitativa mediante la aplicación de encuestas a una muestra representativa de ciudadanos del Estado de Nuevo León. Este enfoque permitió evaluar los niveles de compromiso democrático en función del tipo de comunicación gubernamental a la que están expuestos los individuos.

El análisis de los datos recopilados se realizó tanto cualitativa como cuantitativamente, buscando comprender las percepciones y relaciones entre las variables independientes, representadas por las estrategias de comunicación gubernamental y las variables dependientes, que abarcan la percepción y el compromiso democrático ciudadano.

Es importante señalar que, en todo momento, se respetaron los principios éticos de la investigación, garantizando el consentimiento informado de los participantes y protegiendo la confidencialidad y el anonimato de los datos recopilados.

Aunque este enfoque de investigación proporciona una comprensión inicial del tema, se reconoce la existencia de limitaciones inherentes, como la naturaleza transversal y exploratoria del estudio, que pueden dificultar la generalización de los hallazgos. Asimismo, se consideraron los posibles sesgos en la selección de la muestra y en las respuestas de los participantes, que podrían influir en la validez de los resultados.

Este estudio se propuso contribuir al conocimiento sobre la democratización de la comunicación gubernamental y su impacto en el compromiso democrático ciudadano, ofreciendo una perspectiva integral que combina métodos cualitativos y cuantitativos de investigación.

## **1.8. Diseño de la investigación**

La presente investigación es de corte no experimental, puesto que no se manipularon las variables ni se hizo una intervención directa en la problemática; se observó el fenómeno tal como ocurre en su entorno natural. Además, es de tipo transversal ya que se recopilaron datos en un solo punto en el tiempo, sin seguimiento alguno. En cuanto al enfoque metodológico, se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos para recopilar y analizar los datos, logrando una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado.

En cuanto a la población y la muestra, se contó con la participación tanto de expertos en comunicación política y gubernamental, así como de ciudadanos involucrados en el proceso de comunicación gubernamental. En cuanto a la muestra, se seleccionó una parte representativa de la población, utilizando técnicas no probabilísticas según la disponibilidad y accesibilidad de los participantes.

Para la recolección de datos cualitativos se realizaron entrevistas semiestructuradas con expertos en materia de comunicación gubernamental; mientras que para la parte cuantitativa se diseñó y aplicó un cuestionario electrónico a una muestra representativa de ciudadanos. Para el análisis de datos se utilizaron diversas técnicas estadísticas que permitan un mejor procesamiento de datos, así como garantizar la validez de la información recolectada. En cuanto a las limitaciones de este estudio solo se encuentran los posibles sesgos en la selección de la muestra o en el proceso de respuesta de los participantes.

## **CAPÍTULO II. COMPROMISO DEMOCRÁTICO CIUDADANO**

### **2.1. El compromiso ciudadano como objeto de estudio**

El compromiso ciudadano se define como la participación de estos en los diversos procesos de toma de decisiones, actividades y asuntos que afectan sus vidas, comunidades y a la sociedad en su conjunto. Bajo este concepto se enmarcan todas aquellas actividades que están caracterizadas por ir más allá del mero cumplimiento de las obligaciones cívicas y que tienen como objetivo generar un impacto positivo en el entorno (Barret, 2020).

Es importante destacar que el compromiso ciudadano no es un concepto estático, sino que son actividades que han presentado una evolución a lo largo del tiempo y que se ha ido adaptando a nuevas y distintas realidades sociales y políticas. Es posible identificar que los medios de comunicación actuales, principalmente aquellos potenciados por internet, han ayudado a que se abran nuevas vías para la participación de los ciudadanos en los procesos políticos de una manera más activa.

Entre las actividades en las que, de manera tradicional, se considera que los ciudadanos pueden manifestar su compromiso ciudadano se encuentran votar en procesos electorales; postularse a cargos públicos; unirse a organizaciones de la sociedad civil; participar en protestas o manifestaciones; realizar actividades de voluntariado, donar a causas benéficas; informarse sobre asuntos públicos; expresar su opinión a representantes electos por mencionar algunas. Sin embargo, la constante evolución de este concepto apunta a otras actividades que reflejan de mejor manera el compromiso de los ciudadanos respecto a su sistema social.

Barret (2020) identifica que “la investigación sobre la ciudadanía mundial está dando aún sus primeros pasos”; sin embargo, han revelado que los ciudadanos están cada vez más dispuestos a realizar actividades en las que se refleja de manera más concreta su compromiso ciudadano; entre estas el autor destaca las siguientes: “Participar en el contacto, la cooperación, la interacción y el diálogo intercultural; ser tolerantes con las diferencias culturales y apreciar la diversidad cultural; apoyar las

necesidades humanitarias y en materia de derechos humanos a nivel mundial y preocuparse por el medioambiente y participar en actividades en defensa de este”.

De manera concreta, Morjé-Howard y Roessler (2006) sostienen que el compromiso ciudadano representa la participación de estos en la vida política, económica y social de su comunidad, país y mundo. Esta participación se puede representar de múltiples formas, entre las que se incluyen las votaciones, la asistencia a reuniones comunitarias, participación en organizaciones voluntarias, contribuir a campañas políticas y asistir a protestas. Por su parte, Stolle y Hooghe (2003) mencionan que además de las actividades anteriormente señaladas, el compromiso ciudadano debe contemplar la capacidad y disposición de los ciudadanos para cooperar entre sí en la resolución de problemas comunes e involucrarse en asuntos de interés para todos.

Partiendo de las premisas analizadas en estos conceptos, es posible determinar que el compromiso ciudadano es un elemento clave para construir una sociedad con mejores condiciones, equitativas y democráticas. Por tal motivo, es importante conocer la influencia y el impacto que tiene la participación de los ciudadanos en la formación de la democracia y, con ello, determinar si el involucramiento de los individuos incide de manera directa en la creación de un mejor sistema social.

El estudio del compromiso ciudadano en la construcción de la democracia ha sido un tema central en la investigación académica, ya que la participación activa de los ciudadanos es fundamental para el funcionamiento saludable de cualquier sistema democrático. A través del análisis de diversas perspectivas teóricas y metodológicas, los investigadores han explorado cómo el compromiso ciudadano influye en la estabilidad, la legitimidad y la calidad de la democracia. El compromiso ciudadano se entiende como la participación activa de los individuos en la vida política, social y económica de su comunidad y país. En este sentido, autores como Marc Morjé Howard y Philip G. Roessler (2006) destacan la importancia de la participación ciudadana en actividades como votar, asistir a reuniones comunitarias, formar parte de organizaciones voluntarias y contribuir a campañas políticas.

Para abordar lo relacionado con la participación ciudadana en la democracia, esto puede hacerse desde dos enfoques; el gerencial y el democrático (Sáenz, 2016). Desde el enfoque gerencial, la participación ciudadana es vista como un medio para mejorar el proceso de la política pública, mientras que, desde el enfoque democrático, la participación ciudadana es vista como el fin mismo, con el objetivo de redistribuir el poder público hacia las ciudadanías mediante mecanismos de democracia participativa y directa. En su artículo, Sáenz (2016) propone que la democracia participativa es posible, pero requiere un cuidadoso diseño institucional, reglas y procedimientos claros; una resuelta voluntad política y un entorno social favorable que genere el sentido de compromiso de los ciudadanos. Además, promueve la idea de que la democracia participativa no solo mejora el proceso de las políticas públicas, sino que también profundiza la democracia mediante el empoderamiento ciudadano.

En el mismo sentido, Conlledo (2020) indica que el compromiso ciudadano ha sido objeto de estudio recurrente para los académicos, quienes han destacado las virtudes de la participación pública y la deliberación colectiva como un elemento clave de una “democracia responsable” (p. 79). El compromiso democrático ciudadano es un término fundamental en la participación de los ciudadanos en la vida política y en la toma de decisiones que afectan a la comunidad, Muñiz (2019) define el término compromiso democrático ciudadano como la disposición de los ciudadanos a participar activamente en la política y en la vida cívica de su comunidad. Esto implica un mayor interés y conocimiento por los aspectos políticos, lo cual repercute en el desarrollo de “una participación política y cívica, fuerte y comprometida” (Muñiz, 2019 p. 83).

La psicología ha identificado una serie de factores que son fundamentales para la consolidación de la democracia en una sociedad. Entre ellos, destacan la tolerancia política, la confianza interpersonal y el capital social. Estos elementos están íntimamente relacionados con el grado de compromiso democrático ciudadano, así como con su personalidad y su percepción de los demás como potenciales amenazas (Sullivan & Transue, 1999). En este sentido se puede decir que, el compromiso democrático ciudadano es una variable clave en la construcción de una cultura democrática sólida y duradera, Según Wegscheider & Stark, (2020) la comprensión de la democracia varía entre ciudadanos de sociedades democráticas y no democráticas.

La percepción de los ciudadanos sobre la legitimidad de la democracia y su evaluación del desempeño democrático son esenciales para la supervivencia de los sistemas políticos democráticos. Por lo tanto, se requiere un compromiso profundo de los ciudadanos con los valores democráticos y una cultura política que fomente la confianza interpersonal y la participación ciudadana para garantizar una democracia robusta.

Desde una perspectiva más amplia, el compromiso ciudadano también se vincula estrechamente con el concepto de capital social, que se refiere a las redes de relaciones sociales y la confianza mutua que existen en una sociedad. Stolle y Hooghe (2003) señalan que el compromiso ciudadano contribuye al capital social al promover la cooperación entre los ciudadanos para resolver problemas comunes y participar en asuntos de interés público. Además, diversos estudios han demostrado que el compromiso ciudadano está relacionado con la calidad de la democracia. Por ejemplo, investigaciones realizadas por Montero y Gunther (2004) sugieren que niveles más altos de participación ciudadana están asociados con sistemas democráticos más estables y legítimos.

Sin embargo, el compromiso ciudadano no es uniforme y puede variar según factores como la educación, el ingreso, la edad y el contexto político. Inclusive, investigaciones como las de Pablo Barberá (2015) han destacado la influencia de las redes sociales y las nuevas tecnologías en la participación política de los ciudadanos, señalando tanto sus beneficios como sus desafíos para la construcción democrática. La evolución constante del concepto de compromiso ciudadano permite indicar que este es un campo multidisciplinario que abarca desde la teoría política hasta la sociología y la comunicación y que, en este contexto, es necesario el desarrollo de estudios empíricos y teóricos que proporcionen una comprensión más profunda de cómo la participación activa de los ciudadanos contribuye a la salud y la vitalidad de los sistemas democráticos.

## **2.2. Compromiso ciudadano en el caso mexicano**

En México, diversos factores sugieren la existencia de un déficit de compromiso ciudadano y cívico, lo cual se ha reflejado, entre otras cosas, en una menor

participación electoral que es uno de los indicadores más evidentes. Espinoza-Valle (2008) indica que “la transición a la democracia no conoció rupturas ni pactos fundacionales, siendo conducida por una serie de reformas electorales”. Inclusive, desde el punto de vista del autor, “el sistema de partido hegemónico privilegió el intercambio corporativo entre gobierno y sociedad, lo que se tradujo en un histórico retraimiento de la participación ciudadana”.

El compromiso ciudadano en México es un tema de gran relevancia en el contexto político, social y económico del país. Para entender este fenómeno complejo, es necesario analizar diversos aspectos que influyen en la participación y el compromiso de los ciudadanos con su sociedad. Desde la perspectiva política, el compromiso ciudadano se refiere a la participación activa de los individuos en los procesos democráticos, como elecciones, votaciones y actividades cívicas. Sin embargo, el compromiso ciudadano va más allá de simplemente ejercer el derecho al voto; implica también una responsabilidad activa en la construcción y el fortalecimiento de la comunidad y la sociedad en su conjunto.

En México, el compromiso ciudadano ha sido históricamente un tema de debate y reflexión. A lo largo de los años, el país ha experimentado distintos niveles de participación y compromiso por parte de sus ciudadanos, influenciados por diversos factores sociales, culturales y políticos. Serrano-Rodríguez (2015) afirma que “existen cuatro condiciones básicas para que la participación ciudadana exista en un régimen democrático”, entre estas se encuentran “el respeto de las garantías individuales, los canales institucionales y marcos jurídicos, la información y la confianza por parte de los ciudadanos hacia las instituciones democráticas”.

En ese sentido, Espinoza-Valle (2008) sostiene que “las transformaciones en las formas de participación social y política de los mexicanos han sido desiguales y al parecer siguieron ritmos distintos al trayecto de la transición política” (p. 142) Desde el punto de vista del autor, “la cultura política y sus cambios no se ajustan a los períodos gubernamentales y sus agendas” (p. 142), lo cual impacta en la falta de información que le permita a los ciudadanos una mejor comprensión de las situaciones que se viven en su comunidad. En el caso específico de México, “la alternancia en el poder tuvo su

epicentro en el plano electoral” (p. 142), afectando de manera importante la participación ciudadana alejando a los individuos de las actividades que reflejan el compromiso ciudadano.

A nivel estadístico se observa que una de las principales razones que afectan el compromiso ciudadano en México es la percepción de corrupción y desconfianza en las instituciones gubernamentales. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México, el 67.1% de la población de 18 años y más considera que la corrupción es un problema muy grave en las instituciones del país (INEGI, 2023). Esta percepción de corrupción puede desmotivar a los ciudadanos a participar activamente en la vida política y cívica de su país, al sentir que sus acciones no tendrán un impacto significativo o que las instituciones no representan sus intereses.

Además, la desigualdad socioeconómica también juega un papel importante en el compromiso ciudadano en México. Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en 2020, el 41.9% de la población mexicana se encontraba en situación de pobreza (CONEVAL, 2021). Las personas que viven en condiciones de pobreza suelen enfrentar mayores barreras para participar en la vida cívica y política, ya sea por limitaciones de tiempo, recursos o acceso a la información. Esto puede contribuir a una brecha en el compromiso ciudadano entre distintos estratos socioeconómicos de la población.

Por otro lado, es importante reconocer que existen iniciativas y movimientos que buscan fomentar el compromiso ciudadano en México. Organizaciones de la sociedad civil, grupos comunitarios y activistas trabajan día a día para promover la participación ciudadana y la defensa de los derechos humanos. Un ejemplo destacado es el movimiento #YoSoy132, surgido en 2012 como respuesta a la falta de transparencia y pluralidad en las elecciones presidenciales de ese año. Este movimiento logró movilizar a miles de jóvenes en todo el país, demostrando el potencial de la juventud mexicana para impulsar cambios sociales y políticos (Estrada-Saavedra, 2014).

Además, en los últimos años ha habido un aumento en el uso de las redes sociales y otras plataformas digitales como herramientas para la participación

ciudadana. Estas plataformas permiten a los ciudadanos organizarse, compartir información y opiniones, así como coordinar acciones de manera más rápida y efectiva que nunca. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que el acceso desigual a internet y la brecha digital pueden limitar la capacidad de participación de ciertos grupos de la población (Moreno-Freites y Ziritt-Trejo, 2019).

El compromiso ciudadano en México es un tema multifacético que está influenciado por una variedad de factores sociales, culturales, económicos y políticos. Si bien existen desafíos significativos que afectan la participación y la confianza de los ciudadanos en las instituciones, también hay iniciativas y movimientos que demuestran el potencial de la sociedad mexicana para generar cambios positivos. Fomentar un mayor compromiso ciudadano requiere abordar las causas subyacentes de la desconfianza y la desigualdad, así como promover la participación activa de todos los sectores de la población en la construcción de una sociedad más justa y democrática.

Aterrizando lo antes expuesto en el caso mexicano, la comunicación gubernamental del titular del ejecutivo federal en la administración (2018-2024), se caracteriza por su estilo, forma y datos propios, que dan cuenta de un trabajo de comunicación gubernamental con rasgos particulares Fanger (2022) examina el culto a la personalidad y las estrategias comunicativas utilizadas por el presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), lo que considera como uno de los fenómenos más complejos de la comunicación política de los siglos XX y XXI. A través del análisis de las estrategias comunicativas y de ciertos rasgos de la personalidad de AMLO, los cuales, actúan como fuerzas de identificación colectiva que impulsan un tipo de liderazgo basado en las emociones y el afecto, el autor señala que este tipo de liderazgo se arraiga en la cultura política y abarca a un amplio sector de la población que “se siente agraviada, resentida y excluida de la modernización” (p. 101).

El ejercicio de comunicación del gobierno de México (2018-2024), se puede ver en todo su esplendor en la representación de las conferencias de prensa matutinas, mejor conocidas como “las mañaneras”, Domínguez (2022) invita a una reflexión respecto a las transformaciones que se dan en materia de comunicación política en la presente administración, esta autora, parte de la hipótesis de que las conferencias de

prensa “promueven en su propio ejercicio una democratización del ecosistema mediático” (p. 54), la autora señala que “al existir una ciudadanía informada, competente, instruida, debidamente preparada para la toma de decisiones colectivas y el control de los gobernantes” Desde esta perspectiva, podría argumentarse que se está produciendo una democratización de la comunicación Aceves (2013), tal y como se menciona en Domínguez (2022, p. 58).

La consolidación de una comunicación democratizada requiere fomentar una comunicación interactiva entre el gobierno y la ciudadanía, así como potenciar el desarrollo de la participación ciudadana, abandonando la idea de que solo los medios tradicionales son capaces de establecer un diálogo efectivo o transmitir información sobre la rendición de cuentas. Es importante considerar a la información como materia prima para la reflexión, el debate y la organización, recoger la opinión de la ciudadanía, las críticas de los medios y el conocimiento de los especialistas para generar un diálogo circular real y efectivo (Domínguez, 2022). Este proceso conlleva a promover la participación ciudadana en los procesos democráticos y reconocer el derecho de todos los ciudadanos a acceder a información relevante y veraz para tomar decisiones informadas. Por lo tanto, se intuye que una democratización efectiva de la información es una condición necesaria para el desarrollo del compromiso democrático ciudadano, el fortalecimiento de la democracia y el desarrollo sostenible de la sociedad en su conjunto.

Desde la perspectiva académica, es posible localizar diversos autores que abordan el caso de las conferencias de prensa del presidente de México desde una postura crítica. Un ejemplo de ello lo encontramos en el trabajo de Estrada (2022) en su libro *El Imperio de los Otros Datos: Tres años de falsedades y engaños desde palacio*. El autor señala que, el presidente de México, López Obrador, se ha convertido en el primer jefe de Estado y de gobierno en la historia en realizar conferencias de prensa diarias, lo que representa una práctica sin precedentes. Más de 700 conferencias de prensa, con una duración promedio de casi dos horas, durante las cuales los medios de comunicación asisten para informar sobre los anuncios realizados.

Estrada (2022) afirma que, “El presidente acumula cerca de 67,000 afirmaciones falsas, engañosas o que no puede probar, en la primera mitad de su administración, un promedio de 90 diarias” (p. 2). De igual forma, el autor realiza diversos señalamientos respecto al formato y organización de las conferencias de prensa señalando que desde su diseño mismo, estas representan un esfuerzo de propaganda, y no un ejercicio democrático de transparencia y comunicación.

Existen al menos dos grandes perspectivas desde las cuales se analizan las conferencias matutinas del presidente, conocidas como "las mañaneras." Por un lado, se destacan como un esfuerzo comunicacional sin precedentes que llega a millones de ciudadanos, lo que desde cierta óptica contribuye a la democratización de la comunicación gubernamental. Sin embargo, persisten dudas sobre la calidad de la información que se transmite, un aspecto que merece un análisis más profundo en futuros estudios.

De acuerdo con Hernández y Navarro, (2020) México ha enfrentado una crisis de confianza y deslegitimación en su estructura gubernamental durante varios años. Este problema ha afectado la reputación del gobierno y ha generado apatía entre la ciudadanía, en este contexto, el discurso de las organizaciones públicas, especialmente las gubernamentales, es crucial para establecer la confianza ciudadana. Esta situación plantea la necesidad de reflexionar sobre la construcción de una comunicación responsable en el gobierno y su impacto en la confianza ciudadana. Hernández & Navarro (2020) retoman las palabras de García-Marzá (2017) al señalar que, en el sentido de la responsabilidad comunicacional, “Una organización (una institución) no es responsable y después lo comunica, sino que en comunicar lo que hace, radica su responsabilidad” (pp. 269-270).

### **2.3. Participación ciudadana**

Para que una sociedad pueda vivir en las condiciones idóneas es necesario el involucramiento de todos los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones; en ese sentido, la participación ciudadana en la construcción de la democracia es un tema de gran relevancia en el ámbito académico y político, que ha sido abordado desde diversas perspectivas y disciplinas. Este fenómeno no solo implica la intervención activa de los

ciudadanos en los procesos políticos, sino también su capacidad para influir en la toma de decisiones y en la formulación de políticas públicas.

Serrano-Rodríguez (2015) afirma que “la participación ciudadana es aquella donde la sociedad posee una injerencia directa con el Estado” y, en la que, además, esta “tiene una visión más amplia de lo público”. Desde el punto de vista de la autora, “esta participación está muy relacionada con el involucramiento de los ciudadanos en la administración pública”; entre estos destacan “los mecanismos de democracia directa (iniciativa de ley, referéndum, plebiscito y consultas ciudadanas), la revocación de mandato (recall) y la cooperación de los ciudadanos en la prestación de servicios o en la elaboración de políticas públicas, son formas de participación ciudadana” (p. 96).

La participación ciudadana es un componente esencial de la democracia, ya que fortalece la legitimidad de las instituciones políticas y promueve la inclusión social. Contreras y Montecinos (2019) afirman que:

El origen de la participación ciudadana se circunscribe ineludiblemente a la democracia, que desde la antigua Grecia entiende al ciudadano como poseedor de virtudes cívicas puestas a disposición del bien común, donde su participación en los asuntos públicos es una condición fundamental para que la ciudad sea democrática. (p. 23)

En este sentido, la participación no se limita únicamente al ejercicio del voto en elecciones, sino que abarca una amplia gama de actividades, como la protesta social, la participación en organizaciones de la sociedad civil y la colaboración en procesos de deliberación pública. Contreras y Montecinos (2019) afirman que “la participación ciudadana está naturalmente ligada a la democracia por ser ésta la principal forma de gobierno que se sustenta en el diálogo e interacción entre los ciudadanos y los asuntos del Estado”.

Existen diversos estudios en torno a la participación ciudadana que destacan la importancia de analizar los factores que influyen en esta, tanto a nivel individual como colectivo. Entre estos factores, se encuentran el nivel educativo, el acceso a la información, la confianza en las instituciones políticas y la percepción de eficacia

política. Asimismo, es fundamental considerar el contexto socioeconómico y cultural en el que se desarrollan las prácticas de participación.

Contreras y Montecinos (2019) consideran que “en la democracia moderna, los ciudadanos poseen naturaleza activa, es decir, tienen la oportunidad de intervenir en el destino colectivo que es parte irrenunciable de la vida pública” (p. 24). En este contexto es posible indicar que, de acuerdo con sus características personales, los mensajes emitidos por las instituciones gubernamentales pueden tener una influencia en los ciudadanos. Con fundamento en este punto, los autores sostienen que:

Es factible aprovechar las ventajas que se derivan para ejercer las libertades, los derechos y la responsabilidad sin más límite que la libertad, el derecho y la responsabilidad de los demás. Por tanto, la ciudadanía no es dato en sí; por el contrario, es un proceso que se construye de acuerdo con valores, cultura, toma de conciencia, ejercicio de la responsabilidad y la aceptación de que los contrarios también tienen el derecho a ser reconocidos con base en el principio de igualdad. (p. 24)

En este contexto, la teoría de la democracia deliberativa ha cobrado relevancia como marco conceptual para entender la participación ciudadana. Según Habermas (2010), la democracia deliberativa se basa en el principio de la argumentación racional y el intercambio de ideas entre los ciudadanos, con el fin de alcanzar decisiones políticas legítimas y justas. La participación ciudadana no solo implica la expresión de preferencias individuales, sino también el diálogo y la deliberación pública. Sin embargo, es importante señalar que la participación ciudadana no está exenta de desafíos y limitaciones. Por ejemplo, la exclusión social, la desigualdad de género y la falta de acceso a recursos pueden obstaculizar la participación de ciertos grupos de la población. Asimismo, la cooptación por parte de élites políticas y económicas puede poner en riesgo la autonomía y la independencia de las prácticas participativas.

Respecto a la participación ciudadana, González-Salcedo (2011) afirma que:

Una de las definiciones más consensuadas de participación ciudadana se refiere al proceso incorporación activa de los ciudadanos al sistema político, y engloba

el conjunto de acciones emprendidas con la pretensión de influir en la selección de gobernantes o en las decisiones políticas que estos toman. (p. 2)

Sin embargo, aun cuando el objetivo directo de este proceso es el involucramiento ciudadano, este se limita a una serie de actividades puntuales que, en apariencia, le permiten tener control o ser parte de las decisiones de la administración. Los autores consideran que “las posibilidades reales de participación que ofrecen los sistemas democráticos en la actualidad se encontrarían supeditadas a un sistema de representación y delegación en las decisiones, en el cual deciden, en gran medida, los representantes integrados en las instituciones políticas” (p. 2).

Si la participación ciudadana se limita únicamente a los procesos electorales, los ciudadanos pueden desarrollar apatía o falta de interés por este tipo de actividades, lo cual, a mediano o largo plazo, puede incidir en el alejamiento y falta de involucramiento. En este sentido, González-Salcedo (2011) afirma que “sería particularmente significativa para la participación de los ciudadanos la actitud de los políticos municipales hacia este tipo de experiencias, ya que estos se encargan del diseño y de la implementación de las políticas locales” (p. 2). En este contexto, es necesario la creación de planes específicos para acercar a los ciudadanos y convertirlos en personas participativas e involucradas con los procesos electorales; en ese sentido, el autor sostiene que:

La existencia de una estrategia de promoción formal de la participación dependerá de forma determinante de la voluntad política del gobierno local, de su estilo de relación con la población, de los instrumentos normativos, informativos y de cooperación que haya creado. (p. 2)

La participación ciudadana es un campo de estudio multidisciplinario que requiere de un enfoque integral y contextualizado. Para comprender mejor este fenómeno, es necesario analizar tanto sus dimensiones teóricas como empíricas, así como también considerar las experiencias y perspectivas de los propios ciudadanos. Se parte de la premisa de que esta es una pieza clave en la interacción efectiva entre ciudadanos y gobierno, y el éxito de esta cooperación depende de la capacidad de los ciudadanos para involucrarse en las gestiones gubernamentales, en este sentido, la

comunicación gubernamental y el compromiso democrático ciudadano son dos temas estrechamente relacionados que tienen una gran importancia en la sociedad y en las democracias (Sanderson, 1999). La transparencia gubernamental es también un aspecto importante en una democracia, ya que puede contribuir a que los ciudadanos estén mejor informados y a que el gobierno sea más responsable (Hill & Matsubayashi, 2005).

La comunicación gubernamental debe ser clara, precisa y accesible para todos los ciudadanos, ya que esto puede mejorar la confianza en el gobierno y fomentar la participación ciudadana (Alawode & Adesanya, 2016). La generación de compromiso democrático ciudadano se ve afectada por diversos factores, a su vez, los niveles de compromiso democrático afectan los niveles de cultura democrática en una sociedad (Sullivan & Transue, 1999). Una comunicación gubernamental democratizada, efectiva y responsable, debería garantizar en primer lugar la disponibilidad de información la cual tendría que ser relevante y útil para los intereses de la ciudadanía en su conjunto, es fundamental asegurar su calidad, es decir, que sea confiable, verificable y actualizada, de igual forma es necesario garantizar la accesibilidad de esta información, de modo que sea fácilmente entendible y utilizada por toda la ciudadanía.

La comunicación gubernamental desempeña un papel fundamental en la promoción y fomento de la participación ciudadana en la construcción de la democracia. Este aspecto se ha convertido en un campo de estudio relevante en el ámbito académico y político debido a su impacto en la legitimidad de las instituciones democráticas y en el fortalecimiento del tejido social. Serrano-Rodríguez (2015) indica que:

La participación ciudadana no aparece mágicamente en un régimen democrático, ya que el Estado debe construir las condiciones que permitan efectivizarla. En este sentido, todo sistema político necesita cuatro requisitos para lograr consolidarla, a saber: 1. El respeto de las garantías individuales. 2. Los canales institucionales y marcos jurídicos. 3. La información. 4. La confianza por parte de los ciudadanos hacia las instituciones democráticas. (p. 97)

En este contexto, Serrano-Rodríguez (2015) sostiene que “la información, entendida como transparencia y rendición de cuentas, también es un elemento fundamental porque conocemos los programas de gobierno, y la sociedad ejerce sus derechos de escrutinio y evaluación del desempeño de los servicios públicos y sus resultados” (p. 97). En ese mismo sentido, el autor profundiza al señalar que “aunque la información también se refiere a la libertad que tienen los medios de comunicación para difundir noticias e informar a la población de lo que ocurre en nuestro entorno, esto es importante, porque la ciudadanía tiene que conocer lo que acontece a su alrededor para tomar decisiones” (p. 97).

Sin embargo, es preciso indicar que la comunicación gubernamental no se limita únicamente a la difusión de información por parte del Estado, sino que también implica la creación de espacios de diálogo y participación entre el gobierno y la ciudadanía. Desde el punto de vista de Contreras y Montecinos (2019):

La primera consideración es contar con una metodología clara para convocar a la participación, dejando evidente desde un principio las reglas del juego que regirán el mecanismo a implementar. Por ejemplo, cuáles son las reales facultades con las que contarán los participantes y para qué se convoca a participar. (p. 183)

La transparencia, el grado de involucramiento y el compromiso de los gobernantes por incluir las opiniones ciudadanas son claves para la participación; además, la transparencia en las convocatorias tiene una incidencia directa en el interés de los individuos. Contreras y Montecinos (2019) consideran que:

Es distinto convocar a un ciudadano a una consulta ciudadana o a un presupuesto participativo donde podrá elegir entre 3 alternativas de proyectos, a convocar a ese mismo ciudadano a construir de manera conjunta las políticas públicas que se pueden implementar en un determinado territorio. (p. 183)

En este sentido, una comunicación gubernamental efectiva debe ser transparente, inclusiva y accesible para todos los ciudadanos, con el fin de promover una cultura de rendición de cuentas y fortalecer la confianza en las instituciones públicas. Contreras y Montecinos (2019) afirma que:

Es fundamental para el proceso que los ciudadanos dispongan de información básica. Muchas veces las brechas de poder entre autoridades y ciudadanos, o entre los mismos ciudadanos, se acrecientan mucho más cuando existe concentración de la información y escaso acceso, difusión y masificación de dicha información entre la sociedad civil. (p. 183)

Si no existe transparencia en la información que busca promover la participación ciudadana, es posible que el involucramiento de los individuos no se desarrolle en la medida buscada. Contreras y Montecinos (2019) afirman que:

Las relaciones clientelares, se favorecen cuando la información está concentrada, sesgada o reservada para ciertos grupos sociales, dado que permite conservar la relación jerárquica y vertical que caracteriza el clientelismo, donde quien controla mayores recursos, en este caso la información, distribuye con menos acceso a ella, su clientela, a cambio de lealtad y apoyo político” (p. 183).

Mientras que, por otro lado, “cuando dicha información tiene escasas barreras de entrada o de acceso y está disponible para todos los ciudadanos de una comunidad se garantiza transparencia” (p. 183).

Asimismo, es importante destacar la importancia de utilizar estrategias de comunicación gubernamental que fomenten la participación ciudadana en la toma de decisiones y en la formulación de políticas públicas. Esto incluye la implementación de mecanismos de consulta y participación ciudadana, como audiencias públicas, consultas populares y presupuestos participativos, que permitan a los ciudadanos involucrarse de manera activa en los asuntos que afectan sus vidas. Al respecto, Serrano-Rodríguez (2015) sostiene que:

Para que la participación ciudadana pueda existir en una democracia es necesario que la sociedad confíe en las instituciones políticas. Deben tener la esperanza o la firme seguridad de que van a actuar y funcionar de acuerdo a lo que se les ha encomendado: velar por el bienestar general. Cuando no hay confianza, es porque las instituciones no están realizando sus funciones correctamente o porque la población percibe que están trabajando para favorecer un sector específico. Si no hay confianza, es casi seguro que los

ciudadanos van a evitar lo más posible involucrarse con ellas. Por eso, si una democracia quiere impulsar la participación ciudadana, debe asegurar la credibilidad de sus instituciones. (p. 184)

En el proceso de establecer vías y estrategias adecuadas para la promoción de la participación ciudadana, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) juegan un papel clave en la promoción de este tipo de actividades a través de canales digitales y redes sociales. Sin embargo, es importante reconocer que el acceso desigual a las TIC puede generar brechas digitales y excluir a ciertos grupos de la población, por lo que es necesario implementar estrategias inclusivas y equitativas de comunicación gubernamental. Al respecto, Singh et al. (2011) afirma que al comenzar la “Revolución de las TIC”, dio pie a “la promoción de estas tecnologías como herramientas útiles para potenciar el desarrollo humano en procesos de construcción de ciudadanía” (p. 14) y que incide en aspectos como “acceso a la información, oferta de servicios públicos más eficientes, educación y capacitación en línea, la reestructuración de instituciones públicas y privadas, la transparencia y la lucha de la corrupción, entre muchos aspectos de la vida cotidiana y de la política diaria” (p. 14).

En ese sentido, los espacios potenciados por los medios digitales permiten que cualquier persona pueda emitir una opinión y darla a conocer al resto de la ciudadanía; sin embargo, además, es posible establecer conexiones con grupos o personas con intereses similares en torno a los temas que impactan a un sistema social. Singh et al. (2011) indica que “es conocida la publicación por medios electrónicos, en particular blogs, de diarios de nuestra era, publicados por un individuo, representativos de voces que se alzan contra las represiones y los malestares” (p. 14); los autores profundizan al indicar que “son estos medios los que abren causas para las personas que piensan distinto, que visten distinto, que viven distinto” (p. 14); por tal motivo es necesario que la investigación respecto a esta problemática tenga “énfasis en los usos y efectos que tienen estas nuevas tecnologías en la forma de hacer política, en los mecanismos de participación ciudadana y en el ciclo electoral” (p. 14).

Por otro lado, la comunicación gubernamental también puede ser utilizada como una herramienta de manipulación y control político, limitando la participación

ciudadana y la pluralidad de voces en el debate público. Por lo tanto, es fundamental garantizar la independencia y la imparcialidad de los medios de comunicación estatales, así como promover la libertad de expresión y el acceso a la información como derechos fundamentales en una democracia. Yleirim (2014) afirma al respecto que:

Los contenidos audiovisuales pueden ser muy manipuladores al momento de mostrar, de manera disfrazada, códigos visuales con encuadres en contrapicado, enalteciendo a una persona, incluyendo el código fonético con música que transmita la emoción que se busca hacer sentir y el código icónico utilizando algún símbolo que refuerce, inconscientemente, el mensaje en los observadores. (p. 97)

Para la efectividad de la comunicación gubernamental es necesario el desarrollo de planes y estrategias que permitan que la democracia se mantenga como el principal objetivo de este tipo de procesos; principalmente, en un contexto donde los medios digitales permiten el intercambio abierto de opiniones entre los ciudadanos y que estos puedan interactuar directamente con los gobernantes. Yleirim (2014) sostiene que “las nuevas políticas de desarrollo implican el mejoramiento de un sistema democrático, donde haya participación y debate de opiniones” (p. 100); además indica que:

Existen canales de televisión, por ejemplo, que se han politizado y transmiten contenido político la mayor parte del tiempo, mostrando así una parrilla de programación dispuesta para la información partidista. Sin embargo, gracias a herramientas comunicacionales como las llamadas telefónicas e incluso el Twitter, los espectadores pueden escribir opiniones y hacer preguntas en vivo a entrevistados. (p. 100)

La comunicación gubernamental desempeña un papel crucial en la promoción de la participación ciudadana en la construcción de la democracia. Sin embargo, es necesario abordar los desafíos y limitaciones inherentes a este campo, y promover prácticas comunicativas que fomenten la transparencia, la inclusión y el empoderamiento de los ciudadanos. En definitiva, se trata de un proceso que se construye desde la base, garantizando la disponibilidad, calidad y accesibilidad de la información en cada paso del proceso (Sullivan & Transue, 1999; Fanger, 2022;

Domínguez, 2022; Estrada, 2022; Hernández Flores, 2020). Además, el compromiso democrático ciudadano es fundamental para el fortalecimiento de la democracia, ya que puede mejorar la calidad de la toma de decisiones y la representación política (Tromble, 2018). En el mismo sentido Orozco, (2014) asegura que la fuerza de la democracia deliberativa radica en la comunicación, para esto ha retomado los trabajos de Jürgen Habermas, John Dewey y Hegel, y dicho en sus palabras, este modelo de democracia “supone una forma de vida basada en el diálogo y la discusión” (p. 105) la cual se logra a través de una vinculación efectiva entre los ciudadanos y sus gobiernos, comprometiéndose en el desarrollo de sus sociedades. Para el autor, la realización de una democracia deliberativa supone una transformación cultural en la que los ciudadanos y gobiernos deben comunicarse de manera efectiva.

#### **2.4. Ciudadanía y la comunicación pública: caso Nuevo León**

La comunicación gubernamental en el estado de Nuevo León juega un papel crucial en la administración estatal y en el fortalecimiento de la democracia en la región. Este proceso no solo implica la difusión de información por parte del gobierno, sino también la creación de espacios de diálogo y participación que promuevan la transparencia, la rendición de cuentas y el empoderamiento ciudadano. Sin embargo, al igual que en otras entidades, se ha enfrentado a diversos desafíos en los últimos años, incluyendo la falta de coordinación entre las diferentes dependencias estatales, la escasez de recursos humanos y financieros, y la resistencia al cambio por parte de ciertos sectores de la burocracia. A pesar de estos obstáculos, la comunicación gubernamental ha evolucionado y se ha adaptado a las nuevas realidades políticas y sociales de la región (Arango, Estrada y Hernández, 2018).

La administración estatal ha implementado diversas estrategias de comunicación para mejorar su relación con la ciudadanía y promover la participación ciudadana en la vida política y social del estado. Por ejemplo, se han establecido canales de comunicación directa con la ciudadanía, como páginas web gubernamentales, redes sociales y líneas telefónicas de atención ciudadana, que permiten a los ciudadanos acceder a información sobre los programas y servicios del gobierno, así como expresar sus opiniones y sugerencias (Nuevo León, 2024). Es

importante destacar que las redes sociales y los medios digitales en general se han convertido en una de las principales fuentes informativas para los ciudadanos del estado.

De forma general, Yllan (2021) afirma que “las redes sociales son el principal medio de comunicación con el que cuentan los actores políticos para posicionar su imagen, ideas, acciones; por lo que, deben de tener un manejo acorde al contenido que los usuarios de las redes sociales consumen” (p. 171). Sin embargo, requiere de un uso estratégico que permite alcanzar los objetivos planteados en las estrategias de comunicación gubernamental; la autora afirma que:

Tomando en consideración que su éxito principalmente está determinado por el correcto manejo de su imagen, por consiguiente, se tienen que diseñar estrategias de imagen que sean atractivas para los usuarios de las redes sociales, tomando en cuenta que la imagen es la base de estos medios de comunicación, así como la creación de contenido en videos cortos. (p. 170)

Al respecto, Arango, Estrada y Hernández (2018) indican que:

El uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) agregan valor a las diferentes actividades y operaciones que le permite a una institución pública ser competitiva, moderna y prestar un servicio centrado en la misión institucional que es servir eficientemente a la ciudadanía de manera democrática. (p. 4)

En el caso específico de Nuevo León, las autoras señalan que estas actividades:

Se establecen con el objetivo de ser utilizadas como un medio para que el gobierno pueda rendir cuentas, dar transparencia, escuchar a los ciudadanos, y hacerlos partícipe en la toma de decisiones del terreno de lo público, entre otros beneficios. Tratando de establecer un lazo entre la ciudadanía y el gobierno; intentando dejar la indiferencia y la ausencia de la participación ciudadana como parte del pasado. (p. 148)

Además de las estrategias realizadas en redes sociales y medios digitales, se han llevado a cabo iniciativas de participación ciudadana, como consultas públicas y mesas

de diálogo, que permiten a los ciudadanos participar en la toma de decisiones y en la formulación de políticas públicas. Estas iniciativas buscan fomentar un gobierno abierto y transparente, en el que la ciudadanía tenga un papel activo en la construcción de su propio futuro (Nuevo León, 2024). Por otro lado, es importante destacar el papel de los medios de comunicación en la promoción de la democracia en Nuevo León. Los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la rendición de cuentas y en el control del poder político, al informar a la ciudadanía sobre las acciones y decisiones del gobierno, así como al cuestionar y fiscalizar su actuación. En este sentido, es fundamental garantizar la libertad de expresión y el acceso a la información como derechos fundamentales en una sociedad democrática.

En cuanto a los resultados de las estrategias de comunicación gubernamental implementadas en el Estado de Nuevo León, la investigación realizada por Yllan (2021) indican que, respecto al conocimiento del actual Gobernador de la entidad, la totalidad de los participantes del estudio afirmaron conocerlo; mientras que:

El grado de conocimiento está distribuido de la siguiente forma: 54.84% dice conocerlo algo, 41.94% bastante”, lo cual puede ser visto como “un dato positivo conveniente debido a que es necesaria la identificación del gobernante para poder tomarlo como una opción efectiva. (p. 176)

Además, la autora afirma que “en cuanto al medio por el cual lo conocen, es principalmente a través de las redes sociales 58.06%, seguido por la televisión 22.58%, el internet 16.13% y solo el 3.22% expreso conocerlo a través de periódicos y revistas” (p. 177). Sobre el conocimiento del gobernante, la evaluación respecto al desempeño de este es generalmente positiva. Yllan (2021) indica que:

En cuanto a la variable de percepción que tienen los participantes sobre Samuel García, respondieron la encuesta de la siguiente forma; en primer lugar, expresaron que consideran que es un joven trabajador (70.97%), capaz (67.74 %), emprendedor (61.29 %), educado (58. 06%), así como defensor del Estado (51.61%). (p. 178)

Los datos anteriores permiten determinar que la comunicación gubernamental desempeña un papel crucial en la administración del estado de Nuevo León y en la

construcción de la democracia en la región. Su capacidad para promover la transparencia, la participación ciudadana y el control del poder político la convierte en un elemento indispensable para el funcionamiento de cualquier sociedad democrática.

## **CAPÍTULO III. LA COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LOS GOBIERNOS**

### **3.1. La comunicación como campo de estudio**

La comunicación como objeto de estudio ha sido abordada desde una amplia variedad de perspectivas y enfoques a lo largo de su historia (Algarra, 2009); desde la aparición de los primeros trabajos físico-matemáticos desarrollados por Wiener, Shannon y Weaver, que en conjunto abordaron el cómo se transmite la información, cómo se puede medir, y cómo se puede mejorar la eficiencia y efectividad de la comunicación, los estudios sobre comunicación se han caracterizado por una gran variedad de perspectivas y enfoques (Castro y Filippi, 2010).

La teoría psicológica de Abraham Moles, la cual se centra en la percepción y cómo esta es influenciada por el contexto (Moles y Costa, 1999); mientras que las propuestas desde la Comunicación de Masas de Lasswell, Lazarsfeld, Berelson y Hovland, aborda la comunicación desde la perspectiva de los efectos. Lazarsfeld et al. (1944) en su obra *The People's Choice* establecen que la democracia se basa en la elección informada de los ciudadanos, indicando además que los medios de comunicación tienen un papel crucial en este proceso al proporcionar la información necesaria. Con este trabajo se refutó la hipótesis de la aguja hipodérmica, la cual postulaba una relación de causa-efecto, que los medios de comunicación podían persuadir y controlar a la audiencia de manera masiva e inmediata, como si le estuvieran disparando una “bala mágica” (Lasswell, 1927).

Posteriormente, la teoría crítica de la comunicación emanada de la Escuela de Frankfurt, y que fue impulsada por importantes intelectuales como Adorno, Horkheimer, Marcuse y Jürgen Habermas, dio lugar a una nueva forma de comprender la comunicación, considerándola no como un fenómeno aislado, sino en relación con el contexto histórico, social y político en el que se desenvuelve (Caballero, 2011). Esta teoría cuestiona el enfoque mediocéntrico de la comunicación y dio lugar a la Economía Política de la Comunicación como una línea de estudio, la cual aborda la

naturaleza y función del sistema mediático desde la perspectiva del acceso y control ciudadano (Caballero, 2011); esta visión se identifica como una de las aproximaciones esenciales en la indagación del comportamiento económico de los medios de comunicación, englobando la evaluación de sus procedimientos de producción, las distintas formas de expansión y desarrollo, así como las políticas públicas vinculadas (Califano, 2021).

Con la diversidad de perspectivas antes mencionadas, es posible observar la complejidad del concepto de comunicación, el cual puede tener diferentes significados y abordajes según la corriente teórica que se utilice. En la práctica, la comunicación en el sector público se ha establecido como un “área de apoyo” para las áreas principales de decisión, no obstante, se ha evidenciado que la gestión no puede ser efectiva sin una adecuada comunicación, “esto no significa que la comunicación es más importante que la gestión, sino que la gestión es también comunicación” (Riorda y Elizalde, 2013, p. 12).

### **3.2 Teorías y perspectivas de la comunicación de los gobiernos**

Para hablar de teorías y perspectivas de la comunicación de gobiernos, se consideran dos principalmente por su relevancia y pertinencia para el presente trabajo: la teoría del *framing*, que estudia el cómo los medios de comunicación seleccionan y presentan ciertos aspectos de la realidad para conformar una determinada perspectiva o marco (*frame*) y su impacto en la interpretación del público (Muñiz, 2020); así como la teoría de la *agenda setting* o teoría de la “fijación de la agenda”, la cual estudia cómo los medios de comunicación influyen en lo que la sociedad considera importante al seleccionar y resaltar ciertos temas, y no solo informar sobre ellos (Aruguete, 2009). Por otro lado, se encuentra el enfoque de las relaciones públicas, que, según Edward Bernays, permiten crear un puente entre las organizaciones y la sociedad, facilitando la comunicación y la comprensión mutua (Bernays, 1942).

El concepto de comunicación gubernamental se puede abordar desde diversas aproximaciones, en primer instancia consideramos la proporcionada por Riorda (2011), quien en su desarrollo del concepto nos dice que para hablar efectivamente de comunicación gubernamental se tiene que partir desde un marco aplicativo, esto en el

contexto de lo gubernamental, es decir, el conjunto de acciones que permean todas las dimensiones de un gobierno (Foucault, 1991), con la finalidad de que a partir de estas acciones comunicacionales se adquiera capacidad institucional y generar condiciones de gobernabilidad (Riorda, 2011).

Desde un enfoque operativo, se establece una distinción entre la comunicación de una entidad privada, como una empresa, y la comunicación gubernamental; indicando que la comunicación gubernamental abarca las interacciones comunicativas dentro de una institución política con atribuciones ejecutivas, mientras que la comunicación de una entidad privada se refiere a los procesos comunicativos que tienen lugar en una empresa u organización no gubernamental. Canel y Sanders (2010) destacan tres aspectos que consideran singularidades significativas de la comunicación gubernamental: “sus complejidades, condicionantes y oportunidades” (pág. 6).

En mayor medida, la comunicación del gobierno es vista como comunicación política, ya sea por error o por simple desinterés; sin embargo, se distingue desde el aspecto fundamental de sus objetivos y área de aplicación, ya que la comunicación política se enfoca principalmente en la comunicación electoral, incluyendo las campañas políticas, la competencia por los cargos públicos, la gestión de encuestas y su efecto en la imagen pública y en los votos (Amadeo, 2016).

Riorda (2011) brinda una serie de categorías para lograr conceptualizar y diferenciar la comunicación gubernamental de la política, electoral, de crisis o de riesgo. Menciona nueve aspectos específicos; “Objetivos, destinatarios del mensaje, plazos formales, combinación de argumentos, temporalidad de sus acciones, costos, imbricación entre las comunicaciones, uso de eslóganes, polisemia de los mensajes centrales y/o eslóganes y los actores enunciadores” (Riorda, 2011, pág. 100).

La comunicación gubernamental, mantiene un objetivo central, la creación de consenso, “si la comunicación gubernamental no actúa bien, no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión” (Riorda 2011, p. 97); se apoya en el “construccionismo”, que implica que la realidad es un producto social y que el lenguaje es fundamental en la construcción de significados. Es importante utilizar el lenguaje de

manera efectiva para crear una realidad positiva y favorable a través de la comunicación gubernamental (Riorda, 2011).

Como disciplina académica el estudio de la comunicación gubernamental ha sido objeto de poca atención en comparación con otros aspectos de la comunicación: la política, la electoral, el marketing político, entre otros. En este sentido, ha existido una escasez de investigaciones que aborden la comunicación llevada a cabo por los gobiernos durante sus periodos de gestión, es decir, durante los periodos no electorales (Bruno et al., 2022).

Canel y Sanders, (2010) identificaron que la investigación en comunicación gubernamental en el continente europeo se ha centrado en varios temas clave como la comunicación en situaciones de crisis, impulsada por actos terroristas, y la comunicación en torno a elecciones y campañas políticas en el contexto de la propia Unión Europea. En el Reino Unido se aborda principalmente la comunicación del primer ministro, en concreto al desarrollo del llamado “Spin” (Canel y Sanders, 2010), que es la forma en que se presenta la información a los medios para que estos la puedan retomar de forma natural (Ailes, 2012). Canel y Sanders (2010) concluyen que, en Europa, “las cuestiones organizacionales, incluidas la estructura y actuación de las relaciones con los medios, no han sido tratadas sistemáticamente” (p. 11).

Estados Unidos es el país donde se han llevado a cabo más estudios sobre la comunicación gubernamental, estos trabajos se han centrado principalmente en la figura presidencial, la forma en que se expresan, cómo utilizan las estrategias de comunicación, cómo gestionan las noticias, cómo organizan su equipo de trabajo y cómo es que la figura de mayor jerarquía en el gobierno ejecutivo interactúa con los medios de comunicación. Sin embargo, el grueso del esfuerzo no aborda lo referente a la comunicación de las agencias gubernamentales, lo que podría resultar insuficiente (Canel y Sanders, 2010). Las agencias gubernamentales son las encargadas de la implementación y el cumplimiento de políticas, leyes, regulaciones gubernamentales y la participación comunitaria, en palabras de Uvalle, (1994) son responsables de “la gerencia social” (p. 117-118), por lo tanto, se hace necesario entender la comunicación

en este nivel gubernamental, para comprender el impacto de las políticas públicas en la sociedad. Como señala Uvalle (2003):

La razón pública, el público ciudadano, los ciudadanos organizados y la gestión pública responden a los procesos que conllevan a la democratización del poder, y son el punto de partida para estructurar relaciones más abiertas que facilitan una mejor comunicación entre los ciudadanos y el Estado. (p. 90)

Canel y Sanders (2010) señalan que, a la fecha de su trabajo, se han propuesto diferentes modelos para estudiar la relación entre un gobierno y sus públicos, como es el modelo propuesto por Fisher y Horsley (2007) en el cual se identifican ocho atributos que afectan las relaciones públicas gubernamentales. Asimismo, desde las relaciones públicas Gregory (2006) ha ofrecido un marco para analizar las competencias que deben tener los comunicadores de gobierno. A pesar del valor que tienen estos modelos y marcos de análisis, Canel y Sander (2010) no localizaron trabajos que “deriven en descripciones sistemáticas sobre el estado de la cuestión” (Canel & Sanders, 2010, p. 6).

Progresar en la base teórica de la comunicación gubernamental requiere abordar la misma desde una perspectiva dual, combinando los enfoques de la comunicación política y la comunicación de las organizaciones, puntualmente en los aspectos éticos, el aplicar la literatura de la responsabilidad social corporativa a la responsabilidad social gubernamental, alinear la base teórica de la comunicación gubernamental con la de los *Public Affairs* (asuntos públicos) y el Issue Management (gestión de asuntos), para poder “explorar las relaciones que hay entre comunicación de gobierno y comunicación de *public policies*” (Canel y Sanders, 2010, p. 39).

En la última década, se ha observado un creciente interés en el estudio de la comunicación gubernamental, motivado por diversos factores, entre los cuales destaca la consolidación y profesionalización de las estructuras gubernamentales. A pesar de este aumento de interés, es importante destacar que la producción académica en este campo sigue estando mayoritariamente centrada en el ámbito de la comunicación política y electoral. Es por ello por lo que resulta necesario fomentar una mayor atención hacia la investigación y comprensión de los procesos comunicativos dentro

de las instituciones gubernamentales, con el objetivo de enriquecer el conocimiento en esta área y su relevancia para el funcionamiento de las democracias contemporáneas (Bruno et al., 2022; Ruiz, 2023).

En la época de los medios sociales el abordaje de la comunicación gubernamental conlleva a un elemento adicional, y es la consideración de los elementos digitales, las redes sociales y el papel que los gobiernos toman. Ruiz (2023) señala una creciente tendencia en este sentido y analiza la investigación académica enfocada en la reestructuración de la presencia digital de los gobiernos. En su trabajo localiza tres tendencias que impulsan dicha producción académica: 1) Efectos de la comunicación gubernamental en la ciudadanía, 2) Transformación digital para la comunicación del gobierno, y 3) Comunicación de crisis en la pandemia del Covid-19 (Ruiz, 2023). Esta producción académica contemporánea en materia de comunicación gubernamental se desarrolla desde y hacia cinco enfoques principales: “1) la campaña permanente, 2) la agenda *setting*, 3) la comunicación organizacional y corporativa en la comunicación de gobierno, 4) el relato de gobierno, y 5) consideraciones de algunas otras clasificaciones” (Ruiz, 2023, p. 82).

Las tendencias de investigación en el campo de la comunicación gubernamental en la era de los nuevos medios sociales se centran en tres aspectos diferenciadores, según Ruiz (2023), estos aspectos son: 1) la presencia del universo de las redes sociales, 2) el desarrollo de diversas categorías, tipologías y temas de investigación sobre las redes sociales gubernamentales, y 3) las oportunidades de investigación en comunicación gubernamental en la época de las redes sociales. Las investigaciones analizadas por Ruiz (2023) tienen su origen de forma predominante en Europa, Asia y Estados Unidos, según este autor, esta situación crea un vacío en la literatura y, por lo tanto, se convierte en una oportunidad para investigaciones futuras en la región de América Latina.

La incorporación estratégica de las redes sociales no solo ha ampliado el alcance y la visibilidad del discurso gubernamental, sino que ha planteado retos fundamentales en torno a la participación ciudadana, la confianza pública y la legitimidad democrática. Al consultar a Ruiz (2023) encontramos que la investigación

reciente apunta hacia tres dimensiones prioritarias: el comportamiento ciudadano como campo de estudio vinculado a la escucha digital; la necesidad de fortalecer las capacidades internas del gobierno para operar en entornos digitales dinámicos y complejos; y la oportunidad de ampliar las investigaciones sobre la comunicación gubernamental en contextos de crisis, emociones colectivas y desinformación. En conjunto, estas tendencias demandan enfoques más integrales que articulen innovación tecnológica, apertura institucional y responsabilidad pública (Ruiz, 2023). En este sentido, Rivas et al., (2021) examinan las tácticas comunicativas empleadas por los gobiernos de España, Alemania, Portugal y el Reino Unido durante la segunda ola de la pandemia COVID-19. El análisis resalta la relevancia de la comunicación institucional durante situaciones de crisis y cómo los gobiernos aprovechan las tecnologías para establecer un diálogo con la población y justificar sus decisiones políticas.

Finalmente, Túñez-López et al., (2017) examinan el progreso y los desafíos en la gestión de la comunicación en el siglo XXI, enfatizando la relevancia de la comunicación institucional tanto en el entorno online como offline. La investigación subraya la necesidad de ajustarse a las tendencias emergentes en la comunicación, señalando cinco principales; 1) La simetría interactiva, 2) La Generación Co, 3) La comunicación transmedia y contenido líquido, 4) El Internet de las Cosas (IoT, y 5) Conexiones en tiempo real.

Explica que la simetría interactiva se refiere a una relación comunicativa donde emisor y receptor tienen la misma capacidad de enviar y recibir información, lo que permite una comunicación horizontal y democrática. La Generación Co hace referencia a los jóvenes que han crecido con las nuevas tecnologías y tienen una forma diferente de relacionarse con el mundo y la tecnología, ellos son Co generadores de contenidos. La comunicación transmedia y el contenido líquido se refieren a la creación de historias o mensajes que se despliegan en diferentes plataformas de medios, y al contenido que se adapta a diferentes formatos para ser consumido en cualquier tipo de dispositivo. El Internet de las Cosas (IoT) se refiere a la interconexión de objetos cotidianos con internet los cuales generan datos, mismos que pueden ser procesados más adelante. Por último, las conexiones en tiempo real se refieren a la capacidad de la tecnología para

permitir la comunicación e interacción en tiempo real entre personas, independientemente de su ubicación geográfica, lo que ha dado lugar a nuevas formas de comunicación y colaboración.

En su investigación Túnuez-López et al., (2017) se enfoca en los avances y retos de la gestión de la comunicación, para esto se analizó el cómo los responsables de la gestión de la comunicación en diversas organizaciones e instituciones de Galicia (España) que se están adaptando a las nuevas tendencias de comunicación antes mencionadas. Entre sus conclusiones se encuentra que, si bien la crisis económica ha afectado la gestión de la comunicación en algunas organizaciones, un porcentaje significativo no ha percibido un impacto negativo. Sin embargo, se han detectado carencias en la planificación y evaluación de las acciones de comunicación, así como en la formación del personal en áreas digitales. A pesar de ello, la mayoría de las organizaciones cree que la estrategia de comunicación es importante y ha mejorado la imagen social en los últimos años.

Como resultado de las investigaciones presentadas, se hace evidente la importancia crítica de la comunicación gubernamental en tiempos de crisis, ya que es fundamental mantener una comunicación clara y efectiva con la ciudadanía. Además, resulta importante para los gobiernos estar al tanto de las nuevas tendencias en comunicación y adaptarse a ellas para garantizar que el mensaje llegue a los destinatarios de manera eficaz. En este sentido, el uso de las tecnologías se ha vuelto crucial para interactuar con la ciudadanía y justificar las decisiones políticas. Por tanto, los gobiernos deben ser conscientes de la necesidad de evolucionar constantemente en términos de procesos, enfoque, herramientas y estrategias de comunicación, ya que la dinámica de la comunicación continúa cambiando a medida que emergen nuevas tendencias y tecnologías (Ruiz, 2023; Rivas et al., 2021; López et al., 2017).

Por lo anterior y para efectos del presente trabajo, se puede concluir que la comunicación gubernamental se refiere al conjunto de procesos y estrategias a través de los cuales los actores políticos, institucionales y mediáticos interactúan para construir, encuadrar y transmitir mensajes que permitan articular la toma de decisiones políticas y la implementación de políticas públicas. El objetivo es la generación del

consenso entre los diversos actores. Establecer una relación de confianza y legitimidad entre el gobierno y la sociedad, utilizando procesos, técnicas y herramientas comunicativas para influir, persuadir y justificar acciones políticas ante la ciudadanía y otros actores del sistema político (Wolton, 1998; Canel, 2010; Riorda, 2011; Muñiz, 2020; Rispolo, 2020).

### **3.3. La comunicación política y sus efectos**

Los efectos de la comunicación en los asuntos políticos, específicamente electorales, es el enfoque más abordado en la producción académica de la disciplina (Canel y Sanders, 2010), resulta importante realizar un abordaje a los efectos de la comunicación política en la democracia, para posteriormente extraer lo referente a la comunicación gubernamental. Resulta oportuno señalar el hecho de que mayoritariamente los trabajos relacionados a la comunicación y que tiene algo que ver con asuntos públicos recaen en el terreno de la comunicación política, impulsados por el interés por el descubrimiento de las causas del comportamiento político electoral (Riorda, 2011).

En este sentido podemos abordar brevemente el concepto Comunicación Política, el cual Fagen (1966, p. 20) define como: “La actividad comunicativa es considerada política, en virtud de sus verdaderas y potenciales consecuencias para el funcionamiento del sistema político”. Por su parte, Luengo, (2009) define a la comunicación política como el campo científico que se ocupa de analizar los fenómenos comunicativos de todo proceso político. (p. 40). La Comunicación Política puede presentarse de diferentes formas, estas formas en sus aspectos funcionales pueden ser “comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo” (Riorda 2011, p. 99).

La influencia de la comunicación política en la democracia es innegable, dado que esta puede tener un impacto relevante en la toma de decisiones políticas y en el comportamiento electoral de los ciudadanos. En su artículo, los efectos de la comunicación política en el comportamiento electoral Crespo y Moreno, (2015) señalan que el modo en que se transmita un mensaje político puede repercutir en la percepción pública acerca de los temas y candidatos, lo cual, a su vez, podría influir en

los resultados electorales. Asimismo, la comunicación política puede incidir en la transparencia y la rendición de cuentas en el gobierno. En definitiva, la comunicación política es un componente esencial en el marco de la democracia contemporánea y “está presente en todos los aspectos de la arena política” (p. 105), esta comunicación, tiene la capacidad de impactar las decisiones políticas a través de la influencia en la percepción pública y la promoción de una mayor transparencia y responsabilidad gubernamental (Crespo y Moreno, 2015).

Para Moreno, (2012) como se menciona en Crespo y Moreno, (2015) la comunicación no puede ser considerada como una mera consecuencia de la actuación gubernamental, sino que debe ser un elemento presente en todos los aspectos involucrados para garantizar no solo la legitimidad de las medidas adoptadas, sino también su viabilidad, la coordinación entre los diferentes actores implicados y, en última instancia, el logro de los objetivos de los programas de acción gubernamental. Menciona que uno de los efectos en los que la comunicación política podría influir de forma significativa es en el clima de opinión pública, lo que podría propiciar un cambio en las preferencias del electorado, teniendo como consecuencia el cambio del sentido de su voto o generar una mayor expectativa e importancia de los ciudadanos en determinados temas, y distraerlos de otros, esto en la antesala de un proceso electoral. De igual forma se podría generar efectos en una campaña gubernamental respecto a un programa o política pública o en la valoración acerca de la imagen de un líder político o gobernante (Crespo y Moreno, 2015).

Las prácticas comunicativas y su impacto en las actitudes políticas es un tema que ha capturado la atención de diversos investigadores, y ha dado lugar al desarrollo de importantes investigaciones, tal es el caso del estudio realizado por Muñiz & Maldonado (2011), en el que señalan que los jóvenes son más susceptibles a la influencia de las noticias televisivas, lo que se traduce en un mayor nivel de interés, conocimiento y confianza en comparación con los adultos que reciben la misma información. Como parte de sus hallazgos mencionan que los efectos de los medios en la juventud se enmarcan en lo que se ha denominado movilización mediática, un concepto que sugiere que el consumo de medios de comunicación genera un mayor compromiso cívico y confianza en los asuntos políticos entre las audiencias (Muñiz y

Maldonado, 2011). El compromiso cívico ciudadano se refiere a la participación de los ciudadanos en la vida pública y en la toma de decisiones comunitarias (Henderson, et al., 2012).

Todo ello pone de manifiesto que los medios de comunicación tienen un papel importante en las democracias, ya que en mayor medida son ellos los que construyen puentes entre la ciudadanía y el sector público, en este mismo sentido, McCombs y Evatt (1995) como se menciona en Muñiz & Lauro (2011), han identificado dos tipos de roles informativos que cumplen los medios de comunicación. En primer lugar, informan sobre eventos y cambios ocurridos, lo que se conoce como función indicadora. En segundo lugar, los medios actúan como traductores de los lenguajes, logrando que las noticias sean entendibles para una amplia audiencia que consume los medios de comunicación. Los medios de comunicación han desempeñado un papel clave en la creación de la opinión pública al permitir que la información sea accesible y comprensible para la ciudadanía en general (Muñiz y Lauro, 2011).

Como menciona Repoll (2010), hoy los gobiernos cuentan con la capacidad de generar su propia comunicación mediante canales propios. Sin embargo, su uso indebido también puede conducir a la manipulación de la opinión pública y a la restricción de la libertad de expresión. El autor señala que es fundamental que los gobiernos asuman una posición responsable y transparente en su comunicación y que se fomente la participación ciudadana en el proceso comunicativo. En definitiva, aunque la capacidad de los gobiernos para generar y transmitir su propia comunicación es un recurso de gran importancia, es necesario ejercer dicha capacidad con responsabilidad y transparencia para asegurar una comunicación efectiva y democrática (Repoll, 2010).

Desde la teoría democrática, según lo planteado por Downs (1957) como se menciona en Villafranco (2005) se establece que en una sociedad democrática los partidos políticos formulan sus políticas con la finalidad primordial de obtener votos. Desde esta perspectiva, el gobierno es visto como un empresario que busca vender sus políticas públicas a cambio de votos, a fin de mantener el poder, lo que implica que la capacidad de incrementar el bienestar social está condicionada por la influencia que

ejerce la oposición sobre el gobierno. El supuesto del conocimiento imperfecto implica que tanto los partidos políticos como los ciudadanos no tienen un conocimiento completo sobre las preferencias y acciones de cada uno de los actores políticos (Villafranco, 2005).

Este conocimiento imperfecto se manifiesta de diferentes maneras: en primer lugar, los partidos políticos no tienen una idea exacta de lo que los ciudadanos desean en términos de políticas públicas; en segundo lugar, los ciudadanos no siempre tienen conocimiento sobre las acciones que el gobierno o su oposición han realizado en el pasado o en el presente. Finalmente, la información necesaria para superar esta ignorancia es costosa, ya que se requiere utilizar recursos escasos para obtener y procesar la información (Downs, 1957; citado por Villafranco, 2005), de igual forma la autora señala que en el ámbito gubernamental, el empleo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación representa una herramienta de doble filo que puede tener tanto efectos positivos como negativos sobre el fortalecimiento de la democracia y el comportamiento o compromiso de los ciudadanos en relación con su participación política (Villafranco, 2005).

### **3.4. La comunicación gubernamental y su democratización**

En los últimos años se ha prestado atención al estudio de la relación entre democracia y comunicación gubernamental. Estos dos conceptos están intrínsecamente ligados, ya que la democracia requiere de formas de comunicación que sean democráticas en su naturaleza y funcionamiento. La comunicación en el contexto gubernamental debe ser concebida como un proceso que promueva la igualdad y la reciprocidad entre los actores políticos involucrados. Es a través de esta comunicación democrática que se fortalece la participación ciudadana, se garantiza la transparencia y rendición de cuentas, y se promueve el diálogo y la deliberación informada en el ámbito político. Por lo tanto, comprender la dinámica y los desafíos de la comunicación gubernamental es esencial para el desarrollo y consolidación de las democracias contemporáneas (Díaz, 1982; Andrade, 2001; Riorda, 2011).

La transición hacia la democracia en muchos países ha abierto un espacio para el surgimiento de nuevas formas de comunicación gubernamental, así como para la

revisión de aquellas ya existentes. Molina y Vedia (2004) señalan que, durante el proceso de transición hacia la democracia, existe una complejidad donde las expectativas de la sociedad y las organizaciones sociales pueden entrar en conflicto con el discurso gubernamental. En este sentido, la comunicación gubernamental puede ser vista como “una arena donde la democracia siempre se encuentra en riesgo” (p. 31), en una democracia, la comunicación debe ser entendida como el conjunto de procesos de intercambio igualitario de mensajes entre los individuos y sus instancias de organización política (Andrade, 2001).

### **3.4.1. Comunicación gubernamental**

La comunicación gubernamental es un proceso vital para las administraciones estatales y para la construcción de la democracia en cualquier sociedad. Su importancia radica en su capacidad para facilitar la interacción entre el gobierno y la ciudadanía, promover la transparencia y la rendición de cuentas, participación ciudadana, prevención de crisis y gestión de conflictos, así como fortalecer la legitimidad de las instituciones democráticas, el desarrollo de una cultura cívica y consolidar el compromiso ciudadano.

En ese sentido, es responsabilidad de las mismas instituciones el mantener canales de comunicación abiertos entre la ciudadanía y los gobernantes y, con ello, establecer un flujo informativo constante. Respecto a esto, Canelo-San Martín (2007) afirma que “en la configuración actual de los grupos humanos las organizaciones tienen un papel primordial, con mayor significación las públicas” (p. 72). El autor sostiene además que “las instituciones son el elemento estructurador y vertebrador de las sociedades actuales, debido a su papel como integradoras, formadoras e instrumentalizadoras de la sociedad moderna, en la cual las instituciones públicas son guías y servidoras a la vez” (p. 72). Por lo que deben desarrollar dos papeles: “son preceptoras y por lo tanto autoridad social y legal, además desempeñan el papel de cubrir las necesidades sociales e individuales de manera pública” (p. 72).

La comunicación gubernamental, tal como se ha descrito, adquiere una gran importancia; en palabras de Rodríguez (2019), esta se define como "el conjunto de acciones, estrategias y procesos que lleva a cabo el gobierno para informar, educar,

persuadir y dialogar con la ciudadanía". Este proceso implica no solo la difusión de información sobre las políticas y acciones gubernamentales, sino también la creación de espacios de diálogo y participación que permitan a los ciudadanos expresar sus opiniones y demandas. Por su parte, Riorda (2011) afirma que:

La comunicación gubernamental necesita partir de un marco teórico de fuerte utilidad aplicativa para lograr estabilidad, dando cuenta de una condición de gubernamentalidad (*governmentality*) como pensamiento diferente, como el aporte de técnicas y racionalidad para los gobiernos, dado en el conjunto constituido por las instituciones, los procedimientos, análisis y reflexiones, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esta forma tan específica, tan compleja, de poder. (p. 97)

Desde el punto de vista el autor, la gubernamentalidad corresponde a “las acciones que derivan en nodos transversales que, a modo de recomendación, permeen todas las dimensiones de un gobierno, con el objeto de obtener capacidad institucional y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso a las gestiones” (p. 97).

Riorda (2011) sostiene que la comunicación es la vía para lograr la gubernamentalidad y, con ello, lograr el involucramiento de los ciudadanos en los procesos que se desarrollan en su comunidad; además, el autor afirma que esta:

Permite reducir las tensiones irresolubles entre las demandas de la ciudadanía y la posibilidad de respuesta de los gobiernos, al menos desde lo que la comunicación política puede aportar en beneficio de la gestión y, mucho más aún, de los ciudadanos” y, por lo tanto, “es necesario pensar, investigar y ejecutar la comunicación gubernamental como comunicación gubernamental; es decir, con sus propias realidades y caracteres. (p. 97)

Desde esta perspectiva, la comunicación gubernamental desempeña un papel fundamental en la promoción de la participación ciudadana en la vida política y social. Como señala Riorda (2011), "una comunicación gubernamental efectiva es aquella que involucra a la ciudadanía en los procesos de toma de decisiones y en la formulación de políticas públicas" (p. 97). En este mismo sentido, Riorda (2011) afirma que la comunicación gubernamental tiene como objetivo principal “generar consenso” (p.

97); y profundiza al señalar que “si la comunicación gubernamental no actúa bien, no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión” (p. 97). El consenso es entonces la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existan) grupos en los márgenes del consenso, o bien fuera de este, las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas”.

Lograr el consenso social y una gestión administrativa efectiva requiere de la implementación de mecanismos que promuevan la participación ciudadana, tales como audiencias públicas, consultas populares y presupuestos participativos. Estas herramientas permiten a la ciudadanía involucrarse activamente en los asuntos que afectan su vida cotidiana y favorecen la construcción de entornos propicios para que los individuos busquen integrarse en los procesos sociales de su comunidad. En esta línea, Riorda (2011) introduce el concepto de “construccionismo gubernamental”, entendiendo que el gobierno no solo observa o responde al entorno, sino que también contribuye activamente a su configuración, lo cual implica una dimensión comunicativa estratégica.

Según Riorda (2011), la comunicación gubernamental incide en aspectos fundamentales como la generación de lazos de confianza entre representantes y representados, mediante narrativas coherentes que faciliten la identificación mutua. Estas narrativas deben diseñarse cuidadosamente, tomando en cuenta las reacciones del público, la sensibilidad social y la necesidad de anticipar posibles ataques o percepciones negativas. Además, destaca la importancia de basar los mensajes en los valores profundamente arraigados en el contexto social, priorizando atributos específicos que permitan a la ciudadanía emitir juicios sobre la gestión gubernamental. En este marco, la comunicación política se convierte en una herramienta para fortalecer la imagen institucional desde una etapa temprana, contribuyendo así a consolidar legitimidad y apoyo social.

Además de lo mencionado anteriormente, la comunicación gubernamental contribuye a fortalecer la legitimidad de las instituciones democráticas al promover la transparencia y la rendición de cuentas. Como afirma Martínez y Sanmartín (2018), "la

transparencia en la comunicación gubernamental es fundamental para generar confianza en los ciudadanos y prevenir la corrupción" (p. 1049). Esto implica la divulgación oportuna y accesible de información sobre las decisiones y acciones del gobierno, así como la respuesta adecuada a las solicitudes de información por parte de la ciudadanía. Este concepto, según lo indica Riorda (2011) indica que "la idea genérica de la comunicación gubernamental es generar consenso en torno a un gobierno y, por ende, a la mayor cantidad de ciudadanos posibles. Hay una lógica de inclusión en el destinatario que no tienen los otros tipos de comunicación" (p. 99).

En cuanto a la forma en la que se divulga la información, los autores analizados coinciden en que esta debe ser sencilla, clara, oportuna y pertinente; y, en el mejor de los casos, contener un mensaje que pueda ser identificado por grandes cantidades de información. Riorda (2011) sostiene que esto "es una constante suma variable, en donde no debería primar un lenguaje de guerra, sino uno emparentado a la negociación, con el fin de construir coaliciones" (p. 99); como se mencionó anteriormente, generar consenso. Sin embargo, el autor advierte que:

"Claro que en la comunicación gubernamental también existe el deseo de generar conflictos por lo que se pueden generar divisiones o fracturas sociales calculadas, con el fin legitimante de separar visiones ideológicas enfrentadas, mermando así el caudal propio de consenso, pero intentando afirmarlo sólidamente contraponiéndolo a un sector con el cual se marca una diferencia explícita (mermando el caudal de consenso del otro). La comunicación electoral es solo una comunicación para una parte, es decir el propio segmento del electorado que votaría por una opción. Pero no necesariamente amplía la lógica de su comunicación con el criterio de mayor inclusión posible, puesto que así como no existe la unanimidad en torno al consenso, mucho menos todavía en la faz electoral" (Riorda, 2011, p. 98).

Para diferenciar la comunicación gubernamental de otros conceptos como la comunicación electoral, de crisis y de riesgo, Riorda (2011) propone una clasificación que permite identificar las premisas básicas de cada una de estas. En cuanto a los objetivos, la comunicación electoral tiene como objetivo "ganar una campaña o

aumentar la mayor cantidad de votos posibles” (p. 100); por su parte de la comunicación de crisis permite “dotar de certidumbre y producir la clausura de la crisis” (p. 100) y la de riesgo tiene como propósito “producir percepción y valorización del riesgo para prevenir o modificar situaciones” (p. 100). Mientras que la comunicación gubernamental, en lo que respecta a su objetivo, esta busca “generar el máximo consenso posible o el máximo deseado” (p. 100).

En cuestión de destinatario, la comunicación gubernamental busca que todos los ciudadanos se conviertan en destinatarios del mensaje, aun cuando se pueda segmentar la audiencia, el contenido debe ser accesible para todos; los otros tipos de comunicación exigen dirigirse a un solo sector de la población. En cuanto a la temporalidad, la comunicación gubernamental busca tener un impacto a mediano o largo plazo.

En la siguiente tabla se incluyen toda la comparación realizada por Riorda (2011):

**Tabla 1.** *La diferenciación de la comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo*

| Temas de diferenciación                                  | Comunicación gubernamental  | Comunicación electoral   | Comunicación de crisis   | Comunicación de riesgo  |
|--|---|--|--|---|
| Objetivos  | Generar el máximo consenso posible o el máximo deseado. Puede eliminar o alentar una conflictividad controlada.   | Ganar una campaña o aumentar la mayor cantidad de votos posibles. Puede eliminar o alentar una conflictividad controlada.  | Dotar de certidumbre y producir la clausura de la crisis. Debe tratar de eliminar la conflictividad.   | Producir percepción y valorización del riesgo para prevenir o modificar situaciones. Puede eliminar o alentar una conflictividad controlada.  |
| Destinatarios del mensaje                                | Todos son destinatarios, aun en mensajes con segmentación diferenciada.   | Se deben realizar mensajes con segmentación diferenciada, aunque hay dificultades en sistemas de voto obligatorio.   | Todos son destinatarios, pero se deben priorizar mensajes con segmentación diferenciada.   | Se deben priorizar mensajes con segmentación diferenciada, pero todos pueden ser destinatarios.   |
| Plazos formales  | Mediano o largo plazo del mandato.  | Corto plazo preelectoral y cortísimo plazo legal electoral.  | Debería durar un corto plazo.  | Tiene tiempos ilimitados.   |
| Combinación de argumentos a temporalidad de sus acciones | Nunca empieza y nunca termina.  | Nunca empieza y tiene fin.   | No siempre se sabe cuándo inicia pero sí que debería terminar.   | Nunca empieza y nunca termina, pero tiene picos de intensidad.  |
| Costos   | Muy costosa.  | Muy costosa.   | No necesariamente costosa.   | Costo medio con picos de intensidad.  |
| Imbricación entre las comunicaciones                     | Pueden coexistir con la comunicación electoral y funcionar coordinadamente (para los oficialismos). Cuando hay crisis la comunicación gubernamental rutinaria debe entrar en un paréntesis. Coexiste con el riesgo. | Puede coexistir con la comunicación gubernamental y funcionar coordinadamente (para los oficialismos). Cuando hay crisis la comunicación electoral se confunde con aquella. Puede coexistir con el riesgo. | Es autónoma y tiene poca relación con las otras comunicaciones. Puede confundirse con la comunicación electoral. Coexiste con el riesgo cuando hay crisis. | Coexiste con la comunicación gubernamental. Puede coexistir con la comunicación electoral. Coexiste con las crisis cuando estas se presentan. |
| Uso de eslóganes   | Siempre uno, aunque puede evolucionar con coherencia.   | Pueden coexistir simultáneamente varios.   | Ausencia de eslóganes.   | Puede existir un eslogan recomendación predominante.  |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
| Polisemia de los mensajes centrales y/o eslóganes | Lo más polisémicos posibles pero pueden combinarse con mensajes de significado directo. | Es indistinto que los mensajes sean polisémicos o no, pero debieran combinarse ambos tipos de mensajes. | Se deben usar exclusivamente mensajes de significado directo.            | Se deben usar mensajes de significado directo pero pueden combinarse con mensajes polisémicos. |
| Actores enunciadores                              | Publicidad institucionalista, prensa personalista.                                      | Publicidad y prensa hiperpersonalista   | Prensa hiperpersonalista<br>Eventualmente publicidad, institucionalista. | Publicidad institucionalista, prensa personalista y/o institucionalista.                       |

Fuente: Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 2(3), 96-111.

Sin embargo, es importante reconocer que la comunicación gubernamental también enfrenta desafíos y limitaciones en su aplicación. Por un lado, la falta de recursos y capacidades en las administraciones estatales puede limitar su capacidad para implementar estrategias efectivas de comunicación. Por otro lado, la manipulación política y la falta de independencia de los medios de comunicación estatales pueden socavar su credibilidad y legitimidad. La comunicación gubernamental es un proceso esencial para las administraciones estatales y para la construcción de la democracia. Su capacidad para promover la participación ciudadana, fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas, y legitimar las instituciones democráticas la convierten en un elemento clave para el funcionamiento de cualquier sociedad democrática.

### 3.4.2. El concepto democratización aplicado a la comunicación

Levine y Molina, (2009) plantean que la calidad de la democracia en América Latina puede evaluarse a través de múltiples dimensiones, incluyendo la participación ciudadana y la respuesta a la voluntad popular. Por su parte, Martínez, (2018) propone un debate sobre la regulación de los medios de comunicación como instrumentos de servicio público autónomos y desvinculados de intereses políticos, económicos o ideológicos. Cortina (2011) destaca la importancia de la democracia deliberativa como el modelo más adecuado para materializar la esencia misma de la democracia. Los autores reconocen que la comunicación es un elemento clave en la democracia, y que su regulación y calidad son fundamentales para garantizar una efectiva participación ciudadana y una respuesta adecuada a la voluntad popular.

La democratización de la comunicación es un concepto de amplio alcance y complejidad que ha sido objeto de investigación en diversas disciplinas académicas. En palabras de Díaz (1982), este término se refiere a la "expansión y horizontalización de canales, flujos y metodologías de acceso" en el contexto de los medios de comunicación (p. 14). Sin embargo, esta definición resulta insuficiente para capturar la complejidad del fenómeno. La Comisión MacBride, creada por la UNESCO con el propósito de analizar los desafíos de la comunicación gubernamental, propuso una definición más completa para la democratización de la comunicación, presentándola como un proceso en el cual "el individuo se convierte en un elemento activo, en lugar de ser un mero objeto de la comunicación, lo que representa una transformación profunda en las estructuras sociales y culturales que rigen el proceso comunicativo" (Díaz, 1982, p. 13). Esta perspectiva destaca la importancia de empoderar a los individuos y fomentar su participación activa en la esfera comunicativa, lo cual tiene implicaciones significativas para el fortalecimiento de la democracia y la promoción de una sociedad más inclusiva y participativa.

Díaz (1982) aborda el concepto de democratización de la comunicación como un constructo teórico, es decir, una categoría conceptual utilizada para representar un fenómeno complejo y con múltiples dimensiones (Hernández-Sampieri et al., 2006). Asimismo, el autor vincula este concepto con distintas corrientes teóricas que contribuyen a su comprensión, destacando especialmente la teoría crítica de los medios. Esta perspectiva sostiene que los medios de comunicación, lejos de ser neutros, operan como mecanismos que refuerzan el orden establecido y reproducen las desigualdades sociales. Desde esta óptica, Díaz (1982) argumenta que democratizar los medios es un paso necesario para avanzar hacia una sociedad más justa y equitativa.

Existe la posibilidad de confundir el término "democratización de la comunicación" con la democratización de la sociedad en sí misma, o ser reducido a la mera expansión de los medios masivos a una mayor proporción de la población. La polisemia del constructo puede generar confusiones respecto al manejo de una definición general. Uno de los aspectos clave en la democratización de la comunicación es la valoración del individuo, es decir, que todas las personas sean consideradas de igual manera y tengan el mismo valor, sin importar su raza, color, religión, sexo, cultura

o estatus socioeconómico, para fomentar una democracia participativa en la que los individuos estén bien informados, es necesario que la comunicación sea diseñada para llegar a todos los ciudadanos, si bien es cierto, esto implica una mayor accesibilidad a los medios de comunicación, también requiere de una transformación profunda en las estructuras sociales y culturales que rigen el proceso comunicativo (Díaz, 1982).

Kaplún (2005) presenta una serie de ideas que contribuyen a la democratización de la comunicación. Desde la perspectiva de los comunicadores, el autor destaca la importancia de mejorar los niveles de democratización en este ámbito enfocándose en cuatro aspectos principales:

1. "La palabra del otro" enfatiza la necesidad de otorgar voz a aquellos grupos que históricamente han sido marginados o excluidos de los medios de comunicación, y de escuchar y respetar sus perspectivas y experiencias.
2. "Democratizar el lenguaje" pone énfasis en la importancia de utilizar un lenguaje accesible y comprensible para todos los miembros de la sociedad, en lugar de emplear un lenguaje técnico o especializado que pueda excluir a ciertos grupos.
3. "Democratizar los medios" se refiere a la necesidad de que los medios estén en manos del pueblo, especialmente de aquellos grupos que han sido históricamente marginados. Esto implica promover una mayor diversidad en la propiedad y el control de los medios.
4. "Democratizar la comunicación" aborda la necesidad de una comunicación más equitativa e inclusiva, donde todas las voces sean escuchadas y respetadas, fomentando así la participación activa de todos los miembros de la sociedad.

Esto implica un cambio en las estructuras sociales y políticas que perpetúan la exclusión y discriminación en los medios. Un enfoque holístico y multidimensional para democratizar la comunicación, que aborda desde la inclusión de las perspectivas marginadas, el uso de un lenguaje accesible, la diversidad en la propiedad y el control de los medios, hasta una comunicación más equitativa e inclusiva en general (Kaplún, 2005).

Para Medero (2016) la democratización de la comunicación se refiere a cómo las tecnologías de la información y la comunicación han cambiado la forma en que se comunica el poder, permitiendo que los ciudadanos también sean generadores de comunicación en lugar de solo receptores. Esto ha llevado a una transición de una "campaña permanente" a una "ciudadanía permanente", donde los ciudadanos pueden expresar sus demandas colectivas en las agendas políticas de manera más inmediata, ahora, los ciudadanos pueden expresar sus opiniones, compartir información y movilizarse en torno a temas de interés común de manera más directa y autónoma.

La democratización de la comunicación gubernamental refiere al involucramiento de la ciudadanía en el diseño y ejecución de las políticas públicas, la cual busca la participación activa de la sociedad en el proceso de toma de decisiones, el mensaje desempeña una función central en la comunicación gubernamental, ya que es el medio por el cual se comunica el proyecto de gobierno a la sociedad. La importancia de este componente radica en que permite lograr una gestión comprensible y legítima, con altos niveles de respaldo público y capacidad para gestionar el consenso y el disenso social, el mensaje debe apelar a los valores sociales predominantes, interpelar a las necesidades sociales y utilizar recursos lingüísticos y políticos culturalmente resonantes. Por lo tanto, el diseño del mensaje gubernamental se convierte en un aspecto clave para democratizar la comunicación gubernamental. Para ello, es necesario que el mensaje cumpla con tres criterios fundamentales; claridad, concisión y convicción (Gómez J. et al., 2021).

### **3.4.3. La comunicación gubernamental democratizada**

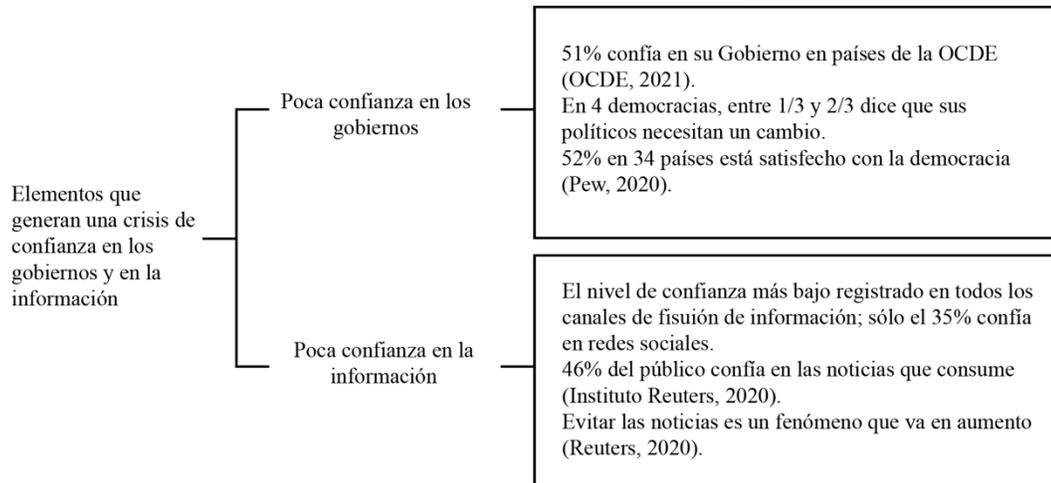
Por lo anterior y para efectos de la presente investigación se puede definir a la comunicación gubernamental democratizada como un proceso de comunicación bidireccional entre el gobierno y la ciudadanía, que busca fomentar una relación más abierta y participativa, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas por parte del gobierno. Esta comunicación se realiza a través de herramientas tecnológicas y estrategias de comunicación que permiten una mayor interacción entre los actores políticos, institucionales, mediáticos y ciudadanos. Busca garantizar tres aspectos fundamentales: 1) La disponibilidad de información la cual tiene que ser relevante y

útil para la ciudadanía, 2) La calidad, es decir que sea confiable, verificable y actualizada, 3) La accesibilidad, que sea fácilmente entendible y utilizada por los distintos segmentos poblacionales. Esto con el objetivo de generar consenso entre los actores gubernamentales y la ciudadanía, recoger su opinión para tomar decisiones más informadas y acordes a sus intereses, establecer una relación de confianza y legitimidad entre el gobierno y la sociedad, así como potenciar el desarrollo de la participación ciudadana en los procesos políticos y decisiones públicas (Díaz, 1982; Domínguez, 2022; Riorda y Elizalde, 2013; Muñiz et al., 2011; Riorda M. , 2011; Crespo & Moreno, 2015; Sullivan & Transue, 1999; Sáenz, 2016; Tromble, 2018; Muñiz et al., 2019; Conlledo, 2020; Wegscheider y Stark, 2020; Fanger E. M., 2022).

#### **3.4.4. Comunicación pública y ciudadanía**

En el mundo actual, la comunicación entre los gobiernos y la ciudadanía es fundamental para una gobernanza democrática eficaz. La OCDE (2021) destaca que "el intercambio de información entre los Gobiernos y la ciudadanía, así como el diálogo que de este se deriva, son elementos esenciales de una gobernanza democrática e instrumentales para mejorar la formulación de políticas públicas" (p. 4). La comunicación pública, entonces, se convierte en un mecanismo crucial para fortalecer la confianza en las instituciones, particularmente en un contexto donde "la ausencia de una comunicación transparente, inclusiva y responsiva entraña un claro coste para los Gobiernos en el mundo entero" (p. 4), debido a la "crisis de confianza que socava la democracia y plantea un desafío a las instituciones tradicionales" (p. 4).

**Figura 1.** *Crisis de confianza en los gobiernos y en la información*



Fuente: Elaboración propia con información de la OCDE, 2021.

Para abordar esta crisis de confianza, la OCDE sugiere que "la comunicación pública puede desempeñar un papel crucial para abordar la doble crisis de falta de confianza en los Gobiernos y en la información", aprovechando "innovaciones referentes a canales digitales tales como, entre otras, el análisis de enormes volúmenes de datos (*big data*) y los conocimientos acerca de comportamientos" (OCDE, 2021, p. 5). Así, se promueve un enfoque basado en evidencia para comprender mejor a las audiencias y sus necesidades.

El reporte de la OCDE (2021) enfatiza que para que la comunicación pública sea efectiva, es necesario:

Potenciar la función de la comunicación pública mediante el establecimiento de mandatos adecuados y el desarrollo de estrategias que orienten la comunicación al servicio de los objetivos de las políticas y de los principios del gobierno abierto de transparencia, integridad, rendición de cuentas y participación de las partes interesadas (p. 6)

Además, según este documento (OCDE,2021) es importante "institucionalizar y profesionalizar la función para contar con suficientes capacidades" (p. 6) y "avanzar hacia una comunicación más informada, construida en torno a objetivos mensurables y fundamentada en evidencia" (p. 6).

En cuanto a la gobernanza de la comunicación pública, el informe de la OCDE (2021) señala que:

Los pre-requisitos para la gobernanza efectiva de la función de comunicación pública incluyen las estructuras institucionales de la función, los mandatos oficiales que la rigen, sus estrategias y planes, la coordinación intergubernamental, así como los recursos humanos y financieros necesarios para promover la profesionalización de la comunicación (p. 13).

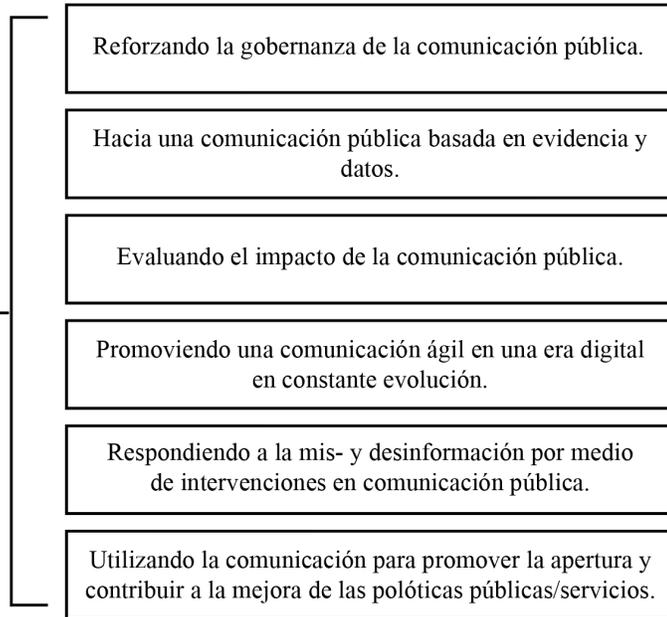
Esto subraya la necesidad de estructuras bien definidas y recursos adecuados para asegurar una comunicación eficiente y efectiva.

La comunicación pública también debe adaptarse a un entorno digital en constante evolución. La OCDE (2021) subraya la importancia de "promover una comunicación ágil en una era digital" (p. 15), aprovechando "las nuevas tecnologías para promover una comunicación bidireccional directa, interactiva y personalizada" (p. 15) para abordar los desafíos clave. Además, la comunicación pública tiene un rol crucial en "contrarrestar la evolución de la mis- y desinformación," mediante "la creación de guías oficiales, capacitación y evaluación, así como el papel de la cooperación intragubernamental e intergubernamental" (p. 15).

Finalmente, el informe de la OCDE (2021) aboga por "utilizar la comunicación para promover la apertura y contribuir a la mejora de políticas públicas y servicios," destacando que "los argumentos para reforzar la capacidad de los gobiernos de comunicarse con sus ciudadanos son apremiantes" (p. 16) A través de una comunicación efectiva y basada en evidencia, los gobiernos pueden mejorar la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana, elementos clave para fortalecer la confianza pública y mejorar el funcionamiento democrático.

**Figura 2.** *Condiciones para una función de comunicación gubernamental eficaz.*

El camino a seguir para una función de comunicación más eficaz



Fuente: Elaboración propia con información de la OCDE, 2021.

## CAPÍTULO IV. COMPROBACIÓN CUALITATIVA

### 4.1. Contexto teórico

Como se señaló, el Gobierno, siendo esencial en el Estado actual, tiene la necesidad constante de comunicarse para buscar consenso tal como lo señala Riorda (2011); aunado a que las administraciones públicas trabajan en un contexto de cambios continuos debido a las transformaciones rápidas en la sociedad, política y economía modernas, como menciona Uvalle (2003). La forma en que se establecen las relaciones entre el gobierno y la sociedad se vuelve más relevante, según destaca Medero (2016).

Este primer estudio tiene como uno de sus objetivos principales perfilar una clasificación teórica que ayude a identificar los elementos clave en la configuración de una comunicación gubernamental democratizada. La comunicación en el ámbito gubernamental, cuando se orienta hacia la democracia, no solo refuerza la participación ciudadana, sino que también asegura la transparencia, la rendición de cuentas y promueve el diálogo y la deliberación informada en el ámbito político. Entender la dinámica y los desafíos de esta comunicación es esencial para el progreso y la consolidación de las democracias actuales (Andrade, 2001; Díaz, 1982; Riorda, 2011).

En primera instancia se considera que un aspecto clave a la hora de hablar de la democratización de la comunicación: la no exclusión; es decir, la consideración igualitaria de todas las personas, independientemente de su raza, color, religión, sexo, cultura o estatus socioeconómico emerge como un aspecto fundamental. Por tal motivo, es necesario que exista una disponibilidad de información pública, y que esta misma esté codificada de tal manera que sea entendida por un amplio número de personas, es clave para promover una democracia participativa y asegurar que los individuos estén bien informados (Díaz, 1982; Kaplún, 2005; Martínez, 2018).

Se plantea que, en este nivel de inclusión, todo esfuerzo comunicacional debería ser dotado de componentes adicionales de mayor alcance, por lo cual se considera que el elemento a buscar es la accesibilidad, lo que representa otro de los aspectos fundamentales para esta etapa del estudio.

En la democratización de la comunicación gubernamental, la manera en que se estructura el mensaje adquiere una importancia crucial. En este contexto, es vital que el mensaje gubernamental cumpla con tres criterios esenciales: claridad, concisión y convicción (Gómez et al., 2021). Estos elementos se convierten en pilares fundamentales para garantizar la calidad y accesibilidad del mensaje a toda la población, contribuyendo así a una comunicación más democrática y participativa.

Se visualiza que la comunicación de los gobiernos deberían seguir tres criterios esenciales al dirigirse en el camino de la democratización: en primer lugar, la información debe estar disponible, dentro de la disponibilidad se establece la necesidad de que esta información tiene que ser relevante y útil para la ciudadanía; en segundo lugar, se debe garantizar la calidad, asegurando su confiabilidad, verificabilidad y actualización constante; por último, se busca la accesibilidad del mensaje, procurando que sea comprensible y utilizable por diversos segmentos poblacionales. Estos elementos se erigen como pilares fundamentales para la confrontación de una comunicación gubernamental democratizada (Sullivan & Transue, 1999; Muñiz y Maldonado, 2011; Riorda, 2011; Crespo & Moreno, 2015; Domínguez, 2022).

En esta fase de la investigación, se retoman dos preguntas fundamentales que han guiado el planteamiento inicial:

PI1: ¿Es posible determinar que los principales elementos que determinan o forman parte de una comunicación gubernamental democratizada abarcan aspectos como disponibilidad, accesibilidad y calidad?

PI2: En caso de existir, ¿Qué otros elementos apoyan la configuración de una comunicación gubernamental democratizada?

PI3: ¿Qué modelo teórico respalda el desarrollo de un modelo de una comunicación gubernamental democratizada?

Estas interrogantes constituyen los pilares sobre los cuales se construirá el análisis cualitativo, permitiendo una exploración exhaustiva y contextualizada de los elementos que influyen en la democratización de la comunicación gubernamental, así como la identificación y aplicación de un marco teórico que sustenta este concepto.

## 4.2. Diseño de investigación

La fenomenología es un enfoque metodológico que se caracteriza por su atención a la experiencia personal e individual, excluyendo las dinámicas grupales o interaccionales (Jurgenson, 2003). Según Morse y Richards (2002), este método se fundamenta en dos premisas esenciales. La primera premisa postula que el mundo no se comprende únicamente a través del pensamiento, sino que su comprensión se basa en la vivencia personal, lo cual reviste una importancia crucial en el estudio fenomenológico. La segunda premisa sostiene que la existencia humana es significativa e interesante, y que las personas están inmersas en sus propios contextos individuales. Por lo tanto, para comprender plenamente sus realidades, es necesario considerar y analizar estos contextos específicos.

En la presente investigación se emplea el método cualitativo a través de la entrevista semiestructurada con el objetivo de comprender el fenómeno desde la perspectiva del entrevistado. De acuerdo con lo expuesto por Jurgenson (2003) y en función de las características propias de una entrevista semiestructurada, se dio importancia a la preparación previa y al conocimiento de los temas a abordar antes de iniciar la entrevista.

La fenomenología es un enfoque filosófico que se centra en la experiencia subjetiva y la comprensión de los fenómenos tal como son percibidos por los individuos. En el contexto de la comunicación gubernamental y el compromiso ciudadano, la fenomenología ofrece varias ventajas que lo hacen un enfoque efectivo; por ejemplo, el comprender cómo las personas experimentan e interpretan la comunicación gubernamental. Esto es crucial para entender qué tipo de mensajes son más efectivos para aumentar el compromiso ciudadano.

Además, la fenomenología permite explorar los significados compartidos y las interpretaciones que los ciudadanos tienen sobre la comunicación gubernamental. Esto puede ayudar a identificar los valores, preocupaciones y expectativas comunes que pueden utilizarse para mejorar la comunicación. Este enfoque permite la comprensión hacia las experiencias y perspectivas de los ciudadanos. Esto es fundamental para desarrollar estrategias de comunicación que resuenen con la audiencia y generen un

mayor compromiso. Al adoptar un enfoque fenomenológico, los comunicadores gubernamentales pueden tener en cuenta esta diversidad y adaptar sus mensajes para llegar a una amplia gama de ciudadanos.

### **4.3. Definición de participantes del estudio**

En cuanto al estudio cualitativo, se consideró la realización de una entrevista semiestructurada. En el contexto de la investigación cualitativa, seleccionar participantes implica considerar representatividad, pertinencia y predisposición, abordando dos aspectos clave: la naturaleza del grupo y la cantidad de entrevistados (Navarrete, 2000).

Para este estudio se utilizó un muestreo teórico el cual se realizó en tres etapas. En la primera, buscamos personas que tengan la característica alineada a lo que estamos estudiando, expertos, personajes de la vida pública local, Estatal o Nacional; personas con experiencia en política, exfuncionarios públicos que en sus diversas responsabilidades han tenido las directrices de importantes fuentes de información pública. Luego, en la segunda fase, analizamos teorías para organizar la información en categorías y avanzar en nuestra comprensión. Los aportes se basan en las características identificadas durante este análisis. Se mantiene una actitud receptiva hacia la posible emergencia de nuevas categorías. En la etapa subsiguiente, se procede a la identificación de individuos que desempeñarían el papel de informantes clave, con el propósito de fortalecer y mejorar los planteamientos, facilitando, de este modo, la formulación de una teoría más robusta (Mendieta, 2015).

En un primer ejercicio se estableció una muestra de cuatro perfiles seleccionados de acuerdo con las características antes mencionadas. 1) CDMX, entre 40 y 50 años, experto en comunicación política y Gubernamental y ex funcionario Federal. 2) Ramos Arizpe, entre 40 y 50 años, diputada y experta en comunicación política. 3) Monterrey, NL entre 30 y 40, exconcejal y candidato a alcalde, abogado y consultor electoral. 4) Estado de México, entre 40 y 50, exregidor, candidato a diputado, funcionario Local, Estatal y Federal, operador electoral. Este número puede variar en virtud de los resultados subsecuentes de dichas entrevistas (Hernández-Sampieri, 2006).

#### 4.4. Instrumento

Parte de las características de una entrevista semiestructurada es la secuencia de los temas, que se refleja en las preguntas a realizar. Por lo tanto, la Guía de entrevista resultó indispensable. Cada pregunta fue relevante tanto en relación con la temática como en cuanto a la dinámica (Jurgenson, 2003). Se desarrolló un guion a modo de guía, que consta de 10 preguntas.

El instrumento propuesto para la realización de este estudio experimentó un proceso de validación que permitió que cada uno de los temas abordados en este fuera pertinente para el desarrollo de este proyecto de investigación. La validación estuvo a cargo un profesor e investigador de la Universidad Autónoma de Nuevo León experto en la temática abordada en esta tesis. La validación se realizó en octubre de 2023.

**Tabla 2.** Aspectos generales de validación del instrumento

| Aspectos Generales   | Sí | No | Observaciones   |
|--|----|----|---|
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario   | X  |    | Se consideraron desde un inicio                         |
| Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación   | X  |    | Se realizaron ajustes                                   |
| Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial  | X  |    | Se realizó una distribución adecuada                    |
| El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir | X  |    | Se consideraron 10 preguntas las cuales son suficientes |

Fuente: *Elaboración propia.*

A continuación, se incluye la guía de preguntas bajo la cual se realizó el desarrollo de las entrevistas consideradas para este proyecto de investigación. Más que una limitante, la siguiente lista de preguntas estableció la base de los cuestionamientos; sin embargo, cuando fue necesario se profundizó en los distintos temas abordados en esta.

1. ¿Qué significa para usted comunicación gubernamental?
2. La comunicación gubernamental, ¿cómo cree usted que debería ser una buena comunicación gubernamental? En ese mismo sentido, ¿qué características podrían corresponder a una mala comunicación gubernamental?

3. Considerando aspectos como la veracidad, objetividad, prontitud y alcances de la comunicación gubernamental ¿Qué influencia puede tener la comunicación que emana del gobierno en relación con la vida democrática de un país o un Estado?
4. Al igual que un país o un territorio puede ser democratizado, ¿Considera que se puede hablar de una democratización de la comunicación gubernamental? ¿Cómo podría hacerse esto?
5. ¿Cree usted que la opinión que los ciudadanos tienen de su gobierno, en mayor medida, está relacionada a los resultados de la gestión o a la estrategia de comunicación que ese gobierno implementa?
6. ¿Usted considera que la comunicación que emana de los gobiernos puede influir en el comportamiento que tienen los ciudadanos ante su comunidad o en su actitud ante los problemas que le aquejan?
7. Hablar de una comunicación gubernamental democratizada podría incluir elementos desde la forma en que esta es diseñada, un estilo particular, los canales que se utilizan para su difusión o los alcances que esta podría tener. Desde su óptica, ¿qué elementos o características tendría que poseer principalmente este tipo de comunicación?
8. En la sociedad actual, donde podemos encontrar segmentos poblacionales amplios y diversos, determinados por distintas condiciones tanto sociales, culturales, económicas, capacidades físicas, orígenes étnicos, diversidad sexual, entre otros. ¿Considera usted que la comunicación de los gobiernos debería ser diseñada para no excluir a nadie? Qué acciones podrían emprender los gobiernos para asegurarse cubrir estos aspectos.
9. ¿Cuál cree que es el papel, que puede tener, una comunicación gubernamental democratizada en el fomento o disminución de la participación política convencional de los ciudadanos, es decir, a la hora de votar en las elecciones, o afiliarse a partidos políticos, tener interés en servir en el sector público o simplemente interactuar con sus representantes?

10. Hay Países donde su presidente, o Estados donde su Gobernador, a la hora de hacer declaraciones o rendir cuentas en los informes anuales, manejan datos imprecisos, sin sustento, no verificables o en momentos de emergencia evitan hacer declaraciones, digamos que hay vacíos en la información que emana del gobierno. Qué comportamientos sociales se podrían generar como consecuencia de este tipo de comunicación, que actitudes podrían desarrollar los ciudadanos de estos lugares ante gobernantes así.

#### 4.5. Categorías, subcategorías y matriz de categorización de variables

La categorización previa de variables constituye un componente esencial en los estudios cualitativos, ya que permite definir con claridad los conceptos operativos y orientar la recolección de datos. La elaboración de una matriz de categorías apriorísticas facilita la organización temática y ofrece una base estructurada para el diseño de instrumentos, como las entrevistas semiestructuradas. En este estudio, se diseñó una tabla de categorías que guió el levantamiento de información y contribuyó a una sistematización más precisa del análisis. La integración de enfoques cualitativos y cuantitativos a lo largo del proceso fortalece la comprensión de las variables y permite alcanzar resultados más consistentes y aplicables (Lazcano-Peña et al., 2019; Ávila et al., 2022).

**Tabla 3.** *Matriz de categorización*

| Categoría  | Subcategoría                     | Número de pregunta por subcategoría |
|--|----------------------------------|-------------------------------------|
| Democratización de la Comunicación Gubernamental | Disponibilidad                   | 1,2,4,7,8.                          |
|  | Calidad                          | 1,2,3,4,5,7                         |
|  | Accesibilidad                    | 1,2,4,5,8                           |
|  | Conocimiento Político            | 3,5,6,8,9,10                        |
| Compromiso democrático ciudadano                 | Sentimiento de eficacia política | 3,5,6,8,9,10                        |
|  | Participación convencional       | 3,6,8,9,10                          |

Fuente: *Elaboración propia.*

#### 4.6. Análisis de resultados

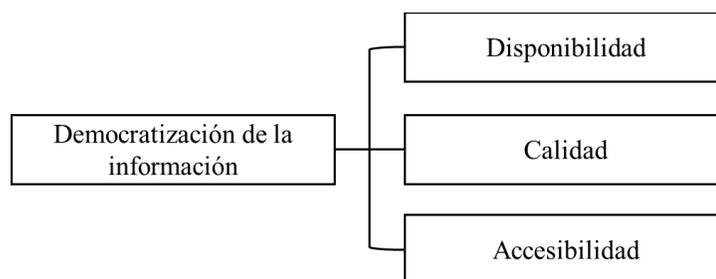
Como parte de los trabajos realizados para efecto del primer estudio, los resultados presentados en este apartado reflejan las declaraciones de las participantes

basadas en su experiencia tanto profesional como académica que le dan el carácter de experto en el tema.

Los participantes en las entrevistas coinciden en la relevancia de la comunicación gubernamental con los elementos que el planteamiento inicial presenta, coincidiendo además en que una comunicación gubernamental diseñada bajo estos atributos es útil tanto para los ciudadanos como para el funcionamiento democrático en su conjunto.

En las entrevistas se logra identificar la disponibilidad, accesibilidad y calidad como aspectos cruciales para lograr la democratización de la comunicación gubernamental. Estos hallazgos iniciales indican una alineación entre las expectativas previas y lo expresado durante las entrevistas, demostrando que estos aspectos son esenciales para una comunicación que sirva a los ciudadanos, permitiendo una rendición de cuentas efectiva, constituyendo las dimensiones fundamentales para poder hablar de una democratización de la comunicación gubernamental.

**Figura 3.** *Elementos de la comunicación gubernamental democratizada*



Fuente: *Elaboración propia.*

Al presentar a los entrevistados las preguntas previamente establecidas sobre la democratización de la comunicación gubernamental, si bien los tópicos no fueron mencionados explícitamente por el entrevistador, sin embargo, fueron mencionados por los entrevistados durante la entrevista. Conceptos como "disponibilidad", "accesibilidad" y "calidad" se manifestaron a lo largo de las respuestas. Este primer resultado revela una coincidencia entre las expectativas previas y lo reportado durante las entrevistas.

Luego de la realización de cinco entrevistas a expertos, las cuales se desarrollaron en un tiempo promedio de una hora, respectivamente, los participantes realizaron asociaciones basadas en su experiencia con respecto a los conceptos planteados en la presente investigación, por lo que se han logrado identificar tendencias y coincidencias en la información recopilada. De los principales aspectos en los cuales coinciden los entrevistados es en lo referentes a la utilidad que representa la comunicación gubernamental para el ciudadano y para la vida democrática en general, posteriormente, otro elemento que se repite en el desarrollo de las entrevistas es sobre las dimensiones que esta comunicación debería considerar para un óptimo ejercicio de la rendición de cuenta, aspectos tales como; la objetividad, la veracidad y la oportunidad son recurrentes.

Los entrevistados mencionan de forma unánime la necesidad de que la comunicación de gobierno considere a todos los segmentos de la población, siempre apegada a la verdad, señalan, que el ciudadano contemporáneo resulta crítico y susceptible a las imprecisiones en el discurso gubernamental. De cierta forma coinciden en que, la comunicación gubernamental debería llevar de forma implícita la democratización en su esencia, sin embargo, no siempre ocurre así, o pocas veces es así. Señalando que se observa pertinente el desarrollo y uso del concepto para su eventual difusión e incorporación en las acciones de comunicación de los gobiernos. Refiriendo que en un sentido estricto algo que no es democrático no debería ser llamado comunicación gubernamental, asegurando que algo que no es democrático es solo propaganda.

#### **4.6.1. Disponibilidad**

Algunos de los entrevistados coinciden ampliamente al mencionar características que podría configurar esta forma de comunicación democratizada, con respecto a la disponibilidad mencionaron:

Entrevistado 1: Pues es el ejercicio de comunicación, idealmente en donde hay una transferencia de información sobre los asuntos públicos. (...) para hacer comunicación de Gobierno tiene que haber esa retroalimentación y esa disposición de escucha activa por parte del Gobierno.

En el mismo sentido refiriéndose a la disponibilidad el entrevistado 2 nos menciona lo siguiente.

Entrevistado 2: (...) la comunicación que existe del gobierno hacia los ciudadanos la forma en la que comunica, un servidor público hacia el público que lo sigue, que lo tiene que escuchar (...). El ciudadano tiene que tener todas las herramientas para poder evaluar a sus gobernantes y para poder evaluar el trabajo que está haciendo el Ejecutivo, el Legislativo y el mismo poder judicial.

En el mismo sentido, hablado de la disponibilidad que debe existir como primer elemento de la comunicación gubernamental, se encuentran coincidencias respecto a que la comunicación no solo debe existir y ser emitida por parte del Gobierno, sino que también, la disponibilidad del Gobierno en escuchar a los ciudadanos.

Entrevistado 2: (...) que se informe lo que se hace dentro de un gobierno, que exista también un diálogo, no solamente se pueda comunicar, sino también que la ciudadanía sepa, a dónde acudir en caso de que quiera externar, preguntar alguna duda, pedir algún servicio.

Entrevistado 1: (...) tiene que haber un proceso de retroalimentación, es decir, en donde exista una disposición a la escucha activa por parte del gobernante respecto a lo que el ciudadano tiene que decir.

Por su parte el entrevistado 3 menciona aspectos relevantes que acompañan al criterio de disponibilidad. En sus respuestas, realiza una exposición que desdibuja las fronteras entre la disponibilidad y la accesibilidad, al señalar aspectos relevantes entre la capacidad del ciudadano de acceder a la información y al mismo tiempo de poder asimilar.

Entrevistado 3: Usualmente estos aspectos de la comunicación gubernamental se supone que debe estar vinculado a los procesos de modernización del Estado como tal no, pero hay una cosa y que sí, cuando se miran los a los gobiernos de cerca se observa de que muchas áreas no han seguido a la misma velocidad los procesos de modernización, no antes los municipios eran muy cautelosos o muy cuidadosos o muy celosos, digamos, de la información que producían, no lo querían poner a disposición del ciudadano. (...) Recordemos que estamos en

una ciudadanía, en una sociedad donde no todos tienen el mismo nivel de educación, entonces necesitamos que todos lo puedan, lo puedan entender y que también que la gente lo pueda entender, pero que también sepa dónde encontrarlo. Porque si yo quiero saber qué calles van a cerrar dentro de 2 o 3 días, porque necesitan mejorar, qué sé yo, pues debo saber dónde es una información muy básica, pero si yo quiero saber cuántos millones está costando un determinado proyecto, cualquier ciudadano debería también tener la posibilidad de obtener esa información.

#### **4.6.2. Accesibilidad**

En lo que refiere a la accesibilidad, se localizan coincidencias entre los entrevistados, específicamente en el planteamiento deseado respecto a que toda comunicación de gobierno, con elementos de democratización, tiene que ser accesible para todo público. El planteamiento inicial indica que la accesibilidad tiene que ver con la forma en que se diseña la comunicación, la cual debería ser idealmente pensada para todo público, eliminando las barreras de acceso tales como: el nivel académico, cultural o económico, pero también, las limitaciones físicas provocadas por algún tipo de discapacidad.

Entrevistado 1: (...) creo que tiene que ser efectiva tiene que ser sencilla, para que la logre comprender, todo público y tiene que ser algo pensado en que llegue a cada rincón de del Estado, específicamente, digo en mi puesto o en mi cargo, creo lo vería como algo que llegue a todo el Estado. (...) un código común, es decir, que haya un lenguaje que se entienda por tanto por el emisor como el receptor. Esto se traduce en un lenguaje ciudadano, que haya un lenguaje ciudadano por parte del emisor, compartido para que se pueda dar estas cosas en comunicación.

Mencionado incluso posibles problemas en la comunicación de no contener este elemento.

Entrevistado 1: (...) el emisor, tratándose del gobernante, no aterriza su comunicación a un lenguaje que pueda ser procesado y entendido de codificado

por parte del receptor de los sectores, los ciudadanos. Y es ahí donde no hay un proceso de comunicación efectiva.

En su participación, el entrevistado dos coincide con el planteamiento inicial respecto al acceso, al alcance y la comprensión que debería lograr el esfuerzo de comunicación gubernamental, y en como un mayor grupo de personas debería ser capaz de recibir el mensaje efectivamente.

Entrevistado 2: (...) creo que tiene que ser efectiva tiene que ser sencilla, para que la logre comprender, todo público y tiene que ser algo pensado en que llegue a cada rincón de del Estado, específicamente, digo en mi puesto o en mi cargo, creo lo vería como algo que llegue a todo el Estado.

Como parte de los criterios de accesibilidad, el entrevistado tres lo plantea desde la perspectiva de la estrategia, la cual debería dictar que la comunicación de gobierno está dirigida a todos los ciudadanos y ser diseñada desde ese enfoque.

Entrevistado 3: (...) debe responder a los fines que este Gobierno se ha propuesto, y esto debe ser entendible también para los ciudadanos. Recordemos que no todos los ciudadanos tienen conocimiento técnico de todas las áreas que funcionan en un gobierno, ya sea local, estatal o nacional. (...) hacerlo entendible para los ciudadanos para que estos puedan apropiarse de esa, de esa comunicación de manera rápida, de manera sencilla y puedan darle uso, no y puedan darle uso, porque la comunicación lo usa el Gobierno con la finalidad de que el ciudadano pueda respaldar esas propuestas, esas iniciativas que hace el Gobierno.

Entrevistado 3: (...) hay municipios en Lima, uno de los municipios de Miraflores, que ha desarrollado estrategias comunicacionales en braille, por ejemplo, para aquellos para los cieguitos, o sea, es una forma de incluir a la gente. (...) es una acción, una política, no, pero tiene que ver con una estrategia de cómo es que estás pensando tu comunicación.

En el mismo sentido, el entrevistado cuatro menciona el criterio de accesibilidad en función de que la comunicación de gobierno debe ser entendible.

Entrevistado 4: (...) Yo creo que la comunicación gubernamental tiene varias vertientes, una es la comunicación que tiene que dar el que está gobernando a los ciudadanos, tiene que ser muy transparente y tiene que ser muy directa para que se entienda.

#### **4.6.3. Calidad**

Respecto a la calidad, los entrevistados manifiestan en diversas ocasiones lo relacionado a la verdad, la mayoría de los participantes coinciden en que los tiempos han cambiado y el ciudadano cada día está más atento a comprar discurso con realidad, y que esto, por el simple hecho de ser contrario a la realidad sería un acto antidemocrático, tratar de alterar esta realidad para beneficiar intereses particulares.

Desde el planteamiento inicial se considera el aspecto de calidad principalmente al componente de veracidad, que toda comunicación gubernamental sea basada en el reporte de hechos reales, que tenga la capacidad de ser comprobada. Sin embargo, en el desarrollo de las entrevistas, los participantes aportaron importantes factores que caben dentro de esta subcategoría que resulta clave para dar forma a la democratización de la comunicación gubernamental, factores como: objetividad, oportunidad, congruencia, y estrategia, esta última causa por sí sola una dimensión por sí misma, ya que de cierta forma todos los participantes están de acuerdo en que la comunicación de gobierno debe responder a una estrategia bien definida, de lo contrario esta comunicación no es gubernamental y sería solo propaganda.

Entrevistado 1: (...) la otra cosa que yo considero que es importante es que haya verdad lo que se dice (...) uno de los elementos es que haya verdad, de verdad significa que lo que se dice sea verdad real, porque mucha, con mucha frecuencia, en comunicación de Gobierno existen otros datos y ahí es en donde se puede caer la actividad de la comunicación.

El participante dos, nos menciona un aspecto de la calidad de la información que ha generado resultados, y es que está apegada a la verdad que los ciudadanos pueden percibir en su día a día, brindando el ejemplo con el tema de la seguridad, asegurando que si se dice que su Estado es un Estado muy seguro es porque lo es, de

lo contrario sería incluso perjudicial para sus intereses políticos tratar de distorsionar la percepción a través de la comunicación.

Entrevistado 2: Ha sido efectiva, se ha basado en tres ejes uno de ellos es la seguridad hemos tratado de comunicarle a los ciudadanos o a los coahuilenses, que Coahuila hoy es el segundo estado más seguro del país, ha costado trabajo por supuesto, pero vivimos en un Estado, seguro que está rodeado de estados que no tienen la misma seguridad como lo es Tamaulipas como los Nuevo León, como lo es Zacatecas, Durango o San Luis Potosí. (...) Entonces hemos comunicado esos tres ejes, hacia la ciudadanía y creo que la gente hoy percibe, que vive y se siente en un Estado seguro con empleo y con desarrollo. (...) La ciudadanía, ya sabe realmente si lo estás haciendo o no, porque lo ven en hechos lo ven en realidades y lo ven plasmado y cuando se logran su objetivo de comunicar lo que sí se hizo y la gente va y ve que es real, entonces logramos una confianza.

Hablando de las consecuencias de que un gobierno no comunique basado en la verdad, el entrevistado asegura que los tiempos han cambiado y las personas en México hoy en día ya comienzan a cuestionar, a investigar y a dudar de la información que recibe de sus gobernantes.

Entrevistado 2: Entonces creo que quien no está tan cerca de la realidad pudiese comprar el mensaje, porque al final de cuentas los mexicanos, desde niños nos enseñan a respetar nuestros símbolos patrios y a respetar a nuestros gobernantes a saludar a nuestra bandera y a respetar a nuestro Presidente sea quien sea y el respetarlo es confiar en él cuando ves a un presidente hablar de números hablar de proyectos hablar de programas confías en él, los ciudadanos en su gran mayoría tienen la confianza puesta en ese presidente, ¿por qué el presidente me mentiría?, pero quienes están viviendo en la realidad saben lo que está sucediendo en el país, entonces creo que, sí, si un tiempo en el cual la comunicación de un gobernante era aceptada por los ciudadanos, pero hoy en día ya es cuestionable y ya es dudable, por lo que hemos vivido estos seis años y la gente dice, ¿será verdad? y entonces es cuando se empieza a el ciudadano

ya investiga ya se mete a redes sociales y hay otros canales para poder saber la verdad, ya hay otras herramientas para poderse enterar de que realmente está sucediendo en el país.

En este mismo sentido el entrevistado tres aporta aspectos relevantes que afirman la necesidad de considerar como parte del proceso de generación de una comunicación gubernamental democratizada el componente de la calidad.

Entrevistado 3: (...) considerando que la información que maneja el Gobierno se presume que es información cierta, es decir, información verdadera, por lo tanto, cuando va a comunicar esta información a los ciudadanos debe cumplir también ese parámetro. (...) un Estado quiere hacer pública esa información, tiene que haber congruencia, eso debe ser verdadera, debe ser cierta.

En parte de la conversación señala algo que sería la antítesis de la calidad, que es la desinformación, la manipulación a través de mentiras e imprecisiones.

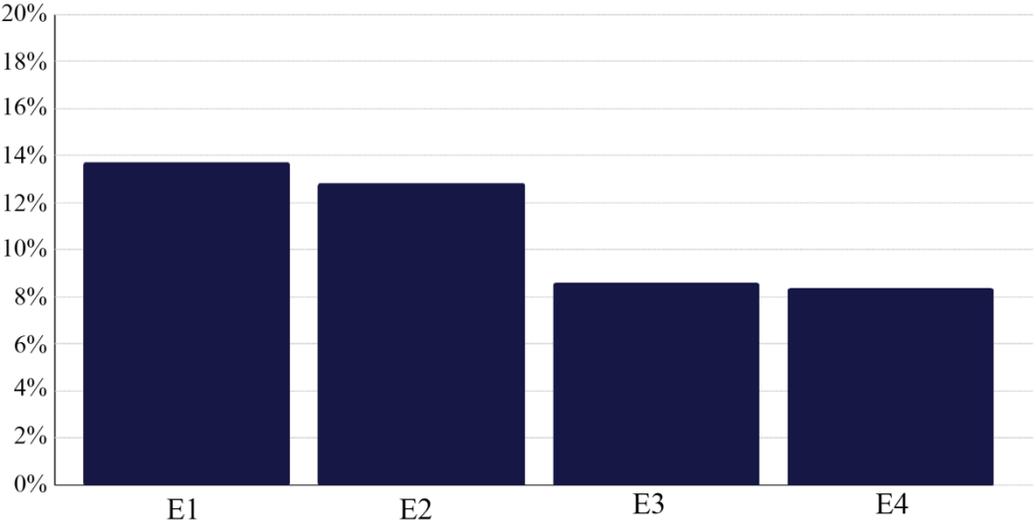
Entrevistado 3: Pues yo creo que las malas prácticas están orientadas a que cuando se quiere informar al ciudadano con una información que no es cierta, o sea, se quiere, digamos, aunque suena redundante, pero se mal informa al ciudadano. (...) Para el ciudadano para que pueda informarse para que pueda participar para que pueda actuar, pero también va a servir, si es que es una comunicación veraz, no si es una comunicación que se sustenta información cierta va a servir para que el Gobierno construya argumentos frente a sus adversarios y detractores.

Por su parte el entrevistado cuatro se refirió al concepto de la transparencia, refiriendo su importancia en el proceso comunicativo y señalando que es de suma importante en el proceso gubernamental, pero que esta debe ser basada en criterios de verdad y objetividad.

Entrevistado 4: (...) el tema de la transparencia es muy importante, es muy importante y yo creo que es fundamental en política el decir las cosas que haces y siempre lo decimos los políticos o los que estamos en la función pública, hay que cacarear el huevo, hay que decir las cosas, pero también no hay, no, no se debe de crear confusión, tiene que ser muy concreto y objetivo.

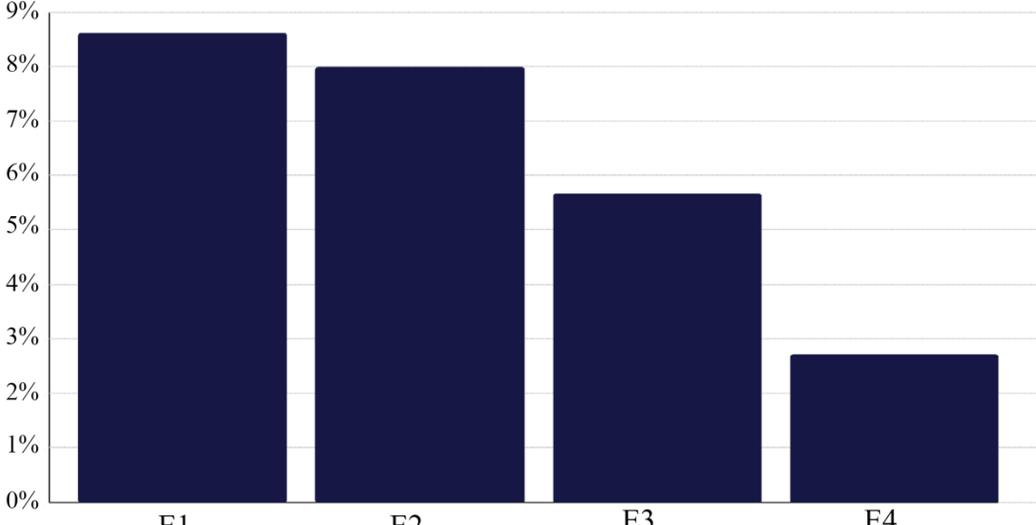
Al revisar gráficamente, se logra visualizar la ponderación que cada entrevistado da a los elementos que forman parte del planteamiento inicial de esta investigación.

**Figura 4.** Disponibilidad (Codificación por elemento)



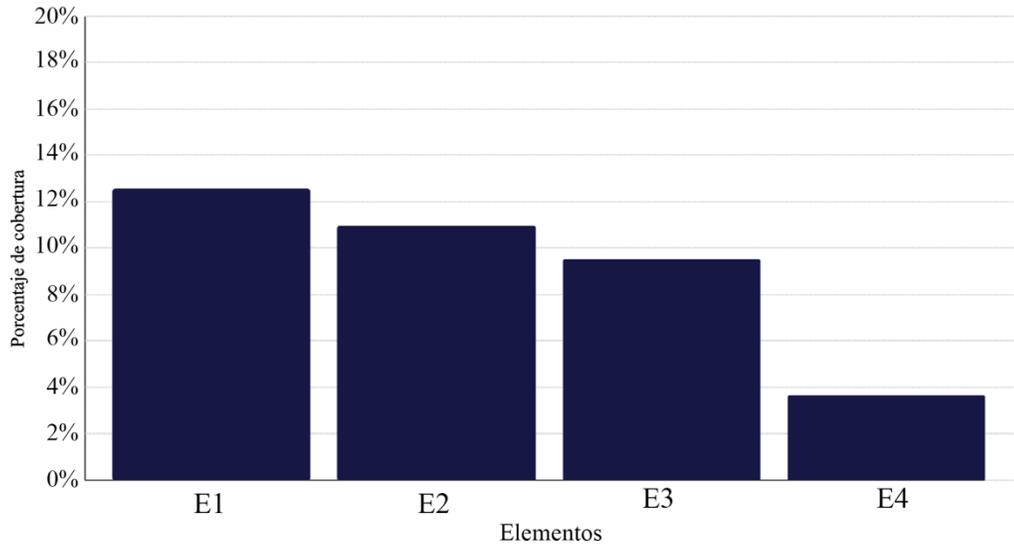
Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 5.** Accesibilidad (Codificación por elemento)



Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 6.** *Calidad (Codificación por elemento)*



Fuente: *Elaboración propia.*

#### **4.6.4. Conocimiento público**

Respecto al conocimiento público, los expertos coinciden que la comunicación gubernamental es un aspecto que influye directamente en este; a medida de que la información fluye de la administración a los ciudadanos, se logra que estos tengan mayor sustento en sus decisiones, sobre todo, en el involucramiento y compromiso ciudadano. Sin embargo, es necesario que se establezcan técnicas adecuadas para lograr incidir en una mayor parte de la población.

La comunicación que las administraciones sostienen con los ciudadanos es vital para que estos formen parte de las decisiones y se mantengan al tanto de las estrategias y planes que desde estos se desarrollan. En ese sentido, los entrevistados manifiestan la importancia de la comunicación gubernamental como un factor que incide directamente en el conocimiento de los ciudadanos, motivo por el cual es necesario que se incrementen las estrategias en este sentido.

Una de las premisas más importantes es que la comunicación gubernamental, para lograr incidir en el conocimiento ciudadano, es que se brinde en un lenguaje

inclusivo y entendible para todos; no solamente se trata de informar, sino de crear mensaje que el receptor, en este caso la ciudadanía, sea capaz de decodificar.

Entrevistado 1: (...) En principio tiene que haber un código común y lenguaje ciudadano para la comprensión, es decir, que haya un lenguaje que se entienda tanto por el emisor como el receptor. Suele pasar con mucha frecuencia que el emisor tratándose del gobernante no aterriza su comunicación a un lenguaje que pueda ser procesado y entendido, decodificado por parte del receptor de los ciudadanos; esto se traduce en un lenguaje ciudadano, que haya un lenguaje ciudadano por parte del emisor, un lenguaje compartido para que se pueda dar este proceso de comunicación (...) Y uno de los elementos es que haya verdad. Verdad significa que lo que se dice sea real, porque con mucha frecuencia en comunicación de gobierno existen otros datos y ahí es donde se puede caer la actividad de la comunicación.

Aun cuando los expertos coinciden en la necesidad de que existan mensajes comunes, es necesario también que, en algunos casos, ciertos temas sean dirigidos a segmentos específicos de la población con estrategias particulares acordes a cada sector.

Entrevistado 2: (...) Creo que hay circunstancias en las cuales nos obligan a hablar por segmentos. Por ejemplo, viene el próximo informe del gobernador el 9 de septiembre y sé que el gobernador se va a dirigir hacia la ciudadanía en spot, en mensajes, en panorámicos, en redes sociales, en periódicos, en diversos medios de comunicación, en radio y demás, para hablarle a segmentos también, porque hubo trabajos en segmentos (...) Bueno, creo que tiene que ser, primeramente, con un lenguaje que lo entienda cualquier ciudadano, que si lo escucha tanto un ama de casa como un campesino, como un médico, un ingeniero, pueda saber a qué se refiere ese funcionario.

Además de estar al alcance y en un lenguaje apropiado para un sector mayor de la población, se enfatiza la necesidad de que los mensajes estén basados y fundamentados en hechos veraces, de lo contrario, no se incrementará el conocimiento

ciudadano ni estos podrán comprender a profundidad las acciones y actividades del gobierno.

Entrevistado 3: (...) La información que maneja el gobierno se presume que es información cierta, es decir, información verdadera, por lo tanto, cuando va a comunicar esta información a los ciudadanos debe cumplir también ese parámetro (...) Debe ser entendible también para los ciudadanos, recordemos que no todos los ciudadanos tienen conocimiento técnico de todas las áreas que funcionan en un gobierno, ya sea local, estatal o nacional.

Es importante resaltar el valor que tiene la información provista por las entidades gubernamentales puesto que, en el pasado, solamente eran los medios de comunicación quienes se encargaban de divulgar toda la información relacionada con las administraciones y, por ende, eran la única fuente de conocimiento público. Actualmente, la comunicación gubernamental, directa de la administración, ha cambiado la manera en la que los ciudadanos se informan sobre política.

Entrevistado 4: (...) también está hoy, que vivimos otra etapa con nuestro presidente de la República, que está dando una comunicación gubernamental de lo que acontece dentro de la política pública del país, que antes no se hacía, tú te enterabas a través de las noticias o de los medios.

#### **4.6.5. Sentimiento de eficacia política**

La comunicación gubernamental es un aspecto sumamente importante que, al aplicarse de manera correcta, incide directa y de forma positiva en la percepción de la ciudadanía sobre la administración. Mantener un flujo de comunicación e información constante hace que los ciudadanos tengan mayor conocimiento sobre lo que sucede en su comunidad y sobre las estrategias, planes y políticas públicas implementadas por las entidades gubernamentales, lo cual, a su vez, se refleja en una mayor participación.

En ese sentido, los entrevistados participantes en esta investigación coinciden en el hecho de que es importante que las administraciones gubernamentales escuchen las necesidades de los ciudadanos para que, a través de una retroalimentación, puedan atenderlas de mejor forma y, con ello, incrementar su confianza.

Entrevistado 1: (...) sí o sí tiene que haber un proceso de retroalimentación, es decir, en donde exista una disposición a la escucha activa por parte del gobernante respecto a lo que el ciudadano tiene que decir en retroalimentación a la información (...) pero si a esa comunicación le sumas los hechos reales, es decir, lo que el ciudadano aprecia y observa en su metro cuadrado, entonces el efecto puede ser más duradero y si puede generar esa confianza en términos más duraderos.

Por su parte, otro de los entrevistados analiza la importancia de la comunicación gubernamental en la percepción y en la evaluación ciudadana. En ese sentido, mientras mejor sea el flujo informativo, los ciudadanos tendrán no solamente un mayor conocimiento sobre los procesos de la administración, sino que se mejorará la manera en la que califican los procesos de gobierno.

Entrevistado 2: (...) Si el gobierno o los órganos de gobierno logran dar un buen mensaje, como lo comentó, un mensaje sencillo, que sea fácil de entender, que sea breve para que no aburra o canse al ciudadano y específico para saber dónde aclarar sus dudas, yo creo que eso nos puede ayudar muchísimo a que sea un gobierno que refleje algo positivo para el ciudadano (...) Yo siempre creo que cada elección es una evaluación. Una evaluación al trabajo y a lo que comunicaste, ¿sí? Si supiste comunicar tu gobierno, si supiste hacerle llegar al ciudadano la información necesaria para que te crea y confíe en ti y te siga apoyando, el examen es en tu elección.

Por otro lado, es importante destacar que la comunicación gubernamental influye en la percepción que tienen los ciudadanos sobre su capacidad de influir en las decisiones políticas; lo cual, al mismo tiempo, incrementa sus posibilidades de decidir participar de los procesos, es decir, genera un mayor compromiso ciudadano.

Entrevistado 3: (...) Este es el camino, esta es la ruta, esta es la información, este es el avance que se ha tenido, y ahí pueden ustedes participar. O están en contra, o están en su derecho, igual sobre esa base (...) La comunicación siempre está siendo una herramienta clave para que la gente se apropie, en este caso, de proyectos, de políticas y de programas.

Sin embargo, aun cuando las ventajas de una estrategia de comunicación gubernamental efectiva son evidentes, uno de los expertos menciona que de no desarrollarse de manera correcta los efectos adversos son considerables impactando significativamente de forma negativa en la percepción de eficacia política por parte de los ciudadanos.

Entrevistado 4: (...) El ciudadano no cree en el político. El ciudadano no cree en los resultados, aunque estén. El ciudadano, por naturaleza, en nuestro país, al menos yo veo, nos quejamos de todo, aunque tengamos ciertas cosas.

#### **4.6.6. Participación convencional**

La comunicación gubernamental es un aspecto crucial en la participación política convencional; esta es entendida como el involucramiento en actividades formales como pueden ser las elecciones, la afiliación a partidos políticos y otras formas tradicionales de asuntos públicos. La incidencia de la comunicación en este aspecto se fundamenta en el hecho de que, si los ciudadanos tienen acceso a información precisa sobre los procesos gubernamentales, estos podrán tomar decisiones informadas y, con ello, se incrementa la posibilidad de que deseen involucrarse de forma más activa en temas políticos.

Además, es preciso indicar que la comunicación gubernamental es sumamente importante para la formación de la opinión pública, la cual, además de la información de la administración, también se ve influenciada por lo que la ciudadanía consume en los medios de comunicación. Una mejor comunicación gubernamental puede ayudar a que la percepción de la opinión pública sea más positiva.

Entrevistado 1: (...) las comunidades estarán más motivadas, más interesadas a participar, a militar, a apoyar, a defender a sus gobiernos cuando existen otro tipo de estímulos o de incentivos. La comunicación per se es insuficiente (...) se desprenden más de un proceso mucho más complicado que es el de la opinión pública. Es decir, la comunicación de gobierno participa en el proceso de formación de opinión pública, pero no es el único factor para la formación de opinión pública.

La accesibilidad y la transparencia de la información política son aspectos importantes, sobre todo en un contexto donde la confianza en los gobiernos y las instituciones resulta crucial para motivar a los ciudadanos a tener una mayor participación. En este contexto, resulta fundamental que la información gubernamental sea precisa y veraz para que los ciudadanos puedan tomar decisiones informadas y responsables.

Entrevistado 2: (...) A veces los ciudadanos no saben dónde encontrarla. Y aquí sí tenemos esas herramientas para ello y creo que cada vez tiene que ser más accesible, más transparente (...) La gente salió a votar por quien confía, por quien le apueste, por quien quiere y cree que va a transformar su vida, su alrededor, lo que aquí me preocupa. Y esa va a ser una evaluación importante en el 2024 (...) Y entonces es cuando se empieza a, el ciudadano ya investiga, ya se mete a redes sociales, ya hay otros canales para poder saber la verdad. Ya hay otras herramientas para poder enterarse de qué realmente está sucediendo en el país y en el Estado.

Para que la participación ciudadana se incremente, es necesario que la comunicación gubernamental no sea unidireccional, sino un canal de doble vía, en el que los ciudadanos no solo reciban la información de forma pasiva, sino que esta sea atractiva y accesible para que la mayoría pueda entenderla, procesarla y actuar en consecuencia. Se debe considerar al ciudadano como un actor activo en los procesos de toma de decisiones y fomentar una participación más informada y empoderada, lo cual no solo mejora la democracia, sino que fortalece las relaciones entre el gobierno y los ciudadanos.

Entrevistado 3: (...) Debe ser ese puente para involucrar también a los ciudadanos en la toma de decisiones, ¿no? Para que los ciudadanos no solo sean receptivos, sino que reciben esa información, entienden, la procesan, saben de qué es, y a partir de eso también puedan actuar, puedan involucrarse en la toma de decisiones públicas (...) Que no mire al ciudadano solo como receptores, sino como actores activos y, por lo tanto, se convierta en un canal de doble vía.

El poder de la comunicación persuasiva dentro de la política permite realizar acciones como movilizaciones sociales e ideológicas. La comunicación gubernamental impacta directamente en las emociones y en las decisiones que los ciudadanos pueden llegar a tomar; en ese sentido, se subraya la importancia de los mensajes informativos emitidos por la administración ya que pueden generar apoyo o rechazo dependiendo de las características con las que estos sean emitidos.

Entrevistado 4: (...) si no tuviera esa capacidad de movilización o de mover conciencias a través de sus discursos, cada vez que convoca él al Zócalo, independientemente que pueda ser una movilización partidaria y también interna, hay una comunicación muy fuerte, y creo que si la gente también se motiva o para no votar por esa persona o para votar por esa persona (...) Entonces sí es un determinante para poder llegar directamente a la ciudadanía e influir sin duda. Tan es así que el parteaguas de esta comunicación que ahora es muy digital la implementa Obama, como tú lo sabes, en una campaña arrancó con este tipo de movimiento que ahora ya si no tienes un TikTok, si no tienes un Instagram como político o una plataforma de diálogo, es también muy complicado de que llegues, independientemente que puedes hacerlo a nivel territorio, y es otra forma también de comunicar, pero te tardas más.

#### **4.7. Conclusiones particulares del estudio**

Los resultados obtenidos en este apartado cualitativo permiten comprender con mayor profundidad los elementos que configuran una comunicación gubernamental orientada a los principios democráticos. A partir del análisis de entrevistas semiestructuradas aplicadas a perfiles expertos en comunicación política, gestión pública y vida institucional, se identificaron de manera consistente tres dimensiones fundamentales: disponibilidad, accesibilidad y calidad, las cuales, en conjunto, permiten avanzar hacia un modelo de comunicación gubernamental democratizada.

La disponibilidad fue entendida no solo como la existencia de información, sino también como la voluntad activa del gobierno de generar canales de escucha y retroalimentación con la ciudadanía. Este elemento implica que el flujo de información debe ser constante, transparente y oportuno, permitiendo a la población evaluar con

criterio las acciones del gobierno y acceder a datos que impactan directamente en su vida cotidiana.

Por su parte, la accesibilidad emergió como un componente esencial en tanto se relaciona con la capacidad del ciudadano para entender, procesar y apropiarse de la información que emana del gobierno. En este sentido, los participantes subrayaron la necesidad de eliminar barreras de entrada como el lenguaje técnico, el uso exclusivo de ciertos canales de comunicación o la omisión de sectores vulnerables o tradicionalmente excluidos. La accesibilidad, por tanto, no es solo tecnológica, sino también cultural y simbólica.

En cuanto a la calidad, los entrevistados coincidieron en la importancia de la veracidad, objetividad y congruencia del mensaje gubernamental. Una comunicación basada en datos imprecisos o manipulados no solo erosiona la confianza pública, sino que debilita el contrato democrático entre gobierno y ciudadanía. En este punto, se remarcó la diferencia entre comunicación gubernamental legítima y propaganda, siendo esta última una práctica que distorsiona la realidad para fines particulares, lo que atenta contra los principios democráticos.

Más allá de validar las dimensiones conceptuales propuestas desde el marco teórico, este análisis cualitativo permitió identificar vínculos claros entre una comunicación gubernamental democratizada y aspectos como el conocimiento público, el sentimiento de eficacia política y la participación ciudadana convencional. En otras palabras, cuando la comunicación cumple con criterios de disponibilidad, accesibilidad y calidad, favorece entornos informativos que permiten al ciudadano comprender el entorno político, evaluar críticamente a sus representantes y tomar decisiones informadas, ya sea en procesos electorales, en la deliberación pública o en otras formas de involucramiento cívico.

Se reafirma que la comunicación gubernamental no puede entenderse únicamente como un proceso unidireccional de transmisión de información, sino como una herramienta estratégica de construcción democrática. Las opiniones recogidas en este estudio refuerzan la necesidad de que los gobiernos adopten una perspectiva ética,

incluyente y estratégica en el diseño de sus mensajes, reconociendo la diversidad social y fomentando relaciones más horizontales con la ciudadanía.

Este primer estudio cualitativo sentó las bases para el desarrollo del segundo estudio, de carácter cuantitativo, al proporcionar las categorías clave que orientaron la construcción del instrumento de medición y la validación empírica del modelo propuesto. A través del enfoque fenomenológico, se logró no solo comprender la experiencia y percepción de expertos sobre la comunicación gubernamental democratizada, sino también traducir esos hallazgos en insumos concretos para diseñar y probar un modelo analítico que articula teoría y práctica. De esta manera, el estudio cualitativo no solo aporta valor en sí mismo, sino que cumple una función estratégica en el diseño metodológico general de esta investigación.

## CAPÍTULO V. COMPROBACIÓN CUANTITATIVA

### 5.1. Contextualización de la situación

En la actualidad, la comunicación entre los gobiernos y la ciudadanía constituye un eje central para el ejercicio de una gobernanza democrática efectiva. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2021), el intercambio de información y el diálogo derivado de dicho intercambio no solo son fundamentales para la construcción de políticas públicas más acertadas, sino que también representan mecanismos esenciales para fortalecer la confianza social en las instituciones gubernamentales. Esta dimensión comunicativa adquiere aún mayor relevancia en un escenario global caracterizado por una creciente crisis de confianza hacia los gobiernos y los medios de información, fenómeno que debilita el tejido democrático y pone en entredicho la legitimidad de las estructuras políticas tradicionales.

Ante este panorama, la comunicación pública se posiciona como una herramienta estratégica para afrontar la doble crisis de legitimidad institucional y desinformación. La OCDE sostiene que el aprovechamiento de los canales digitales, junto con el análisis de grandes volúmenes de datos y el entendimiento de los comportamientos sociales, puede permitir a los gobiernos diseñar estrategias comunicativas más cercanas a las audiencias y adaptadas a sus expectativas. En este sentido, la formulación de políticas públicas más eficaces debe estar acompañada por un modelo comunicativo sustentado en la evidencia y orientado por principios de gobierno abierto: transparencia, integridad, rendición de cuentas y participación.

La profesionalización de la función comunicativa dentro del aparato estatal aparece como condición imprescindible para lograr estos objetivos. La OCDE subraya la importancia de dotar a las oficinas de comunicación gubernamental con mandatos claros, capacidades institucionales sólidas, estructuras organizativas definidas y recursos humanos y financieros suficientes. Solo así es posible garantizar que la comunicación pública deje de ser un mero instrumento de propaganda para convertirse

en un mecanismo técnico-político que contribuya a la calidad democrática. Asimismo, se enfatiza la necesidad de institucionalizar esta función a través de estrategias de largo plazo que integren objetivos medibles, basados en diagnósticos sistemáticos y en un conocimiento profundo de las audiencias.

La transición hacia una comunicación pública eficaz también requiere adaptarse a un ecosistema digital dinámico. La OCDE propone que los gobiernos fomenten una comunicación ágil, interactiva y personalizada, capaz de establecer vínculos bidireccionales con la ciudadanía. Este enfoque no solo fortalece el diálogo democrático, sino que también permite contrarrestar de forma proactiva la expansión de la desinformación. Para ello, se recomienda el desarrollo de guías oficiales, programas de capacitación y marcos de cooperación tanto intra- como intergubernamental.

La comunicación pública no es un complemento, sino un componente estructural de la gobernanza democrática contemporánea. Lejos de limitarse a la emisión de mensajes institucionales, su verdadero potencial reside en su capacidad para generar confianza, fomentar la participación informada y elevar la calidad de las decisiones públicas. Tal como advierte la OCDE (2021), fortalecer las capacidades de comunicación de los gobiernos es una tarea urgente y estratégica para revitalizar la relación entre Estado y sociedad en el siglo XXI.

Con fundamento en el contexto anteriormente señalado, las preguntas de investigación que guían el desarrollo del estudio cuantitativo corresponden a las siguientes:

- PI1. ¿De qué manera las estrategias de comunicación gubernamental son percibidas por los ciudadanos como herramientas que fortalecen la gobernanza, promoviendo la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas en la administración pública?
- PI2. ¿En qué medida el uso de datos y evidencia en las estrategias de comunicación gubernamental influye en la percepción ciudadana sobre la credibilidad y confiabilidad de la información, y cómo esto afecta su nivel de compromiso con las políticas públicas?

- PI13. ¿Cómo perciben los ciudadanos el uso de tecnologías digitales y redes sociales por parte del gobierno para mejorar la interacción y la difusión de información relevante y oportuna?
- PI4. ¿Cuál es el impacto de las estrategias de comunicación gubernamental en la percepción ciudadana sobre la confianza en las instituciones y su disposición a participar en procesos democráticos?
- PI5. ¿Cómo perciben los ciudadanos las estrategias y mecanismos implementados por los gobiernos para enfrentar la desinformación, y qué tan efectivas consideran estas acciones en la promoción de la veracidad y la confianza?
- PI6. ¿Cómo perciben los ciudadanos los esfuerzos del gobierno para informar y educar sobre políticas públicas y servicios gubernamentales, y de qué manera consideran que estos esfuerzos contribuyen a la mejora de los servicios y a la recopilación de retroalimentación?

## **5.2. Técnica de recolección de datos**

Para el desarrollo del apartado cuantitativo de este proyecto de investigación se optó por la aplicación de una encuesta a ciudadanos del estado de Nuevo León. Esta técnica juega un papel fundamental en la evaluación de la comunicación gubernamental y su impacto en la democratización de la comunicación para el compromiso ciudadano. Su importancia radica en su capacidad para obtener datos cuantitativos y cualitativos de una amplia muestra de la población, permitiendo así comprender las percepciones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos hacia la comunicación del gobierno.

Las encuestas proporcionan una visión general de la opinión pública sobre la comunicación gubernamental en todas sus dimensiones, desde el reforzamiento de la gobernanza hasta la respuesta a la desinformación. A través de preguntas estructuradas y cuidadosamente diseñadas, estas encuestas permitirán recopilar datos objetivos sobre la eficacia de las estrategias de comunicación del gobierno, la satisfacción de los ciudadanos con la información proporcionada y su nivel de participación en los asuntos públicos.

La utilidad de las encuestas radica en su capacidad para identificar tendencias y patrones en la percepción pública, así como para detectar áreas de mejora en la comunicación gubernamental. Además, al permitir la comparación de datos a lo largo del tiempo y entre diferentes grupos demográficos, las encuestas proporcionan información valiosa para evaluar el impacto de las políticas y acciones de comunicación del gobierno en la sociedad.

Con la aplicación de esta encuesta se busca explorar tanto las opiniones generales de los ciudadanos como sus experiencias individuales con la comunicación gubernamental. Esto brinda una comprensión más completa de los desafíos y oportunidades en la promoción del compromiso ciudadano a través de la comunicación del gobierno.

En lo que corresponde a la población y la muestra consideradas para este estudio, se tomaron como referencia las estadísticas de INEGI obtenidas en el Censo de Población y Vivienda 2020; en este estudio, se establece que el 71% de los 5,784,442 habitantes en Nuevo León tienen una edad igual o superior a los 15 años, esto equivale a 4,110,000 personas. Sin embargo, INEGI no ha publicado el listado de personas mayores de 18 años por municipio, por lo tanto, se realizó un cálculo proporcional para estimar los habitantes en este rango de edad en cada municipalidad.

Al realizar el cálculo proporcional, las 4,110,000 personas de 18 años o más, respecto a los 5,784,442 personas se obtuvo una proporción de 0.7105, la cual fue utilizada como referencia para determinar las personas mayores de edad en cada municipio al multiplicar esta cantidad por los habitantes de cada uno. Además, los municipios fueron clasificados en cinco regiones según su ubicación geográfica, las cuales son: Área Metropolitana de Monterrey; región Citrícola; región Norte; región Periférica y región sur. La tabla 4 muestra la cantidad de habitantes en cada municipio.

**Tabla 4.** *Personas mayores de edad por municipio*

| Región            | Municipio                | Población | 18 o mayores |
|-------------------|--------------------------|-----------|--------------|
| A.M.<br>Monterrey | Apodaca                  | 656,464   | 466,435      |
|                   | Cadereyta Jiménez        | 122,337   | 86,924       |
|                   | García                   | 397,205   | 282,225      |
|                   | San Pedro Garza García   | 132,169   | 93,910       |
|                   | General Escobedo         | 481,213   | 341,915      |
|                   | Guadalupe                | 643,143   | 456,970      |
|                   | Juárez                   | 471,523   | 335,030      |
|                   | Monterrey                | 1,142,994 | 812,128      |
|                   | Salinas Victoria         | 86,766    | 61,650       |
|                   | San Nicolás de los Garza | 412,199   | 292,878      |
| Citrícola         | Santa Catarina           | 306,322   | 217,650      |
|                   | Santiago                 | 46,784    | 33,241       |
|                   | Allende                  | 35,289    | 25,074       |
|                   | General Terán            | 14,109    | 10,025       |
|                   | Hualahuises              | 7,026     | 4,992        |
|                   | Linares                  | 84,666    | 60,157       |
| Norte             | Montemorelos             | 67,428    | 47,909       |
|                   | Rayones                  | 2,377     | 1,689        |
|                   | Agualeguas               | 3,382     | 2,403        |
|                   | Los Aldamas              | 1,407     | 1,000        |
|                   | Anáhuac                  | 18,030    | 12,811       |
|                   | Bustamante               | 3,661     | 2,601        |
|                   | Cerralvo                 | 7,340     | 5,215        |
|                   | China                    | 9,930     | 7,056        |
|                   | Doctor Coss              | 1,360     | 966          |
|                   | General Bravo            | 5,506     | 3,912        |
|                   | General Treviño          | 1,808     | 1,285        |
|                   | Los Herreras             | 1,959     | 1,392        |
|                   | Lampazos de Naranjo      | 5,351     | 3,802        |
|                   | Melchor Ocampo           | 1,483     | 1,054        |
|                   | Parás                    | 906       | 644          |
|                   | Los Ramones              | 5,389     | 3,829        |
|                   | Sabinas Hidalgo          | 34,709    | 24,662       |
| Periférica        | Vallecillo               | 1,552     | 1,103        |
|                   | Villaldama               | 3,573     | 2,539        |
|                   | Abasolo                  | 2,974     | 2,113        |
|                   | El Carmen                | 104,478   | 74,234       |
|                   | Ciénega de Flores        | 68,747    | 48,847       |
|                   | Doctor González          | 3,256     | 2,313        |
|                   | General Zuazua           | 102,149   | 72,580       |
|                   | Higuera                  | 1,386     | 985          |
|                   | Marín                    | 5,119     | 3,637        |
|                   | Mina                     | 6,048     | 4,297        |

|     |                  |         |         |
|-----|------------------|---------|---------|
|     | Pesquería        | 147,624 | 104,891 |
|     | Hidalgo          | 16,086  | 11,430  |
| Sur | Aramberri        | 14,992  | 10,652  |
|     | Doctor Arroyo    | 36,088  | 25,641  |
|     | Galeana          | 40,903  | 29,063  |
|     | General Zaragoza | 6,282   | 4,464   |
|     | Iturbide         | 3,298   | 2,343   |
|     | Mier y Noriega   | 7,652   | 5,437   |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto a la muestra, se optó por un muestreo no probabilístico aleatorio simple. Según la calculadora de muestras de ProQuest, para un nivel de confianza de 95% y un nivel de error de 5% la cantidad de personas a encuestar es de 385 las cuales serán distribuidas de manera proporcional en cada una de las regiones en las que se encuentra dividido en el estado de Nuevo León. En la siguiente tabla se incluye la distribución de encuestados según estos criterios.

**Tabla 5.** *Distribución proporcional de la muestra*

| Región          | Personas de 18 años o más | Proporción | Cuota/muestra |
|-----------------|---------------------------|------------|---------------|
| A. M. Monterrey | 3480954                   | 0.8469     | 326           |
| Citrícola       | 149847                    | 0.0365     | 14            |
| Norte           | 76272                     | 0.0186     | 7             |
| Periférica      | 325327                    | 0.0792     | 30            |
| Sur             | 77600                     | 0.0189     | 7             |
| Totales         | 4110000                   | 1.0000     | 385           |

Fuente: *Elaboración propia.*

### 5.3. Instrumento de recolección de datos

En la era digital y la globalización, la comunicación gubernamental se ha vuelto un componente esencial para el funcionamiento efectivo de las democracias. Los gobiernos de todo el mundo reconocen la importancia de una comunicación pública transparente, efectiva y participativa para fortalecer la confianza ciudadana, promover la participación democrática y garantizar la rendición de cuentas.

En primera instancia, el instrumento de recolección de datos incluye una serie de reactivos enfocados a evaluar el perfil sociodemográfico de los participantes en el

estudio; entre estos se encuentran el género y edad del encuestado, así como su nivel de ingresos mensual, su escolaridad y el municipio donde habita.

Por otro lado, el Informe de la OCDE (2021) sobre la comunicación pública, titulado "El contexto global y el camino a seguir", ha sido un referente clave en la comprensión de los desafíos y oportunidades que enfrentan los gobiernos en materia de comunicación. Este informe destaca la necesidad de adoptar enfoques innovadores y basados en evidencia para mejorar la comunicación gubernamental y promover la participación ciudadana en los asuntos públicos.

Con fundamento en lo anterior, para evaluar la comunicación gubernamental y su impacto en la democratización de la comunicación para el compromiso ciudadano, se ha desarrollado un instrumento de recolección de datos que abarca seis dimensiones clave:

1. Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación pública: Evalúa cómo los gobiernos promueven la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas a través de sus estrategias de comunicación.
2. Comunicación pública basada en evidencias y datos: Examina en qué medida los gobiernos utilizan datos y evidencia para informar y diseñar sus estrategias de comunicación.
3. Comunicación gubernamental en la era digital: Analiza cómo los gobiernos aprovechan las tecnologías digitales y las redes sociales para interactuar con los ciudadanos y difundir información de manera efectiva.
4. Impacto de la comunicación pública: Mide el impacto de las estrategias de comunicación gubernamental en la percepción pública, la confianza en las instituciones y la participación ciudadana.
5. Respuesta a la desinformación en la comunicación pública: Evalúa las estrategias y mecanismos que e los gobiernos implementan para combatir la desinformación y promover la veracidad en la comunicación pública.
6. Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos: Examina cómo los gobiernos utilizan la comunicación para informar y educar a los

ciudadanos sobre políticas públicas y servicios gubernamentales, así como para recopilar retroalimentación y mejorar la calidad de estos.

Cada una de estas dimensiones incluye una serie de indicadores clave para evaluarlos a través de una escala Likert de cinco niveles que van de totalmente en desacuerdo (1) a totalmente de acuerdo, tal como se describe a continuación:

**Tabla 6.** Dimensiones e indicadores del instrumento de recolección de datos

| Dimensión  | Indicador   | Respuestas   |
|--|---|--|
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación pública | 1. La comunicación del gobierno me mantiene informado sobre políticas y decisiones importantes.             | (1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo. |
|  | 2. La forma en que el gobierno maneja y organiza las cosas es transparente en cómo toma decisiones.         |  |
|  | 3. La participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno.              |  |
|  | 4. Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos.             |  |
|  | 5. La información importante del gobierno es fácil de encontrar para todos.                                 |  |
|  | 6. La comunicación del gobierno es clara y comprensible para la mayoría de las personas.                    |  |
|  | 7. La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada.                  |  |
|  | 8. El gobierno responde de manera efectiva a los comentarios y críticas de los ciudadanos.                  |  |
|  | 9. La comunicación del gobierno está adaptada para diferentes grupos de personas.                           |  |
| Comunicación pública basada en evidencias y datos        | 1. La comunicación del gobierno se basa en pruebas y datos que se pueden verificar.                         | (1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo. |
|  | 2. El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas.                                 |  |
|  | 3. El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos. |  |
|  | 4. La información que el gobierno proporciona está libre de parcialidad y manipulación.                     |  |
|  | 5. La información estadística que el gobierno presenta es confiable.  |  |
|  | 6. La comunicación del gobierno es fácil de entender para la mayoría, incluso cuando trata temas complejos. |  |

|  |   |   |
|--|---|---|
| Comunicación gubernamental en la era digital | <hr/> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. La información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones.</li> <li>8. El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos.</li> <li>9. El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas.</li> </ol> <hr/> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos.</li> <li>2. El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos.</li> <li>3. El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía.</li> <li>4. La información en redes sociales es suficiente para informar sobre políticas y decisiones importantes.</li> <li>5. La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder.</li> <li>6. La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido.</li> <li>7. El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales.</li> <li>8. El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones.</li> <li>9. La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es mejor que en los canales tradicionales.</li> </ol> | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.</p> |
| Impacto de la comunicación pública           | <hr/> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación pública ayuda a entender temas importantes.</li> <li>2. La comunicación del gobierno lo motiva a participar en procesos democráticos.</li> <li>3. La comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades.</li> <li>4. La comunicación del gobierno fomenta acciones positivas en la sociedad.</li> <li>5. La comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones.</li> <li>6. La comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella.</li> </ol> <hr/>  | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.</p> |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <ol style="list-style-type: none"> <li>7. La comunicación del gobierno influye en cómo se siente la ciudadanía sobre seguridad y bienestar.</li> <li>8. La comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social.</li> <li>9. La comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública.</li> </ol>   |   |
| <p>Respuesta a la desinformación en la comunicación pública</p>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad.</li> <li>2. La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa.</li> <li>3. El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.</li> <li>4. Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación.</li> <li>5. Las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación.</li> <li>6. El gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación.</li> <li>7. El gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz.</li> <li>8. El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas.</li> <li>9. La forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad.</li> </ol> | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.</p> |
| <p>Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación del gobierno es efectiva para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos.</li> <li>2. La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos.</li> <li>3. El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos.</li> <li>4. La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable.</li> <li>5. El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos.</li> <li>6. La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas.</li> </ol>  | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.</p> |

- 
7. El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad.
  8. La comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos, no solo en objetivos políticos.
  9. La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos.
- 

Fuente: *Elaboración propia.*

## **5.4. Validación del cuestionario**

### **5.4.1. Validación de constructo**

Para confirmar la validez interna del instrumento, se realizó un análisis factorial ya que esta técnica permite entender la estructura subyacente de las relaciones entre los ítems del instrumento y determinar si efectivamente agrupan en dimensiones o factores coherentes. La validez interna se refiere a qué tan bien un instrumento mide los constructos que pretende evaluar, y el análisis factorial proporciona una base sólida para evaluar esta coherencia.

Al realizar un análisis factorial, se examinan las correlaciones entre los ítems para identificar patrones que indiquen qué elementos se agrupan de manera natural. Los resultados pueden revelar si los ítems de una dimensión específica efectivamente se agrupan bajo un mismo factor, lo cual indica que están midiendo el mismo constructo. Si los ítems se agrupan correctamente en factores que corresponden a las dimensiones teóricas del instrumento, esto respalda la validez interna del mismo.

Para asegurar la adecuación de las dimensiones del instrumento en el análisis factorial, se realizaron dos pruebas estadísticas fundamentales: el índice de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. Estas pruebas permiten evaluar la estructura de los datos y su consistencia para realizar un análisis factorial exploratorio que confirme la validez estructural del instrumento.

El índice de KMO mide la adecuación de los datos para un análisis factorial, considerando valores superiores a 0.7 como adecuados y valores por encima de 0.8

como excelentes (Kaiser, 1974). En el caso de este estudio, todas las dimensiones evaluadas presentaron índices de KMO superiores a 0.8, lo cual respalda la idoneidad del análisis factorial en cada una de ellas. Específicamente, los valores de KMO obtenidos fueron:

- Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política: 0.871
- Comunicación política basada en evidencias: 0.854
- Comunicación gubernamental en la era digital: 0.859
- Impacto de la comunicación política: 0.876
- Respuesta a la desinformación: 0.874
- Comunicación para la mejora de políticas públicas: 0.812

Estos resultados indican una alta correlación entre los ítems de cada dimensión, permitiendo anticipar una estructura factorial interpretable y confiable que agrupe los ítems de manera consistente.

La prueba de esfericidad de Bartlett se emplea para verificar si la matriz de correlación es significativamente distinta de una matriz identidad, lo cual implicaría la presencia de correlaciones suficientes entre los ítems para justificar un análisis factorial. En este estudio, todos los valores de significancia (Sig.) para la prueba de Bartlett fueron menores a 0.05 ( $p < 0.000$ ), confirmando la presencia de correlaciones significativas entre los ítems. Los valores de chi-cuadrado también fueron elevados, lo cual refuerza la consistencia interna de las correlaciones en cada dimensión:

- Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política:  $\chi^2 = 293.841$
- Comunicación política basada en evidencias:  $\chi^2 = 301.541$
- Comunicación gubernamental en la era digital:  $\chi^2 = 339.934$
- Impacto de la comunicación política:  $\chi^2 = 293.511$
- Respuesta a la desinformación:  $\chi^2 = 386.326$
- Comunicación para la mejora de políticas públicas:  $\chi^2 = 445.261$

A continuación, se incluyen los resultados del análisis factorial del instrumento piloto:

**Tabla 7.** *Análisis de factorial de la prueba piloto*

| Dimensión   | KMO   | Prueba de esfericidad de Barlett |    |       |
|---|-------|----------------------------------|----|-------|
|   |       | Aprox. Chi-cuadrado              | gl | Sig.  |
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política | 0.871 | 293.841                          | 36 | 0.000 |
| Comunicación política basada en evidencias                | 0.854 | 301.541                          | 36 | 0.000 |
| Comunicación gubernamental en la era digital              | 0.859 | 339.934                          | 36 | 0.000 |
| Impacto de la comunicación política                       | 0.876 | 293.511                          | 36 | 0.000 |
| Respuesta a la desinformación                             | 0.874 | 386.326                          | 36 | 0.000 |
| Comunicación para la mejora de políticas públicas         | 0.812 | 445.261                          | 36 | 0.000 |

Fuente: *Elaboración propia.*

Por otro lado, resulta crucial asegurarse de que las preguntas o ítems del instrumento estén alineados con los objetivos y las hipótesis de la investigación. Además, se debe verificar que las preguntas estén formuladas de manera clara y comprensible, evitando ambigüedades que podrían confundir a los encuestados. También es importante que el instrumento cubra todos los aspectos relevantes del tema investigado.

#### **5.4.2. Validación de contenido**

Una vez revisado el diseño, se procedió a la evaluación de la validez del instrumento. La validez de contenido se verifica consultando a expertos en el tema, quienes revisan el contenido del instrumento para confirmar que las preguntas son representativas y pertinentes. La validez del constructo se evalúa asegurando que el instrumento mide el concepto teórico que se pretende evaluar, observando cómo las respuestas del instrumento se relacionan con otros indicadores teóricos relacionados. Además, la validez de criterio se analiza comparando las respuestas del instrumento con medidas externas o criterios establecidos que se espera que estén correlacionados con el constructo que se mide.

La evaluación de la fiabilidad es el siguiente paso crucial. Esta se enfoca en asegurar que el instrumento proporciona resultados consistentes y reproducibles. La consistencia interna se verifica mediante el cálculo de coeficientes como el alfa de Cronbach, que mide la coherencia interna de los ítems dentro del instrumento. Un alto coeficiente alfa de Cronbach, generalmente mayor a 0.70, indica que los ítems están correlacionados y miden el mismo constructo.

Una prueba piloto es fundamental para evaluar el desempeño del instrumento en una muestra reducida antes de su aplicación a gran escala. Durante esta fase, se administra el instrumento a un grupo pequeño pero representativo de la muestra objetivo. La retroalimentación obtenida de los participantes es clave para identificar problemas con la claridad, relevancia y dificultad de las preguntas. Los ajustes necesarios se realizarán con base a esta retroalimentación para mejorar la calidad del instrumento.

El análisis de los resultados de la prueba piloto con una muestra de 48 personas permitió identificar y corregir problemas potenciales antes de la implementación general del instrumento. Se examinan los datos obtenidos para identificar patrones de respuestas inesperadas o problemas en la formulación de preguntas. Con base en estos hallazgos, se realizan las correcciones pertinentes.

Para evaluar la fiabilidad del instrumento de recolección de datos, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) en cada una de sus dimensiones. Este coeficiente permite medir la consistencia interna de los ítems de un constructo, proporcionando una indicación de hasta qué punto estos ítems están relacionados entre sí y miden coherentemente un mismo concepto. En general, un valor de Alfa de Cronbach superior a 0.7 es indicativo de una fiabilidad aceptable, mientras que valores superiores a 0.9 reflejan una excelente consistencia interna, siempre que sean menores a 0.99 que indicaría multicolinealidad entre los reactivos.

En primer lugar, la dimensión "Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política" presenta un Alfa de Cronbach de 0.915, lo cual indica una excelente fiabilidad interna. Este valor sugiere que los ítems de esta dimensión están fuertemente relacionados y son consistentes en la medición del concepto planteado,

garantizando la precisión de los datos recopilados en torno a la gobernanza y comunicación política.

En cuanto a la dimensión "Comunicación política basada en evidencias," el valor de 0.924 refuerza también una excelente consistencia interna, lo que implica que los ítems que la componen miden de forma homogénea y precisa el constructo específico, asegurando que el instrumento sea confiable para medir las prácticas de comunicación fundamentadas en evidencia.

La dimensión "Comunicación gubernamental en la era digital" muestra un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.928, lo cual confirma una alta fiabilidad. Este valor respalda que los ítems de esta dimensión están estrechamente alineados y miden con precisión el impacto de la era digital en la comunicación gubernamental.

Asimismo, la dimensión "Impacto de la comunicación política" alcanza un coeficiente de 0.919. Este alto valor de consistencia interna indica que los ítems están bien relacionados y que el instrumento mide de manera precisa la influencia y repercusiones de la comunicación política en el contexto social y gubernamental.

Por otro lado, la dimensión "Respuesta a la desinformación" presenta un coeficiente de 0.941, evidenciando una excelente consistencia interna. Este valor asegura que los ítems de esta dimensión son altamente confiables y miden de forma efectiva el constructo, permitiendo explorar la capacidad de respuesta frente a la desinformación en la comunicación política.

Finalmente, la dimensión "Comunicación para la mejora de políticas públicas" muestra el coeficiente más alto con un Alfa de Cronbach de 0.951. Este valor sobresaliente indica que los ítems en esta dimensión son extremadamente consistentes y están alineados en la medición de la comunicación orientada a la optimización de políticas públicas.

A continuación, se incluyen los resultados del análisis de fiabilidad del instrumento piloto:

**Tabla 8.** *Análisis de fiabilidad de la prueba piloto*

| Dimensión   | Ítems | Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) | Resultado   |
|---|-------|-------------------------------|---|
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política | 9     | 0.915                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Comunicación política basada en evidencias                | 9     | 0.924                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Comunicación gubernamental en la era digital              | 9     | 0.928                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Impacto de la comunicación política                       | 9     | 0.919                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Respuesta a la desinformación                             | 9     | 0.941                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Comunicación para la mejora de políticas públicas         | 9     | 0.951                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |

Fuente: *Elaboración propia.*

### 5.4.3. Validación externa

Para asegurar la precisión y pertinencia del instrumento cuantitativo diseñado para analizar las estrategias de comunicación gubernamental en Nuevo León, fue fundamental realizar un proceso riguroso de validación externa. Este proceso se inició con la definición de los objetivos del instrumento, los cuales deben alinearse con el propósito de la investigación, es decir, evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación empleadas por el gobierno estatal.

Una vez establecidos los objetivos, se procedió a la selección de un panel de expertos para que revisara el instrumento. Este panel está compuesto por académicos, profesionales en comunicación pública, su función es evaluar la claridad, relevancia y adecuación de cada ítem del cuestionario. Durante esta revisión, se solicita a los expertos que proporcionen su opinión sobre cada pregunta del instrumento.

A partir del *feedback* obtenido, se realizan las modificaciones necesarias al instrumento. Esto puede implicar la reescritura de ítems poco claros, la eliminación de preguntas irrelevantes o la incorporación de nuevos elementos que los expertos consideran importantes para capturar con precisión las dimensiones teóricas planteadas.

Posteriormente, se llevará a cabo una prueba piloto del instrumento modificado con una muestra pequeña pero representativa de la población objetivo. Esta etapa permite evaluar la comprensibilidad de las preguntas, el tiempo necesario para completar el cuestionario y la consistencia interna del instrumento mediante el cálculo de coeficientes de confiabilidad, como el alfa de Cronbach.

Con los datos obtenidos de la prueba piloto, se realizan ajustes finales al instrumento para asegurar que cada ítem refleje con precisión las dimensiones teóricas que se pretenden medir. Esto asegura que el cuestionario, en su totalidad, cumpla con los objetivos de la investigación. Una vez finalizado el proceso de validación, el instrumento se implementa en la población de estudio, asegurando que su administración sea consistente para obtener datos válidos y fiables. Durante esta fase, se mantiene un proceso de evaluación continua para identificar y corregir cualquier problema que pueda surgir, garantizando así que el instrumento se mantenga relevante y preciso a lo largo del tiempo.

#### 5.4.4. Instrumento definitivo

Una vez realizados los procesos de validación tanto interna como externa, las dimensiones e indicadores definitivos son los siguientes:

**Tabla 9.** Dimensiones e indicadores del instrumento de recolección de datos definitivo

| Dimensión  | Indicador  | Respuestas   |
|--|--|--|
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación pública | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación del gobierno a través de medios tradiciones (tv, radio, prensa) y digitales (redes sociales) me mantiene informado sobre las decisiones que se toman.</li> <li>2. La forma en que el gobierno maneja y organiza la información sobre sus actividades es transparente en sus procesos gubernamentales.</li> </ol> | (1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo. |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. La participación directa de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno.</li> <li>4. Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos.</li> <li>5. La información importante para la ciudadanía, generado por el gobierno, es fácil de encontrar para todos a través de distintos medios o plataformas.</li> <li>6. La comunicación del gobierno es clara y comprensible.</li> <li>7. La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada.</li> <li>8. El gobierno responde en tiempo y forma adecuada a los comentarios y críticas de los ciudadanos.</li> <li>9. La comunicación del gobierno está adaptada para diferentes grupos de personas.</li> </ol>   |   |
| <p>Comunicación pública basada en evidencias y datos</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación del gobierno se basa en pruebas, información y datos que se pueden verificar.</li> <li>2. El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas.</li> <li>3. El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos.</li> <li>4. La información que el gobierno proporciona está libre de un enfoque parcial y manipulado por el mismo gobierno.</li> <li>5. La información estadística que el gobierno presenta es confiable.</li> <li>6. La comunicación del gobierno es fácil de entender, incluso cuando trata temas complejos.</li> <li>7. La información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones.</li> <li>8. El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos.</li> <li>9. El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas de forma accesible.</li> </ol> | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.</p> |
| <p>Comunicación gubernamental en la era digital</p>      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales (como páginas web y redes sociales) es necesaria para los ciudadanos.</li> </ol>   | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5)</p>                        |

- 
- |  |                               |
|--|-------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>2. El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos.</li> <li>3. El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía.</li> <li>4. La información en redes sociales le resulta suficiente; es decir, le permite conocer sobre políticas y decisiones importantes.</li> <li>5. La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder.</li> <li>6. La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido.</li> <li>7. El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales.</li> <li>8. El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones.</li> <li>9. La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es más rápida y de calidad que en los canales tradicionales.</li> </ol> | <p>Totalmente de acuerdo.</p> |
|--|-------------------------------|

Impacto de la comunicación pública

- 
- |  |   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación pública ayuda a entender temas relevantes para los ciudadanos como planes, estrategias o políticas públicas.</li> <li>2. La comunicación del gobierno lo motiva a participar en procesos democráticos.</li> <li>3. La comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades.</li> <li>4. La comunicación del gobierno fomenta acciones positivas en la sociedad.</li> <li>5. La falta de comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones.</li> <li>6. La comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella.</li> <li>7. La comunicación del gobierno influye en cómo se siente sobre seguridad y bienestar.</li> <li>8. La comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social, se presenta en formas para que todos la puedan entender.</li> <li>9. La comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública.</li> </ol> | <p>(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.</p> |
|--|---|
-

---

Respuesta a la  
desinformación en  
la comunicación  
pública

1. Las acciones de comunicación e información del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad.
2. La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa.
3. El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.
4. Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación.
5. Las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación.
6. El gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación.
7. El gobierno trata la desinformación transmitiendo información verificada y de fuentes confiables.
8. El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas.
9. La forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad.

(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.

---

Comunicación  
para la mejora de  
las políticas y  
servicios públicos

1. La comunicación del gobierno es suficiente para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos como políticas sociales o de servicios de salud.
2. La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos.
3. El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos.
4. La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable.
5. El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos.
6. La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas.
7. El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad.
8. La comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos, no solo en objetivos políticos.
9. La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos.

(1) Totalmente en desacuerdo; (2) En desacuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo; (4) De acuerdo; (5) Totalmente de acuerdo.

---

Fuente: *Elaboración propia.*

### **5.5. Procesamiento seguido**

El análisis de los resultados de la encuesta diseñada para evaluar la comunicación gubernamental democratizada comenzará desde la recolección exhaustiva de los datos obtenidos. Una vez recopilados se procederá a la limpieza de estos; lo cual implica eliminar errores, entradas duplicadas o inconsistencias que puedan distorsionar el análisis. Además, durante este proceso se revisará la coherencia de las respuestas, la gestión de valores atípicos y, cuando sea necesario, la codificación de respuestas cualitativas para facilitar su análisis.

Posteriormente, se procederá a un análisis descriptivo, utilizando el software estadístico SPSS v.27, que proporcione una visión general de las respuestas obtenidas. En esta etapa, se calcularán medidas de tendencia central, como la media, la mediana

y la moda, así como medidas de dispersión, como la desviación estándar y el rango, para entender la distribución de las respuestas. Además, se utilizarán gráficos y tablas para visualizar los datos, lo que permite identificar patrones y tendencias emergentes.

Para evaluar la eficacia de la comunicación gubernamental, se examinarán los resultados en función de los objetivos de comunicación establecidos previamente. Esto implica analizar indicadores como el nivel de comprensión de los mensajes por parte de la ciudadanía, su percepción de transparencia y su satisfacción con la información recibida. En cuanto a la eficiencia, el análisis se centra en la relación entre los recursos utilizados y los resultados obtenidos. Se examinan aspectos como la frecuencia de las comunicaciones, los canales empleados y tiempos asociados a cada actividad. Este análisis ayuda a entender cómo estos factores influyen en la percepción de los ciudadanos sobre la rapidez y accesibilidad de la información gubernamental.

Una vez realizado el análisis, los resultados se compararon con los objetivos iniciales de la investigación para determinar si la comunicación gubernamental está cumpliendo sus metas de informar y conectar efectivamente con la ciudadanía y con ello, fomentar la democracia. Este paso también identifica áreas que requieren mejoras y aspectos que están funcionando adecuadamente.

Con fundamento en los datos encontrados, se ofrecerán recomendaciones específicas para mejorar la eficacia y eficiencia de la comunicación gubernamental. Estas recomendaciones serán prácticas y accionables, fundamentadas en la evidencia obtenida. Asimismo, se reflexionará sobre el proceso de análisis y el instrumento utilizado, con el fin de identificar oportunidades de mejora para futuras investigaciones y establecer un plan para la implementación de mejoras continuas en la comunicación gubernamental.

Este proceso meticuloso asegura un análisis exhaustivo y riguroso de los datos recolectados, proporcionando una comprensión clara de la eficacia y eficiencia de la comunicación gubernamental y facilitando la implementación de mejoras basadas en evidencia.

El levantamiento de los datos necesarios para esta investigación se llevó a cabo durante las dos últimas semanas de octubre y la primera de noviembre del año 2024;

para la aplicación del instrumento se distribuyó un formato electrónico diseñado en la plataforma *QuestionPro*; cabe aclarar que para cada una de las regiones se utilizó un formulario distinto a fin de garantizar que las cuotas de cada una de estas se cumplieren. Además, se verificó, según el municipio donde manifestó vivir cada encuestado, que este perteneciera la zona correspondiente, lo que derivó en la necesidad de descartar algunos casos. La muestra final fue de 456 participantes; mientras que la distribución de la encuesta aplicada es la siguiente:

**Tabla 10.** *Distribución de la muestra final*

| Región          | Cuota/muestra | Recolección final | Diferencia |
|-----------------|---------------|-------------------|------------|
| A. M. Monterrey | 326           | 376               | +50        |
| Citrícola       | 14            | 17                | +3         |
| Norte           | 7             | 11                | +4         |
| Periférica      | 30            | 42                | +12        |
| Sur             | 7             | 10                | +3         |
| Totales         | 384           | 456               | +72        |

Fuente: *Elaboración propia.*

Para el análisis de los resultados, cada una de las bases de datos correspondiente a cada una de las zonas consideradas en el estudio se unieron a través de la función de “Fusionar archivos” del Software Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS); este mismo programa se utilizó para la obtención de tablas, gráficas y medidas estadísticas que permitieron la evaluación profunda de los datos, así como el análisis de fiabilidad de los resultados obtenidos.

## **5.6. Análisis de resultados**

### **5.6.1. Análisis de fiabilidad y factorial del instrumento definitivo**

En primer lugar, la dimensión "Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política" obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.920, lo que indica una buena consistencia interna entre los 9 ítems evaluados. Este resultado refleja que los ítems están bien relacionados y miden de manera coherente el constructo planteado.

La dimensión "Comunicación política basada en evidencias" alcanzó un Alfa de Cronbach de 0.937. Este valor, siendo uno de los más altos en el análisis, reafirma

la solidez y fiabilidad del instrumento para abordar este aspecto clave de la comunicación política.

Por su parte, la dimensión "Comunicación gubernamental en la era digital" obtuvo un coeficiente de 0.932, lo cual confirma que los ítems diseñados para evaluar este constructo tienen una alta consistencia interna y permiten un análisis confiable de las prácticas comunicativas digitales.

El "Impacto de la comunicación política" presentó un Alfa de Cronbach de 0.919, que, aunque ligeramente inferior a las demás dimensiones, sigue siendo satisfactorio y evidencia una buena correlación entre los ítems asociados a esta dimensión.

La dimensión "Respuesta a la desinformación" mostró un Alfa de Cronbach de 0.940, posicionándose como una de las más consistentes. Este resultado es crucial, dado que la desinformación representa un desafío central para la gobernanza y la comunicación política.

**Tabla 11.** *Análisis de fiabilidad del instrumento definitivo*

| Dimensión   | Ítems | Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) | Resultado   |
|---|-------|-------------------------------|---|
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política | 9     | 0.920                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Comunicación política basada en evidencias                | 9     | 0.937                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Comunicación gubernamental en la era digital              | 9     | 0.932                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Impacto de la comunicación política                       | 9     | 0.919                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
| Respuesta a la desinformación                             | 9     | 0.940                         | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |

|   |   |       |   |
|---|---|-------|---|
| Comunicación para la mejora de políticas públicas | 9 | 0.950 | Satisfactorio. Se encuentra dentro del parámetro aceptable, por lo que se concluye que existe una buena consistencia interna entre los ítems. |
|---|---|-------|---|

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto a la medida KMO, todos los valores superan el umbral de 0.9, lo que indica un nivel "maravilloso" según los criterios estándar para la evaluación de la adecuación muestral. Específicamente, la dimensión "Comunicación para la mejora de políticas públicas" presenta el KMO más alto, con un valor de 0.950, seguido de cerca por "Comunicación política basada en evidencias" (0.947) y "Impacto de la comunicación política" (0.940). Estas cifras demuestran que existe una fuerte correlación entre las variables dentro de cada dimensión, lo que las hace ideales para el análisis factorial.

Por su parte, la prueba de esfericidad de Bartlett confirma que las correlaciones entre los ítems no son nulas en todas las dimensiones, con valores de Chi-cuadrado altamente significativos ( $p < 0.001$ ). Esto reafirma que los datos son factorizables y que las dimensiones están adecuadamente estructuradas. Entre los resultados más destacados se encuentra el Chi-cuadrado de "Comunicación para la mejora de políticas públicas" (3438.308), que es el más elevado, indicando un alto grado de relación entre los ítems. Le siguen "Respuesta a la desinformación" (3165.391) y "Comunicación política basada en evidencias" (2972.873).

**Tabla 12.** *Análisis factorial del instrumento definitivo*

| Dimensión   | KMO   | Prueba de esfericidad de Barlett |    |       |
|---|-------|----------------------------------|----|-------|
|   |       | Aprox. Chi-cuadrado              | gl | Sig.  |
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política | 0.938 | 2505.227                         | 36 | 0.000 |
| Comunicación política basada en evidencias                | 0.947 | 2972.873                         | 36 | 0.000 |
| Comunicación gubernamental en la era digital              | 0.935 | 2855.662                         | 36 | 0.000 |
| Impacto de la comunicación política                       | 0.940 | 2544.971                         | 36 | 0.000 |
| Respuesta a la desinformación                             | 0.928 | 3165.391                         | 36 | 0.000 |
| Comunicación para la mejora de políticas públicas         | 0.950 | 3438.308                         | 36 | 0.000 |

Fuente: *Elaboración propia.*

## **5.6.2. Análisis y resultados cuantitativos**

### **5.6.2.1. Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política**

En detalle, al analizar la percepción de los encuestados sobre si la comunicación del gobierno a través de medios tradicionales (como televisión, prensa o radio) y la que se da mediante los medios digitales les ayuda a mantenerse informado sobre las decisiones del gobierno, el 44.1% de los encuestados señaló estar de acuerdo con este hecho, mientras que un 29.6% manifestó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, estas categorías positivas representan un 73.7% de las respuestas, lo cual indica que la mayoría percibe a los canales de comunicación gubernamental como efectivos en su labor informativa.

Por otro lado, un 15.1% de los participantes adoptó una postura neutral y, en contraste, las opiniones negativas, que incluyen las categorías de totalmente en desacuerdo (6.6%) y en desacuerdo (4.6%), suman apenas un 11.2%. Esto evidencia que, aunque existe una minoría que no considera efectivos estos medios, su proporción es significativamente menor.

**Tabla 13.** *La comunicación del gobierno a través de medios tradicionales (tv, radio, prensa) y digitales (redes sociales) me mantiene informado sobre las decisiones que se toman.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 30       | 6.6%   |
| En desacuerdo            | 21       | 4.6%   |
| Neutral                  | 69       | 15.1%  |
| De acuerdo               | 201      | 44.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 135      | 29.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En lo que respecta al análisis de los encuestados sobre la forma en la que el gobierno maneja y organiza la información sobre sus actividades y si esta cumple con los criterios para transparentar los procesos gubernamentales se encontró que, en el lado positivo, el 45.4% de los encuestados indicó estar de acuerdo con que el gobierno es transparente en sus procesos informativos, mientras que un 16.7% expresó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, estas categorías representan un 62.1% de las respuestas, lo que sugiere que una mayoría percibe cierta transparencia en las actividades gubernamentales.

Sin embargo, un 22.1% de los participantes adoptó una postura neutral, lo que podría indicar una falta de información para emitir un juicio claro sobre la transparencia gubernamental. Por otro lado, las opiniones negativas, que comprenden a los encuestados en desacuerdo (10.5%) y totalmente en desacuerdo (5.3%), alcanzan un total de 15.8%. Aunque este porcentaje es menor al de las evaluaciones positivas, señala que una proporción relevante de personas considera que la transparencia gubernamental aún no es adecuada.

**Tabla 14.** *La forma en que el gobierno maneja y organiza la información sobre sus actividades es transparente en sus procesos gubernamentales.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 24       | 5.3%   |
| En desacuerdo            | 48       | 10.5%  |
| Neutral                  | 101      | 22.1%  |
| De acuerdo               | 207      | 45.4%  |
| Totalmente de acuerdo    | 76       | 16.7%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Los resultados de la encuesta, en relación con la percepción de los miembros de la muestra sobre si la participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno, indica que, en términos de evaluaciones positivas, el 41.9% indicó estar de acuerdo con que la participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones gubernamentales, mientras que un 29.4% expresó estar totalmente de acuerdo. Estas respuestas suman un 71.3%, lo que destaca una percepción generalizada de que el gobierno debe considerar la opinión ciudadana en sus procesos decisorios.

Por otro lado, un 17.3% adoptó una postura neutral, lo cual podría reflejar una falta de claridad o información acerca del impacto real de la participación ciudadana en las decisiones gubernamentales. Finalmente, solamente un 11.4% de los encuestados manifestó opiniones negativas, dividiéndose entre quienes están en desacuerdo (6.6%) y totalmente en desacuerdo (4.8%). Si bien este porcentaje es menor, indica que existe un segmento de la población que percibe una desconexión entre la ciudadanía y los procesos de toma de decisiones del gobierno.

**Tabla 15.** *La participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 22       | 4.8%   |
| En desacuerdo            | 30       | 6.6%   |
| Neutral                  | 79       | 17.3%  |
| De acuerdo               | 191      | 41.9%  |
| Totalmente de acuerdo    | 134      | 29.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto a la forma en la que las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos, los resultados de la encuesta indican que el 37.7% de los encuestados señaló estar de acuerdo con que las autoridades responden a las preocupaciones ciudadanas, mientras que un 18.4% indicó estar totalmente de acuerdo. Estas respuestas combinadas representan el 56.1% de las opiniones, lo que sugiere que más de la mitad de los encuestados percibe cierto nivel de atención por parte del gobierno hacia las demandas sociales.

Además, un 26.1% de los participantes adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar incertidumbre o una percepción de respuestas gubernamentales inconsistentes. Además, un 17.8% expresó opiniones negativas, dividiéndose entre quienes están en desacuerdo (13.6%) y totalmente en desacuerdo (4.2%). Este segmento de la población señala que existe una proporción considerable de personas que perciben una falta de atención o respuesta por parte de las autoridades hacia las necesidades de los ciudadanos.

**Tabla 16.** *Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 19       | 4.2%   |
| En desacuerdo            | 62       | 13.6%  |
| Neutral                  | 119      | 26.1%  |
| De acuerdo               | 172      | 37.7%  |
| Totalmente de acuerdo    | 84       | 18.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al evaluar la percepción respecto a la facilidad para encontrar información importante para la ciudadanía, generada por las instituciones gubernamentales a través de diferentes medios de comunicación, los resultados de la encuesta indican que el 48.0% de los encuestados señaló estar de acuerdo con que la información importante generada por el gobierno es accesible, mientras que un 21.3% afirmó estar totalmente de acuerdo. Esto representa que el 69.3% de los participantes percibe que el gobierno hace esfuerzos efectivos para facilitar el acceso a la información mediante múltiples plataformas.

Sin embargo, en contraparte, un 19.5% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar incertidumbre o una experiencia limitada en la búsqueda de información gubernamental. Mientras que un 11.2% expresó opiniones negativas, dividiéndose entre quienes están en desacuerdo (8.3%) y totalmente en desacuerdo (2.9%). Este segmento señala que, aunque minoritario, aún hay ciudadanos que encuentran dificultades para acceder a la información gubernamental.

**Tabla 17.** *La información importante para la ciudadanía, generada por el gobierno, es fácil de encontrar para todos a través de distintos medios o plataformas.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 13       | 2.9%   |
| En desacuerdo            | 38       | 8.3%   |
| Neutral                  | 89       | 19.5%  |
| De acuerdo               | 219      | 48.0%  |
| Totalmente de acuerdo    | 97       | 21.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Un aspecto de suma importancia para lograr un vínculo estrecho entre el gobierno y los ciudadanos es la existencia de una comunicación clara y comprensible; en relación a esto, los datos encontrados muestran que el 44.5% de los encuestados indicó estar de acuerdo con que la comunicación del gobierno es clara y comprensible, mientras que un 20.4% afirmó estar totalmente de acuerdo; es decir que el 64.9%, más de la mitad de los participantes, considera que el gobierno comunica de manera efectiva y comprensible.

Por otro lado, un 22.1% adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar indecisión o experiencias variables en la percepción de la claridad comunicativa del gobierno. Además, un 13.0% expresó opiniones negativas, dividiéndose entre quienes están en desacuerdo (10.1%) y totalmente en desacuerdo (2.9%). Aunque minoritario, existe una proporción de personas que encuentra deficiencias en la claridad de los mensajes emitidos por el gobierno.

**Tabla 18.** *La comunicación del gobierno es clara y comprensible.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 13       | 2.9%   |
| En desacuerdo            | 46       | 10.1%  |
| Neutral                  | 101      | 22.1%  |
| De acuerdo               | 203      | 44.5%  |
| Totalmente de acuerdo    | 93       | 20.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

La comunicación entre el gobierno y la ciudadanía adquiere una mayor importancia cuando se presentan momentos de crisis en donde se requiere información de primera mano, clara y adecuada. En este sentido, el 47.6% de los encuestados

manifestó estar de acuerdo con que la comunicación gubernamental en contextos de crisis es clara y adecuada, mientras que un 18.4% expresó estar totalmente de acuerdo. De esta forma, es posible establecer que el 66.0% de los participantes perciben que el gobierno maneja de manera efectiva la comunicación en situaciones críticas.

Por otro lado, los resultados muestran que un 20.6% adoptó una postura neutral, lo cual podría reflejar dudas o experiencias variables en la claridad y pertinencia de los mensajes emitidos en estos contextos. Además, un 13.4% expresó opiniones negativas, distribuidas entre quienes están en desacuerdo (10.1%) y totalmente en desacuerdo (3.3%).

**Tabla 19.** *La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 15       | 3.3%   |
| En desacuerdo            | 46       | 10.1%  |
| Neutral                  | 94       | 20.6%  |
| De acuerdo               | 217      | 47.6%  |
| Totalmente de acuerdo    | 84       | 18.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Además de proveer información clara y oportunidad respecto a los sucesos o decisiones más importantes tomadas por el gobierno, es fundamental que estas instituciones brinden una respuesta efectiva a los comentarios y críticas de los ciudadanos; en relación con esto, se encontró que el 39.7% de los encuestados indicó estar de acuerdo con esta situación, mientras que un 15.1% expresó estar totalmente de acuerdo. Esto representa que el 54.8% de los participantes percibe que el gobierno está atendiendo adecuadamente las preocupaciones de la población.

Por otro lado, un 26.3% adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar falta de información sobre las respuestas gubernamentales o una percepción ambigua acerca de la efectividad en el manejo de las críticas. Además, un 18.8% de los encuestados expresó opiniones negativas, dividiéndose entre quienes están en desacuerdo (15.1%) y totalmente en desacuerdo (3.7%). Aun cuando solamente 2 de cada 10 encuestados consideran que el gobierno no responde de manera efectiva a las críticas y comentarios

ciudadanos, este es un punto importante que atender para mejorar la comunicación gubernamental.

**Tabla 20.** *El gobierno responde de manera efectiva a los comentarios y críticas de los ciudadanos*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 17       | 3.7%   |
| En desacuerdo            | 69       | 15.1%  |
| Neutral                  | 120      | 26.3%  |
| De acuerdo               | 181      | 39.7%  |
| Totalmente de acuerdo    | 69       | 15.1%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

La información que se brinda a los ciudadanos, con la finalidad de lograr un mejor flujo comunicativo, debe estar adaptada a los diferentes grupos de personas que puedan consumirla. En relación con esto, según su percepción, el 44.1% de los encuestados está de acuerdo con que la comunicación del gobierno está adaptada para diversos grupos de personas, mientras que un 17.1% expresó estar totalmente de acuerdo; lo cual representa que un 61.2% de los participantes percibe que el gobierno hace esfuerzos por ajustar su comunicación a las necesidades de diferentes sectores de la sociedad.

Sin embargo, un 22.8% adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar una percepción ambigua o una falta de claridad sobre cómo el gobierno adapta su comunicación para distintos grupos. Además, un 16.0% expresó opiniones negativas, dividiéndose entre quienes están en desacuerdo (11.6%) y totalmente en desacuerdo (4.4%).

**Tabla 21.** *La comunicación del gobierno está adaptada para diferentes grupos de personas*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 20       | 4.4%   |
| En desacuerdo            | 53       | 11.6%  |
| Neutral                  | 104      | 22.8%  |
| De acuerdo               | 201      | 44.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 78       | 17.1%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

El primer ítem con el puntaje promedio más alto es "La comunicación del gobierno a través de medios tradicionales (TV, radio, prensa) y digitales (redes

sociales)" con un promedio de 3.86 y una desviación estándar de 1.098. Este resultado sugiere que los encuestados consideran que la comunicación del gobierno, tanto en medios tradicionales como digitales, es un aspecto destacado dentro del refuerzo de la gobernanza y la comunicación política. Sin embargo, la desviación estándar relativamente alta indica que hay cierta variabilidad en las respuestas.

A continuación, "La participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno" ocupa el segundo lugar con un promedio de 3.84 y una desviación estándar de 1.069. Este resultado refleja una percepción positiva sobre la importancia de la participación ciudadana, pero también muestra cierta diversidad en las opiniones sobre este tema.

En tercer lugar, "La información importante para la ciudadanía, generada por el gobierno, es fácil de encontrar para todos a través de distintos medios o plataformas" con un promedio de 3.77 y una desviación estándar de 0.972. Esto indica que los ciudadanos perciben que la información gubernamental es relativamente accesible, aunque la desviación estándar baja sugiere una mayor uniformidad en las respuestas en comparación con los ítems anteriores.

El ítem "La comunicación del gobierno es clara y comprensible" obtiene un puntaje promedio de 3.70 con una desviación estándar de 0.997, lo que señala que, en general, los encuestados consideran que la comunicación del gobierno es comprensible, aunque todavía hay espacio para mejorar la claridad de los mensajes.

En cuanto a los ítems con puntuaciones más bajas, "La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada" tiene un promedio de 3.68 y una desviación estándar de 0.994. Este puntaje refleja que, aunque la comunicación en situaciones de crisis es valorada positivamente, podría haber más efectividad o percepción de adecuación en estos casos específicos.

Los dos ítems con los promedios más bajos son "Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos" (promedio 3.53, desviación estándar 1.069) y "El gobierno responde de manera efectiva a los

comentarios y críticas de los ciudadanos" (promedio 3.47, desviación estándar 1.040). Ambos ítems revelan que, aunque la respuesta del gobierno a las preocupaciones y críticas ciudadanas es vista de manera positiva, todavía hay un porcentaje considerable de la población que no percibe esta respuesta como efectiva.

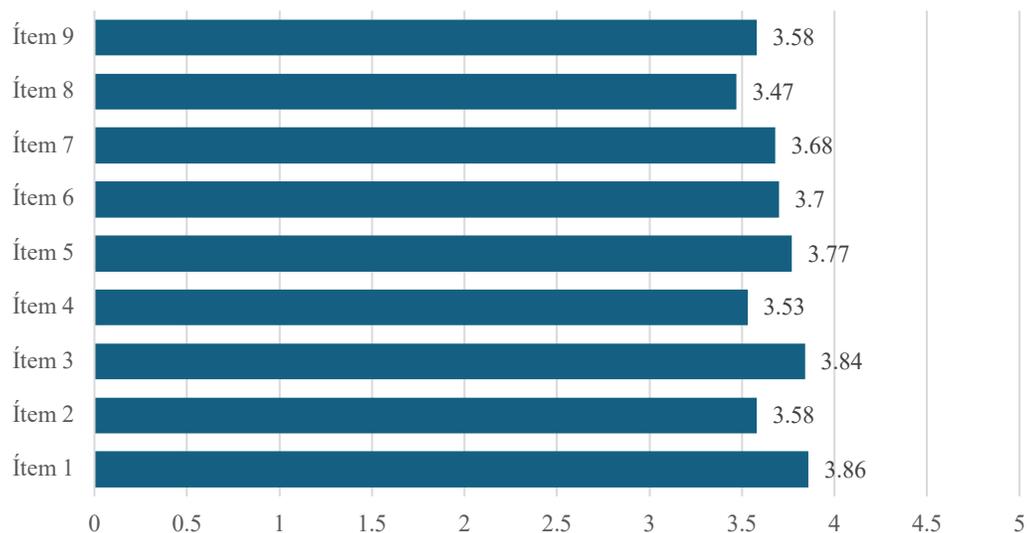
Por último, "La forma en que el gobierno maneja y organiza la información sobre sus actividades es transparente en sus procesos gubernamentales" ocupa un lugar intermedio con un promedio de 3.58 y una desviación estándar de 1.052, lo que indica que los encuestados tienen una valoración bastante favorable sobre la transparencia del gobierno, aunque la variabilidad de las respuestas también sugiere la necesidad de mejorar esta percepción.

**Tabla 22.** Jerarquización de los ítems de la dimensión: Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política.

| Ítem  | $\bar{X}$ | s     |
|---|-----------|-------|
| 1. La comunicación del gobierno a través de medios tradicionales (tv, radio, prensa) y digitales (redes sociales).                                      | 3.86      | 1.098 |
| 2. La forma en que el gobierno maneja y organiza la información sobre sus actividades es transparente en sus procesos gubernamentales.                  | 3.58      | 1.052 |
| 3. La participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno.  | 3.84      | 1.069 |
| 4. Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos.   | 3.53      | 1.069 |
| 5. La información importante para la ciudadanía, generada por el gobierno, es fácil de encontrar para todos a través de distintos medios o plataformas. | 3.77      | 0.972 |
| 6. La comunicación del gobierno es clara y comprensible.  | 3.70      | 0.997 |
| 7. La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada.  | 3.68      | 0.994 |
| 8. El gobierno responde de manera efectiva a los comentarios y críticas de los ciudadanos.  | 3.47      | 1.040 |
| 9. La comunicación del gobierno está adaptada para diferentes grupos de personas.   | 3.58      | 1.041 |

Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 7.** Análisis estadísticos de la dimensión: Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política.



Fuente: *Elaboración propia.*

#### **5.6.2.2. Comunicación política basada en evidencias**

Los ciudadanos, para conocer a profundidad lo que realizan las instituciones gubernamentales, requieren de información que esté basada en pruebas y datos que sean verificables; en relación con este concepto, los resultados indican que el 43.6% de los encuestados indicó estar de acuerdo con que la comunicación del gobierno se basa en información fundamentada, mientras que un 15.8% expresó estar totalmente de acuerdo. Este hecho representa que, según el 59.4% de los encuestados, existe una apreciación general de que, para muchos ciudadanos, el gobierno presenta información respaldada por datos verificables.

Por otro lado, un 23.9% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que podría sugerir que no tienen una opinión clara o suficiente información para juzgar la calidad de la base de datos en la que se fundamenta la comunicación del gobierno. Además, un 16.7% de los participantes mostró una postura negativa, con un 13.2% en desacuerdo y un 3.5% totalmente en desacuerdo. Aunque es minoritario, hay una porción de los ciudadanos encuestados que no percibe que la información gubernamental se base en datos verificables, lo que podría reflejar preocupaciones sobre la transparencia o la confiabilidad de las fuentes utilizadas por el gobierno.

**Tabla 23.** *La comunicación del gobierno se basa en pruebas y datos que se pueden verificar.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 16       | 3.5%   |
| En desacuerdo            | 60       | 13.2%  |
| Neutral                  | 109      | 23.9%  |
| De acuerdo               | 199      | 43.6%  |
| Totalmente de acuerdo    | 72       | 15.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Relacionado con el ítem anterior, al evaluar la percepción de los encuestados sobre si el gobierno usa datos concretos como respaldo a sus mensajes y políticas, se encontró que el 46.1% de los encuestados manifestó estar de acuerdo con este hecho, mientras que un 13.4% expresó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, el 59.5% de las respuestas son positivas, lo que indica que una mayoría significativa percibe que el gobierno apoya sus comunicaciones con datos objetivos y verificables.

Por otra parte, un 25.2% de los participantes adoptó una postura neutral, lo que sugiere que una parte del público no tiene una opinión clara o definida sobre si el gobierno sustenta sus políticas en datos concretos. Además, un 15.3% de los encuestados mostró una postura negativa: un 11.6% en desacuerdo y un 3.7% totalmente en desacuerdo. Este segmento indica que, aunque es una proporción menor, hay una parte del público que duda de la utilización de datos concretos en la formulación y comunicación de las políticas gubernamentales, lo que podría reflejar una percepción de falta de transparencia o de uso insuficiente de evidencia empírica.

**Tabla 24.** *El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 17       | 3.7%   |
| En desacuerdo            | 53       | 11.6%  |
| Neutral                  | 115      | 25.2%  |
| De acuerdo               | 210      | 46.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 61       | 13.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al evaluar la percepción de los encuestados sobre si el gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos, se encontró que el 44.5% de los participantes expresó estar de acuerdo con la forma en la

que las instituciones gubernamentales emiten información, mientras que un 15.4% indicó estar totalmente de acuerdo. Esto representa que el 59.9% de la muestra tiene una percepción positiva sobre el papel del gobierno por ser transparente en cuanto a los temas e investigaciones relevantes para la población. Un 21.9% se mostró neutral.

Por otro lado, el 18.2% de los encuestados adoptó una postura negativa; de estos, un 14.3% se declaró en desacuerdo y un 3.9% totalmente en desacuerdo con la afirmación de que el gobierno es claro y transparente al divulgar temas importantes. Este grupo de respuestas refleja una preocupación por la falta de transparencia o la percepción de que el gobierno no comunica adecuadamente la información relevante para los ciudadanos.

**Tabla 25.** *El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 18       | 3.9%   |
| En desacuerdo            | 65       | 14.3%  |
| Neutral                  | 100      | 21.9%  |
| De acuerdo               | 203      | 44.5%  |
| Totalmente de acuerdo    | 70       | 15.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Un 40.1% de los encuestados expresó estar de acuerdo con la afirmación de que la información proporcionada por el gobierno está libre de manipulación, mientras que un 18% manifestó estar totalmente de acuerdo. Juntas, estas respuestas representan un 58.1% de la muestra, lo que sugiere que una mayoría relativamente amplia percibe que el gobierno se esfuerza por ofrecer información objetiva y no manipulada. Sin embargo, un porcentaje significativo, el 23.7%, adoptó una postura neutral, lo que podría indicar que muchos encuestados no tienen una opinión clara o no tienen suficiente información sobre la naturaleza de la información divulgada por el gobierno.

Por otro lado, un 18.2% de los encuestados adoptó una postura negativa: el 13.6% se mostró en desacuerdo y el 4.6% totalmente en desacuerdo. Esto sugiere que una porción de la población percibe que la información del gobierno puede estar manipulada o ajustada a intereses convenientes para el mismo gobierno, lo que puede generar desconfianza hacia las fuentes oficiales.

**Tabla 26.** *La información que el gobierno proporciona está libre de un enfoque manipulado y a conveniencia del mismo gobierno*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 21       | 4.6%   |
| En desacuerdo            | 62       | 13.6%  |
| Neutral                  | 108      | 23.7%  |
| De acuerdo               | 183      | 40.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 82       | 18.0%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto a si la información proporcionada por el gobierno está libre de manipulación, un 19.3% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo; mientras que el 41.4% de los participantes manifestó estar de acuerdo. Estos resultados representan un 60.7% de respuestas positivas, lo que indica que más de la mitad de los encuestados considera que el gobierno proporciona información objetiva y no manipulada, en un esfuerzo por mantener la transparencia.

Por otro lado, un 23.2% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que podría reflejar dudas o falta de conocimiento sobre la forma en que el gobierno maneja y presenta la información. Además, un 16% de los encuestados mostró desacuerdo: el 12.9% se declaró en desacuerdo y el 3.1% totalmente en desacuerdo con la afirmación de que la información gubernamental está libre de manipulación. Este porcentaje señala una preocupación sobre la posibilidad de que el gobierno utilice la información de manera sesgada o a su conveniencia,

**Tabla 27.** *La información estadística que el gobierno presenta es confiable.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 59       | 12.9%  |
| Neutral                  | 106      | 23.2%  |
| De acuerdo               | 189      | 41.4%  |
| Totalmente de acuerdo    | 88       | 19.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Un 49.6% de los encuestados expresó estar de acuerdo con que la comunicación del gobierno es fácil de entender, incluso en temas complejos, mientras que un 15.8% manifestó estar totalmente de acuerdo. En conjunto, eso representa el 65.4% de la muestra, lo que sugiere que la mayoría de los ciudadanos considera que, en general, los

mensajes del gobierno son comprensibles, independientemente de la complejidad de los temas tratados. Empero, un 19.3% de los participantes adoptó una postura neutral, lo que podría indicar que se sienten lo suficientemente informados para juzgar la claridad de los temas complejos tratados por el gobierno.

Por el contrario, un 15.3% de los encuestados mostró una opinión negativa sobre la comprensión de la comunicación gubernamental; de estos, el 11.6% se declaró en desacuerdo y el 3.7% totalmente en desacuerdo. Este grupo refleja una preocupación por la dificultad de comprensión de los mensajes oficiales, especialmente cuando se trata de temas complejos, lo que podría sugerir que ciertos segmentos de la población encuentran complicado entender los mensajes del gobierno o que la comunicación no se adapta a sus necesidades.

**Tabla 28.** *La comunicación del gobierno es fácil de entender para la mayoría, incluso cuando trata temas complejos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 17       | 3.7%   |
| En desacuerdo            | 53       | 11.6%  |
| Neutral                  | 88       | 19.3%  |
| De acuerdo               | 226      | 49.6%  |
| Totalmente de acuerdo    | 72       | 15.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Sobre el hecho de que la información basada en datos y pruebas es útil para fundamentar las políticas y decisiones del gobierno, un 47.4% de los encuestados se mostró de acuerdo con que, mientras que un 17.1% estuvo totalmente de acuerdo. Esto significa que el 64.5% de los participantes considera que el uso de evidencia empírica es una base sólida y confiable para las decisiones gubernamentales, lo que indica un nivel significativo de confianza en la transparencia y la racionalidad de las políticas del gobierno. Un 25% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que puede reflejar dudas o falta de información suficiente sobre cómo el gobierno utiliza los datos y las pruebas en la toma de decisiones.

En cuanto a las respuestas negativas, el 7.9% de los participantes se declaró en desacuerdo con la afirmación, y un 2.6% totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que una pequeña fracción de la población no cree que el gobierno utilice adecuadamente

los datos y pruebas para tomar decisiones fundamentadas. Estos porcentajes indican una desconfianza o percepción de que las políticas pueden no estar suficientemente basadas en evidencia empírica.

**Tabla 29.** *La información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 12       | 2.6%   |
| En desacuerdo            | 36       | 7.9%   |
| Neutral                  | 114      | 25.0%  |
| De acuerdo               | 216      | 47.4%  |
| Totalmente de acuerdo    | 78       | 17.1%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al analizar la velocidad y eficiencia con las que el gobierno atiende las solicitudes de acceso a información pública, el 41.4% de los participantes está de acuerdo con que el gobierno responde de manera rápida a estas solicitudes, mientras que el 12.7% está totalmente de acuerdo. Esto significa que el 54.1% de los encuestados considera que el gobierno maneja adecuadamente la rapidez en la entrega de información pública. El 29.4% adoptó una postura neutral, lo que podría indicar que no tienen suficiente información sobre el tema o que no se sienten lo suficientemente informados sobre los tiempos de respuesta del gobierno a las solicitudes de acceso a la información pública.

En cuanto a las respuestas negativas, un 12.5% de los encuestados se mostró en desacuerdo con la afirmación de que el gobierno responde rápidamente, y un 3.9% estuvo totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que un porcentaje considerable de la población tiene una percepción negativa sobre la rapidez del gobierno en este proceso.

**Tabla 30.** *El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 18       | 3.9%   |
| En desacuerdo            | 57       | 12.5%  |
| Neutral                  | 134      | 29.4%  |
| De acuerdo               | 189      | 41.4%  |
| Totalmente de acuerdo    | 58       | 12.7%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Los datos de la encuesta reflejan que el 32.7% de los participantes está de acuerdo con la afirmación de que el gobierno comunica adecuadamente los descubrimientos científicos y los datos relevantes para las decisiones públicas, y un 11.8% está totalmente de acuerdo. Esto implica que un 44.5% de los encuestados tiene una evaluación positiva sobre la comunicación gubernamental en relación con los datos científicos y su aplicación en la toma de decisiones. Un porcentaje significativo de personas adoptó una postura neutral, con un 34.9% de los encuestados indicando que no tienen una opinión clara sobre este tema o que existe incertidumbre o falta de conocimiento al respecto.

En el apartado negativo, el 14.9% de los participantes está en desacuerdo con la afirmación, y un 5.7% está totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que una proporción considerable de la población tiene dudas o no está satisfecha con la manera en que el gobierno comunica los descubrimientos científicos y los datos cruciales para las decisiones públicas.

**Tabla 31.** *El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 26       | 5.7%   |
| En desacuerdo            | 68       | 14.9%  |
| Neutral                  | 159      | 34.9%  |
| De acuerdo               | 149      | 32.7%  |
| Totalmente de acuerdo    | 54       | 11.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al analizar la jerarquización de los indicadores considerados en esta dimensión, el ítem 5, "La información estadística que el gobierno presenta es confiable", obtiene el promedio más alto ( $\bar{X} = 3.61$ ) y una desviación estándar de 1.034. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva de la fiabilidad de la información estadística proporcionada por el gobierno, aunque las opiniones varían en algún grado, como lo indica la desviación estándar.

A continuación, los ítems 6 y 7, con promedios de 3.62 y 3.68, respectivamente, se destacan en cuanto a la facilidad de comprensión de la comunicación gubernamental y la utilidad de los datos y pruebas en la toma de decisiones y fundamentación de políticas. Estos resultados indican que los encuestados consideran que la comunicación del gobierno, aunque compleja, se presenta de manera comprensible y que la información basada en datos tiene un impacto positivo en la formulación de políticas. Ambos ítems tienen desviaciones estándar relativamente bajas, lo que refleja una percepción generalizada y consistente entre los participantes.

En cuanto a la transparencia y la verificabilidad de los datos, el ítem 1 ("La comunicación del gobierno se basa en pruebas y datos que se pueden verificar") presenta un promedio de 3.55, con una desviación estándar de 1.019, lo que sugiere que los encuestados tienden a estar de acuerdo con la afirmación, aunque con una ligera variabilidad en las respuestas. Un valor similar se obtiene para el ítem 2 ("El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas"), con un promedio de 3.54 ( $s = 0.987$ ), lo que también sugiere una percepción positiva respecto a la transparencia y fundamentación de los mensajes gubernamentales.

Por otro lado, el ítem 4, "La información que el gobierno proporciona está libre de un enfoque manipulado y a conveniencia del mismo gobierno", tiene un promedio de 3.53 y una desviación estándar de 1.077, lo que refleja una percepción positiva pero también cierta preocupación sobre la imparcialidad o la manipulación de la información.

El ítem 3, "El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos", con un promedio de 3.53 y

desviación estándar de 1.039, también sugiere que, aunque los ciudadanos consideran que el gobierno es relativamente claro y transparente, aún existe un margen de incertidumbre o desconfianza.

En cuanto al acceso a la información, el ítem 8 ("El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos") tiene el promedio más bajo de la dimensión (3.46), lo que indica que, aunque algunos consideran que el acceso es adecuado, hay un porcentaje considerable de personas que no comparten esta visión. La desviación estándar de 0.996 refleja opiniones mixtas sobre la rapidez de respuesta del gobierno en este aspecto.

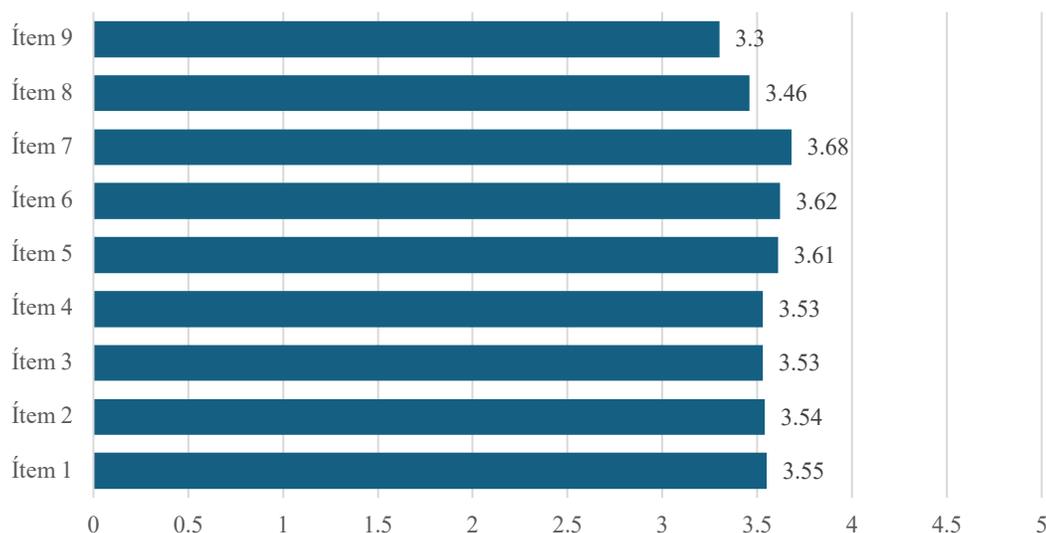
Finalmente, el ítem 9, "El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas", con el promedio más bajo de 3.30 y una desviación estándar de 1.044, señala que los encuestados no están completamente convencidos de que el gobierno comunique de manera efectiva los descubrimientos científicos y otros datos relevantes, lo que podría reflejar una falta de claridad o una percepción de que estos datos no son tan accesibles o comunicados de manera efectiva.

**Tabla 32.** Jerarquización de los ítems de la dimensión: Comunicación pública basada en evidencias y datos

| Ítem   | $\bar{X}$ | $s$   |
|--|-----------|-------|
| 1. La comunicación del gobierno se basa en pruebas y datos que se pueden verificar.                                    | 3.55      | 1.019 |
| 2. El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas.  | 3.54      | 0.987 |
| 3. El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos.            | 3.53      | 1.039 |
| 4. La información que el gobierno proporciona está libre de un enfoque manipulado y a conveniencia del mismo gobierno. | 3.53      | 1.077 |
| 5. La información estadística que el gobierno presenta es confiable.   | 3.61      | 1.034 |
| 6. La comunicación del gobierno es fácil de entender para la mayoría, incluso cuando trata temas complejos.            | 3.62      | 1.005 |
| 7. La información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones.                     | 3.68      | 0.936 |
| 8. El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos.                   | 3.46      | 0.996 |
| 9. El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas.                | 3.30      | 1.044 |

Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 8.** Análisis estadísticos de la dimensión: Comunicación pública basada en evidencias y datos



Fuente: *Elaboración propia.*

### 5.6.2.3. Comunicación gubernamental en la era digital

De acuerdo con los datos, un 83.8% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación que indica que la comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos, con un 47.6% indicando que están de acuerdo y un 36.2% totalmente de acuerdo. Esto sugiere que una gran mayoría considera que las plataformas digitales son una herramienta esencial para la comunicación gubernamental con la ciudadanía.

Además, un 9.0% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo que puede indicar que hay una parte de la población que no tiene una opinión definida sobre la necesidad de las plataformas digitales para la comunicación gubernamental. Un pequeño porcentaje de encuestados (7.3%) se muestra en desacuerdo con la afirmación, con un 3.1% totalmente en desacuerdo y un 4.2% en desacuerdo. Esto refleja una ligera disconformidad, pero en menor medida en comparación con el apoyo generalizado.

**Tabla 33.** *La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 19       | 4.2%   |
| Neutral                  | 41       | 9.0%   |
| De acuerdo               | 217      | 47.6%  |
| Totalmente de acuerdo    | 165      | 36.2%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al analizar el hecho de que si el gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos, los resultados de la encuesta indican que un 71.9% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, de los cuales 48.2% está de acuerdo y 23.7% totalmente de acuerdo; lo cual refleja que, de forma general, los ciudadanos perciben que el gobierno está utilizando adecuadamente las tecnologías digitales para gestionar y responder de manera rápida y oportuna a las necesidades y preguntas de la población.

Por otro lado, un 16.4% de los encuestados adoptó una postura neutral y, además, un 11.7% de los encuestados muestra desacuerdo con la afirmación, con 3.1% totalmente en desacuerdo y 8.6% en desacuerdo. Este segmento de la población podría considerar que el gobierno no está utilizando suficientemente las tecnologías digitales para responder a las inquietudes de los ciudadanos o que existen deficiencias en la rapidez y eficacia de dichas respuestas.

**Tabla 34.** *El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 39       | 8.6%   |
| Neutral                  | 75       | 16.4%  |
| De acuerdo               | 220      | 48.2%  |
| Totalmente de acuerdo    | 108      | 23.7%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto a si el gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con los ciudadanos, el 80.9% de los encuestados se muestra de acuerdo con la afirmación, compuesto por un 53.3% que está de acuerdo y un 27.6%

que está totalmente de acuerdo; este hecho sugiere que la mayoría de los ciudadanos reconoce que el gobierno ha adoptado herramientas digitales modernas para mejorar su comunicación con la población, lo cual incrementa la percepción positiva respecto a sus actividades.

Mientras que el 11.4% de los encuestados adoptó una postura neutral y, del lado que mantiene una percepción negativa, el 7.7% de los encuestados expresó desacuerdo con la afirmación, de los cuales 2.9% está totalmente en desacuerdo y 4.8% en desacuerdo. Este segmento de la población podría percibir que el gobierno no ha hecho suficientes esfuerzos para adaptarse a las nuevas plataformas digitales, o bien considera que las herramientas utilizadas no son las más adecuadas o eficaces.

**Tabla 35.** *El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 13       | 2.9%   |
| En desacuerdo            | 22       | 4.8%   |
| Neutral                  | 52       | 11.4%  |
| De acuerdo               | 243      | 53.3%  |
| Totalmente de acuerdo    | 126      | 27.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

La información que circula mediante los medios digitales relacionada con las actividades del gobierno resulta fundamental para que los ciudadanos se mantengan al tanto de lo que sucede en su comunidad; en ese sentido, al ser cuestionados respecto a si consideran que esta es suficiente y que le permite conocer sobre políticas y decisiones, los resultados de la encuesta indican que el 70.4% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación, compuesto por un 47.6% que está de acuerdo y un 22.8% que está totalmente de acuerdo. Esto representa que una parte de la población encuestada considera que la información proporcionada por el gobierno en redes sociales es suficiente para mantenerse al tanto de políticas y decisiones.

Por otro lado, respecto a esta afirmación, el 16.4% de los encuestados adoptó una postura neutral; mientras que al analizar las opiniones negativas, 13.1% de los encuestados expresó desacuerdo con la afirmación. De este grupo, el 3.9% está totalmente en desacuerdo y el 9.2% está en desacuerdo, lo que indica que una fracción

de la población siente que la información en redes sociales no es suficiente o no cumple su propósito de informar adecuadamente sobre políticas y decisiones. Esta postura puede deberse a la percepción de que la información compartida es incompleta, superficial o falta de contexto.

**Tabla 36.** *La información en redes sociales le resulta suficiente; es decir, le permite conocer sobre políticas y decisiones.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 18       | 3.9%   |
| En desacuerdo            | 42       | 9.2%   |
| Neutral                  | 75       | 16.4%  |
| De acuerdo               | 217      | 47.6%  |
| Totalmente de acuerdo    | 104      | 22.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Además de ser publicada mediante distintos medios y canales, es importante que los gobiernos garanticen un fácil acceso a la información a través de la cual dan a conocer sus principales avances a la ciudadanía. En ese sentido, los resultados de la encuesta indican que el 73.9% de los encuestados tiene una postura positiva hacia el acceso a la información del gobierno en plataformas digitales. De este grupo, el 49.6% está de acuerdo y el 24.3% está totalmente de acuerdo. Estos resultados sugieren que, la información proporcionada por el gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de encontrar y accesible.

El 16.7% de los encuestados se mantiene neutral sobre la facilidad de acceso a la información. Mientras que los encuestados que tienen una opinión negativa, se encontró que un 9.4% expresa desacuerdo. De estos, el 2.4% está totalmente en desacuerdo, mientras que el 7.0% está en desacuerdo, al no considerar fáciles de acceder las plataformas del gobierno.

**Tabla 37.** *La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 11       | 2.4%   |
| En desacuerdo            | 32       | 7.0%   |
| Neutral                  | 76       | 16.7%  |
| De acuerdo               | 226      | 49.6%  |
| Totalmente de acuerdo    | 111      | 24.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

La información gubernamental tiene un alto valor para los ciudadanos, principalmente, cuando se registran emergencias o momentos de crisis en los que es necesario que sea pertinente y que se presente en el momento adecuado; respecto a esta situación, se encontró que un total del 66.3% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la información proporcionada por el gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápidamente. De estos, el 45.2% está de acuerdo y el 21.1% está totalmente de acuerdo, lo que indica que una gran parte de la población percibe que el gobierno cumple con su función de ofrecer información oportuna y adecuada en momentos críticos.

Por otro lado, el 19.7% se mantiene neutral y, por el lado negativo, el 14.1% de los encuestados manifiesta desacuerdo con esta afirmación. De este grupo, el 3.1% está totalmente en desacuerdo y el 11.0% está en desacuerdo, lo que sugiere que una proporción de la población siente que la información en situaciones de emergencia o crisis no es suficiente o no llega con la rapidez necesaria.

**Tabla 38.** *La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 50       | 11.0%  |
| Neutral                  | 90       | 19.7%  |
| De acuerdo               | 206      | 45.2%  |
| Totalmente de acuerdo    | 96       | 21.1%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Sobre el hecho de que, si el gobierno logra mantener informados a los ciudadanos mediante lo que se divulga en redes sociales, el 72.3% de los encuestados

está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación. De este total, el 48.0% se muestra de acuerdo y el 24.3% está totalmente de acuerdo; es decir que la mayoría de la población tiene una percepción positiva del cumplimiento gubernamental en este sentido.

Además, el análisis realizado muestra que 9.0% de los participantes se muestra en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la afirmación; de estos, 7.0% está en desacuerdo y el 2.0% está totalmente en desacuerdo. Mientras que un 18.6% de los encuestados se mantiene neutral, lo que podría sugerir que no tienen una opinión clara o directa sobre la eficacia del gobierno en este aspecto.

**Tabla 39.** *El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 9        | 2.0%   |
| En desacuerdo            | 32       | 7.0%   |
| Neutral                  | 85       | 18.6%  |
| De acuerdo               | 219      | 48.0%  |
| Totalmente de acuerdo    | 111      | 24.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Un 73.9% de los encuestados considera que el gobierno utiliza efectivamente las redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana. De este grupo, el 47.4% está de acuerdo con la afirmación, mientras que el 26.5% está totalmente de acuerdo; estas cifras reflejan que la población tiene una percepción positiva sobre lo que hace el gobierno para involucrar a los ciudadanos e incrementar su participación.

Un 18.9% de los participantes se mantiene neutral. Mientras que, un 7.2% de los encuestados se muestra en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con esta afirmación. El 5.0% está en desacuerdo y el 2.2% está totalmente en desacuerdo, lo que indica una pequeña minoría que no considera que el gobierno esté utilizando estas plataformas para fomentar la participación ciudadana.

**Tabla 40.** *El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 10       | 2.2%   |
| En desacuerdo            | 23       | 5.0%   |
| Neutral                  | 86       | 18.9%  |
| De acuerdo               | 216      | 47.4%  |
| Totalmente de acuerdo    | 121      | 26.5%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

De los participantes en la encuesta, el 71.4% considera que la interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es superior a la que se ofrece a través de canales tradicionales. Dentro de este grupo, el 47.1% está de acuerdo con la afirmación, y el 24.3% está totalmente de acuerdo. Esto indica que una gran mayoría percibe una mayor eficacia o rapidez en la interacción digital en comparación con los medios tradicionales, como la televisión, la radio o la atención presencial.

El 7.4% de los encuestados muestra desacuerdo con esta afirmación, siendo 3.9% totalmente en desacuerdo y 3.5% en desacuerdo. Este porcentaje sugiere que una fracción de la población no percibe una mejora significativa en la interacción digital del gobierno, o bien considera que los canales tradicionales siguen siendo más efectivos. Mientras que un 21.1% de los encuestados se mantuvo neutral.

**Tabla 41.** *La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es mejor que en los canales tradicionales.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 18       | 3.9%   |
| En desacuerdo            | 16       | 3.5%   |
| Neutral                  | 96       | 21.1%  |
| De acuerdo               | 215      | 47.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 111      | 24.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al analizar los promedios obtenidos para estos ítems, el que obtuvo la media más alta (4.10) fue "La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos", con una desviación estándar de 0.942. Este dato muestra que los ciudadanos consideran de manera contundente que la comunicación

digital es una herramienta esencial para el gobierno, reflejando una fuerte necesidad de modernización y acceso a información a través de medios digitales.

El segundo lugar lo ocupa "El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos", con una media de 3.81 y una desviación estándar de 0.993. Este resultado señala que los ciudadanos perciben que el gobierno ha hecho esfuerzos para utilizar las tecnologías digitales de manera efectiva, aunque podría haber espacio para mejorar en términos de rapidez y oportunidad.

En tercer lugar, se encuentra "El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía" con una media de 3.98 y una desviación estándar de 0.917. Los datos sugieren que, en general, los ciudadanos consideran que el gobierno ha logrado adaptarse a las nuevas tecnologías, lo que refuerza la idea de un proceso de modernización en curso.

En cuanto a la accesibilidad, los ítems "La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder" y "El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales" ocupan el cuarto lugar, con una media de 3.86 en ambos casos, y una desviación estándar similar (0.944 y 0.933). Estos resultados indican que, aunque la mayoría de los ciudadanos encuentran la información accesible, siempre hay un margen para mejorar la facilidad de uso y la actualización constante.

Los siguientes ítems, que incluyen "La información en redes sociales le resulta suficiente; es decir, le permite conocer sobre políticas y decisiones" (media de 3.76,  $s = 1.030$ ) y "La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido" (media de 3.70,  $s = 1.018$ ), reflejan una percepción un tanto más moderada. La información en redes sociales se percibe como suficiente, aunque con espacio para mejorar, y la información durante emergencias también se considera adecuada, pero no necesariamente óptima en cuanto a su rapidez y cobertura.

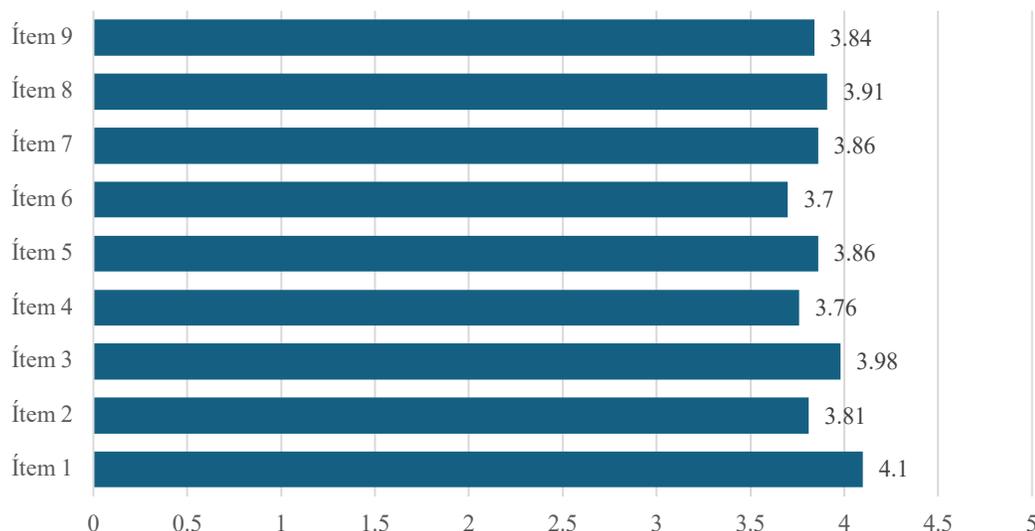
Los dos últimos ítems evaluados son "El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones" (media de 3.91, s = 0.920) y "La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es mejor que en los canales tradicionales" (media de 3.84, s = 0.963). Ambos reflejan una buena percepción de la utilización de plataformas digitales para fomentar la participación ciudadana y una mejora en la interacción digital comparada con los canales tradicionales, lo que destaca la importancia del entorno digital para una comunicación más ágil y accesible.

**Tabla 42.** Jerarquización de los ítems de la dimensión: Comunicación gubernamental en la era digital

| Ítem  | $\bar{X}$ | s     |
|---|-----------|-------|
| 1. La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos.                   | 4.10      | 0.942 |
| 2. El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los   | 3.81      | 0.993 |
| 3. El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía.       | 3.98      | 0.917 |
| 4. La información en redes sociales le resulta suficiente; es decir, le permite conocer sobre políticas y decisiones. | 3.76      | 1.030 |
| 5. La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder.                      | 3.86      | 0.944 |
| 6. La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido.                                  | 3.70      | 1.018 |
| 7. El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales.                    | 3.86      | 0.933 |
| 8. El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones. | 3.91      | 0.920 |
| 9. La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es mejor que en los canales tradicionales.        | 3.84      | 0.963 |

Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 9.** Análisis estadísticos de la dimensión: Comunicación gubernamental en la era digital



Fuente: *Elaboración propia.*

#### **5.6.2.4. Impacto de la comunicación política**

En lo que respecta al impacto de la comunicación política, el primer ítem evaluado corresponde a si la comunicación pública es un aspecto que ayuda a entender temas importantes para los ciudadanos como planes, estrategias o políticas públicas, los resultados indican que el 53.1% de los encuestados estuvo de acuerdo con que la comunicación pública ayuda a entender estos temas importantes, y un 21.1% estuvo totalmente de acuerdo; lo cual sugiere que una mayoría significativa de la población considera que la información proporcionada por el gobierno es clara y facilita la comprensión de los temas relevantes.

Por otro lado, un 18.2% de los encuestados se mostró neutral. Mientras que en lo que respecta a las opiniones negativas, un 3.3% de los participantes expresó estar totalmente en desacuerdo, y un 4.4% estuvo en desacuerdo con la afirmación. Estos resultados indican que, aunque en menor medida, una parte de la población siente que la comunicación pública no cumple adecuadamente con su función de esclarecer los planes, estrategias o políticas públicas.

**Tabla 43.** *La comunicación pública ayuda a entender temas importantes para los ciudadanos como planes, estrategias o políticas públicas.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 15       | 3.3%   |
| En desacuerdo            | 20       | 4.4%   |
| Neutral                  | 83       | 18.2%  |
| De acuerdo               | 242      | 53.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 96       | 21.1%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto a si la comunicación del gobierno motiva a los ciudadanos a participar en procesos democráticos se encontró que 52.2% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 17.3% está totalmente de acuerdo. Este 69.5% de respuestas positivas indica que una mayoría considerable de los ciudadanos siente que la comunicación gubernamental tiene un efecto motivador en su involucramiento en temas políticos y democráticos, lo que resalta la efectividad de las estrategias de comunicación implementadas para fomentar la participación.

En cuanto a la respuesta neutral, un 19.5% de los encuestados se mostró indiferente o no pudo decidirse acerca de si la comunicación del gobierno tiene este efecto. Por otro lado, un 3.1% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo con la afirmación, y un 7.9% estuvo en desacuerdo, lo que indica que una minoría no percibe la comunicación del gobierno como un factor motivador para su participación democrática.

**Tabla 44.** *La comunicación del gobierno lo motiva a participar en procesos democráticos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 36       | 7.9%   |
| Neutral                  | 89       | 19.5%  |
| De acuerdo               | 238      | 52.2%  |
| Totalmente de acuerdo    | 79       | 17.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al analizar si la comunicación del gobierno ayuda a que los ciudadanos estén informados sobre sus derechos y responsabilidades, los resultados indican que el 53.1% de los encuestados está de acuerdo con que la comunicación del gobierno los motiva a participar en procesos democráticos, mientras que un 20.8% está totalmente de

acuerdo. En total, 73.9% de los encuestados tiene una respuesta positiva hacia la influencia de la comunicación gubernamental en su participación política.

Por otro lado, un 17.1% de los participantes se mostró neutral, lo que indica que una parte de la población no percibe una conexión clara entre la comunicación gubernamental y su conocimiento sobre sus derechos y responsabilidades. En cuanto a los que no están de acuerdo, 6.1% de los encuestados expresó desacuerdo con la afirmación, y 2.9% estuvo totalmente en desacuerdo. Estos resultados reflejan una pequeña fracción de ciudadanos que no percibe la comunicación del gobierno como un elemento que le permita estar informado sobre sus obligaciones ciudadanas.

**Tabla 45.** *La comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 13       | 2.9%   |
| En desacuerdo            | 28       | 6.1%   |
| Neutral                  | 78       | 17.1%  |
| De acuerdo               | 242      | 53.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 95       | 20.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al evaluar las opiniones de los participantes se encontró que un 50.4% de los encuestados está de acuerdo con que la comunicación del gobierno promueve acciones positivas, mientras que un 19.7% está totalmente de acuerdo. Esto significa que 70.1% de los participantes perciben que la comunicación oficial tiene un efecto beneficioso en la sociedad. En comparación, un 21.9% se mostró neutral, lo que indica que una porción de la población no siente que la comunicación del gobierno tenga un impacto significativo en sus acciones o comportamientos.

Por otro lado, en las respuestas negativas, un 5.5% de los encuestados expresó desacuerdo con la afirmación, y 2.4% estuvo totalmente en desacuerdo. Aunque estas cifras son bajas, indican que existe un pequeño grupo de ciudadanos que considera que la comunicación del gobierno no tiene un impacto positivo en las acciones sociales.

**Tabla 46.** *La comunicación del gobierno fomenta acciones positivas en la sociedad*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 11       | 2.4%   |
| En desacuerdo            | 25       | 5.5%   |
| Neutral                  | 100      | 21.9%  |
| De acuerdo               | 230      | 50.4%  |
| Totalmente de acuerdo    | 90       | 19.7%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto al hecho de que, si la comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones, los resultados de la encuesta aplicada señalan que un 38.8% de los encuestados está de acuerdo con que la comunicación del gobierno afecta positivamente su confianza en las instituciones, y un 20.6% está totalmente de acuerdo. Esto indica que la mayoría, 59.4%, percibe que los mensajes oficiales desempeñan un papel importante en la forma en que valoran a las instituciones gubernamentales.

Por otro lado, un 21.9% de los encuestados se mostró neutral, lo que implica que, para una parte considerable de la población, la comunicación gubernamental no tiene un efecto claro o decisivo en su nivel de confianza en las instituciones. En cuanto a las respuestas negativas, un 13.8% expresó desacuerdo con la afirmación y un 4.8% estuvo totalmente en desacuerdo. Estas cifras indican que, aunque existe un pequeño grupo de personas que no perciben que la comunicación del gobierno influya en su confianza, la mayoría parece reconocer la relación entre estos dos elementos.

**Tabla 47.** *La comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 22       | 4.8%   |
| En desacuerdo            | 63       | 13.8%  |
| Neutral                  | 100      | 21.9%  |
| De acuerdo               | 177      | 38.8%  |
| Totalmente de acuerdo    | 94       | 20.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Otro aspecto analizado en la encuesta es el hecho de que la comunicación del gobierno es un aspecto que ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella; en relación con esta afirmación, se encontró que un 46.7% de los encuestados está de

acuerdo con la afirmación de que la comunicación del gobierno contribuye a unir a la comunidad y a generar un sentimiento de pertenencia, mientras que un 22.8% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que una mayoría significativa de la población considera que las acciones comunicacionales del gobierno pueden desempeñar un papel crucial en la cohesión social y en la creación de lazos dentro de la comunidad.

Por otro lado, 22.1% de los encuestados se muestra neutral, lo cual refleja una percepción ambigua sobre la efectividad de las estrategias comunicacionales para generar un sentimiento de comunidad. Mientras que en lo que respecta a las opiniones negativas, 6.1% de los encuestados está en desacuerdo con la afirmación y 2.2% está totalmente en desacuerdo, lo cual muestra que un pequeño grupo de ciudadanos percibe que la comunicación del gobierno no logra crear una sensación de unidad ni de integración social.

**Tabla 48.** *La comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 10       | 2.2%   |
| En desacuerdo            | 28       | 6.1%   |
| Neutral                  | 101      | 22.1%  |
| De acuerdo               | 213      | 46.7%  |
| Totalmente de acuerdo    | 104      | 22.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Desde la perspectiva de los ciudadanos encuestados, la comunicación del gobierno es un factor que incide en su percepción sobre seguridad y bienestar; en ese sentido, el 48.9% de los participantes señaló estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 20.6% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que una mayoría de los ciudadanos reconoce que los esfuerzos comunicacionales del gobierno pueden generar un sentimiento de mayor seguridad y bienestar, probablemente al proporcionar información relevante, actualizaciones sobre políticas de seguridad, y medidas que favorezcan la tranquilidad pública.

Por otro lado, un 20.6% de los encuestados se muestra neutral, lo que indica que esta franja de la población no percibe un efecto claro o significativo en su bienestar o seguridad debido a la comunicación gubernamental. Y, en cuanto a las respuestas

negativas, 7.5% de los encuestados está en desacuerdo y 2.4% está totalmente en desacuerdo con la afirmación. Si bien los porcentajes son bajos, estos datos sugieren que hay un pequeño grupo de personas que no considera que la comunicación del gobierno tenga un impacto positivo en sus sentimientos de seguridad y bienestar.

**Tabla 49.** *La comunicación del gobierno influye en cómo se siente la ciudadanía sobre seguridad y bienestar.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 11       | 2.4%   |
| En desacuerdo            | 34       | 7.5%   |
| Neutral                  | 94       | 20.6%  |
| De acuerdo               | 223      | 48.9%  |
| Totalmente de acuerdo    | 94       | 20.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Según los resultados de la encuesta aplicada, al analizar la percepción de los participantes sobre si la comunicación del gobierno es un aspecto que promueve la igualdad de oportunidades, la inclusión y se presenta en una forma en la que todos los ciudadanos la puedan entender, se encontró que el 51.3% de estos está de acuerdo con este hecho, mientras que un 19.1% está totalmente de acuerdo; es decir que más de la mitad de la población percibe que las estrategias de comunicación gubernamental tienen un enfoque inclusivo, buscando beneficiar a diversos sectores sociales y garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a la misma información, sin importar sus características demográficas o socioeconómicas.

El 21.5% de los encuestados se muestra neutral, lo que refleja una falta de opinión clara sobre el tema o percibe directamente esta situación. En cuanto a las respuestas negativas, 5.0% de los encuestados están en desacuerdo, y 3.1% están totalmente en desacuerdo con la afirmación de que la comunicación del gobierno promueve la igualdad de oportunidades e inclusión social. Aunque estas cifras son bajas, indican que existe un pequeño pero significativo grupo de personas que no consideran que las estrategias de comunicación del gobierno sean inclusivas o accesibles para todos.

**Tabla 50.** *La comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social, se presenta en formar para que todos la puedan entender.*

|                          | <i>f</i> | %     |
|--------------------------|----------|-------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%  |
| En desacuerdo            | 23       | 5.0%  |
| Neutral                  | 98       | 21.5% |
| De acuerdo               | 234      | 51.3% |
| Totalmente de acuerdo    | 87       | 19.1% |
| Total                    | 456      | 100.0 |

Fuente: *Elaboración propia.*

La comunicación del gobierno es un aspecto que no solamente influye en el conocimiento de los ciudadanos sobre las decisiones, planes y estrategias de la administración; además, incide en el fortalecimiento del sentido de responsabilidad y participación en la vida pública. Al analizar este aspecto, los resultados de la encuesta aplicada indican que un 49.3% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación de que la comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública, y 21.3% está totalmente de acuerdo. Esto indica que más del 70% de los ciudadanos cree que la comunicación del gobierno tiene un impacto positivo en motivar su involucramiento en los asuntos públicos, promoviendo una actitud responsable y participativa.

Por otro lado, el 21.1% de los encuestados adoptó una postura neutral, lo cual puede indicar que la información no los motiva suficiente a actuar o participar en la vida pública. En cuanto a las respuestas negativas, 5.7% de los encuestados están en desacuerdo con la afirmación, y 2.6% están totalmente en desacuerdo. Aun cuando estas cifras son bajas, indican que para un grupo de ciudadanos la comunicación gubernamental no es un aspecto que ayude a que se fortalezca su sentido de responsabilidad y actitud participativa.

**Tabla 51.** *La comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 12       | 2.6%   |
| En desacuerdo            | 26       | 5.7%   |
| Neutral                  | 96       | 21.1%  |
| De acuerdo               | 225      | 49.3%  |
| Totalmente de acuerdo    | 97       | 21.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto a los promedios de los ítem de esta dimensión, se encontró que el más alto (3.84) es la afirmación de que "la comunicación pública ayuda a entender temas importantes para los ciudadanos como planes, estrategias o políticas públicas", lo que indica que la mayoría de los ciudadanos consideran que los mensajes gubernamentales son efectivos para explicar temas cruciales y complejos. Esto refleja una percepción de claridad y relevancia en la comunicación gubernamental, que permite a la ciudadanía tomar decisiones informadas sobre asuntos públicos.

El segundo ítem más alto (3.83) es "la comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades". Este resultado muestra que los ciudadanos también valoran positivamente la capacidad del gobierno para informarles acerca de sus derechos y deberes, lo cual es esencial para fortalecer la relación entre el gobierno y la sociedad, promoviendo el respeto a los derechos humanos y el cumplimiento de las normas sociales.

En el tercer lugar, con un promedio de 3.82, se encuentra la afirmación de que "la comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella". Este resultado refleja la percepción de que la comunicación gubernamental no solo informa, sino que también tiene un efecto cohesionador en la sociedad, contribuyendo al sentido de comunidad y pertenencia.

Fomentar acciones positivas en la sociedad se ubica en el cuarto lugar (3.80), indicando que la mayoría de los ciudadanos perciben que los mensajes del gobierno tienen un impacto favorable en el comportamiento social, alentando a la población a participar de manera constructiva en su entorno.

Un aspecto interesante es que "la comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones" tiene un promedio de 3.57, lo que refleja que, aunque existe una percepción positiva en cuanto a la capacidad del gobierno para generar confianza, hay también una crítica o escepticismo notable sobre la efectividad de la comunicación gubernamental en este aspecto.

En cuanto a los ítems relacionados con el bienestar y la participación social, el promedio de 3.78 en "la comunicación del gobierno influye en cómo se siente la ciudadanía sobre seguridad y bienestar" sugiere que la comunicación gubernamental tiene un impacto considerable en las percepciones de seguridad de la población. Además, el mismo puntaje se obtiene para la afirmación "la comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social", lo que indica que el gobierno también es percibido como un actor clave en la promoción de la justicia social y la equidad a través de sus mensajes.

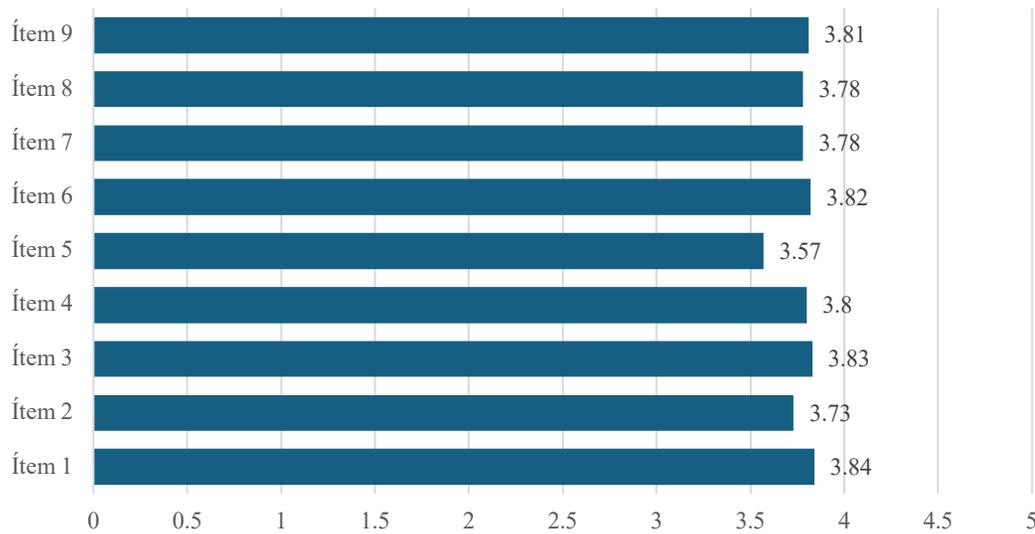
Por último, el ítem "la comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública" ocupa el sexto lugar con un promedio de 3.81, lo que refuerza la idea de que los mensajes del gobierno tienen un efecto positivo en la participación ciudadana y la sensación de responsabilidad en los asuntos públicos.

**Tabla 52.** Jerarquización de los ítems de la dimensión: Impacto de la comunicación pública.

| Ítem   | $\bar{X}$ | $s$   |
|--|-----------|-------|
| 1. La comunicación pública ayuda a entender temas importantes para los ciudadanos como planes, estrategias o políticas públicas. | 3.84      | 0.917 |
| 2. La comunicación del gobierno lo motiva a participar en procesos democráticos.   | 3.73      | 0.943 |
| 3. La comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades.                               | 3.83      | 0.924 |
| 4. La comunicación del gobierno fomenta acciones positivas en la sociedad.   | 3.80      | 0.902 |
| 5. La comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones.                                      | 3.57      | 1.107 |
| 6. La comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella.  | 3.82      | 0.928 |
| 7. La comunicación del gobierno influye en cómo se siente la ciudadanía sobre seguridad y bienestar.                             | 3.78      | 0.938 |
| 8. La comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social, se presenta en formar para q              | 3.78      | 0.916 |
| 9. La comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública.                      | 3.81      | 0.924 |

Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 10.** Análisis estadísticos de la dimensión: Impacto de la comunicación pública



Fuente: *Elaboración propia.*

#### **5.6.2.5. Respuesta a la desinformación**

La comunicación gubernamental, además de los aspectos anteriormente señalados, permite que los ciudadanos cuenten con datos de primera mano que les permitan conocer lo que sucede en su comunidad, así como las decisiones, planes y estrategias realizados por la administración; además, esto permite combatir la desinformación existente y que se difunda información falsa.

En cuanto al primer ítem evaluado en esta dimensión, en el que se afirma que las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad, se encontró que el 50% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación de que las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación, mientras que un 17.8% está totalmente de acuerdo, lo que sugiere que, en conjunto, 67.8% de los participantes consideran que el gobierno ha tomado medidas efectivas para abordar este problema.

Por otro lado, un 21.5% de los encuestados se muestra neutral, lo que implica que esta franja de la población no tiene una opinión clara sobre la efectividad de las medidas del gobierno en este aspecto. Además, el 10.7% de los encuestados, que incluye tanto a quienes están en desacuerdo (7.2%) como a quienes están totalmente en desacuerdo (3.5%), muestra una percepción negativa sobre la eficacia de las acciones

del gobierno contra la desinformación. Este segmento de la población podría considerar que las estrategias gubernamentales no son contundentes o que no están abordando de forma adecuada los problemas relacionados con la propagación de información falsa.

**Tabla 53.** *Las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 16       | 3.5%   |
| En desacuerdo            | 33       | 7.2%   |
| Neutral                  | 98       | 21.5%  |
| De acuerdo               | 228      | 50.0%  |
| Totalmente de acuerdo    | 81       | 17.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En la percepción de los ciudadanos participantes respecto a si la información del gobierno resulta suficiente para corregir los datos falsos o engañosos que se divulgan en los medios, se encontró que el 45% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 16.9% está totalmente de acuerdo. Esto indica que, en general, un 61.9% de los participantes considera que el gobierno tiene la capacidad de ofrecer información adecuada para rectificar errores o mitigar la propagación de información falsa.

Por otro lado, un 23.9% de los encuestados se mantiene neutral sobre este tema, lo que refleja una falta de opinión clara o una percepción ambigua sobre la suficiencia de la información gubernamental. Mientras que un 14.3% de los encuestados, compuesto por un 12.5% que está en desacuerdo y un 1.8% que está totalmente en desacuerdo, no considera que la información proporcionada por el gobierno sea suficiente para corregir la desinformación.

**Tabla 54.** *La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 8        | 1.8%   |
| En desacuerdo            | 57       | 12.5%  |
| Neutral                  | 109      | 23.9%  |
| De acuerdo               | 205      | 45.0%  |
| Totalmente de acuerdo    | 77       | 16.9%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En el combate a la desinformación, la rapidez y pertinencia con el que estos problemas son atendidos es un aspecto que resulta fundamental para evitar que la ciudadanía tenga datos erróneos. Según los resultados de la encuesta, un 69.5% de los encuestados considera que el gobierno puede identificar y abordar rápidamente la desinformación en medios digitales. De este porcentaje, el 53.1% está de acuerdo, y el 16.4% está totalmente de acuerdo. Esto indica que una mayoría significativa percibe que el gobierno tiene la capacidad de actuar de manera eficiente ante la desinformación en plataformas digitales.

Sin embargo, un 18.9% de los participantes se encuentra neutral, lo que sugiere que, aunque no tienen una opinión clara, no se muestran completamente convencidos de la capacidad del gobierno para manejar la desinformación en línea de manera efectiva. Mientras que un 11.7% de los encuestados, compuesto por un 8.6% que está en desacuerdo y un 3.1% que está totalmente en desacuerdo, considera que el gobierno no tiene la capacidad de identificar y manejar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.

**Tabla 55.** *El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.*

|                          | <i>f</i> | %     |
|--------------------------|----------|-------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%  |
| En desacuerdo            | 39       | 8.6%  |
| Neutral                  | 86       | 18.9% |
| De acuerdo               | 242      | 53.1% |
| Totalmente de acuerdo    | 75       | 16.4% |
| Total                    | 456      | 100.0 |

Fuente: *Elaboración propia.*

Aunado a lo anterior, la percepción de confianza sobre los mensajes emitidos por el gobierno para combatir la desinformación se encontró que el 67.8% de los encuestados tiene una opinión favorable al sentido; de estos, el 45.0% está de acuerdo y el 22.8% está totalmente de acuerdo, lo que sugiere que, para una parte mayoritaria de la población, los esfuerzos de comunicación del gobierno son percibidos como verídicos y útiles en la lucha contra la desinformación.

A pesar de esta tendencia positiva, un 21.7% se encuentra mantiene una posición neutral, lo que indica que no tiene una postura clara sobre la confiabilidad de

los mensajes gubernamentales. Además, el 10.5% de los encuestados expresa desconfianza hacia los mensajes del gobierno, con un 7.2% en desacuerdo y un 3.3% totalmente en desacuerdo. Esta franja de la población muestra una visión crítica sobre la efectividad de las acciones gubernamentales para combatir la desinformación.

**Tabla 56.** *Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 15       | 3.3%   |
| En desacuerdo            | 33       | 7.2%   |
| Neutral                  | 99       | 21.7%  |
| De acuerdo               | 205      | 45.0%  |
| Totalmente de acuerdo    | 104      | 22.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto a las estrategias implementadas por el gobierno para identificar y evitar la desinformación, el 70.6% de los encuestados considera que las estrategias gubernamentales son eficaces en este sentido, con un 47.1% de los participantes de acuerdo y un 23.5% totalmente de acuerdo. La población percibe las estrategias de comunicación del gobierno como una herramienta útil para reconocer y evitar la desinformación.

Sin embargo, un 20.8% de los encuestados se mantiene neutral, lo que indica que una proporción significativa no tiene una opinión formada al respecto. Por otro lado, un 8.6% de los encuestados expresa desconfianza o no está de acuerdo con las estrategias gubernamentales, con un 5.7% en desacuerdo y un 2.9% totalmente en desacuerdo. Aun cuando es un grupo pequeño, estas personas parecen tener una opinión crítica sobre la efectividad de las iniciativas del gobierno para combatir la desinformación.

**Tabla 57.** *Las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 13       | 2.9%   |
| En desacuerdo            | 26       | 5.7%   |
| Neutral                  | 95       | 20.8%  |
| De acuerdo               | 215      | 47.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 107      | 23.5%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto al trabajo colaborativo del gobierno con otras entidades para el combate a la desinformación, como los medios de comunicación, el 70.6% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere que la mayoría de la población cree que el gobierno colabora activamente con otros actores para combatir la desinformación. En detalle, un 48.9% de los participantes está de acuerdo, y un 21.7% lo está totalmente, lo que indica una percepción favorable de las acciones conjuntas del gobierno con los medios de comunicación y otros aliados estratégicos.

Por otro lado, un 20.6% de los encuestados se mantiene neutral, lo que podría indicar que no están completamente convencidos de la efectividad o la visibilidad de estas acciones colaborativas. Por otro lado, el 8.8% no está de acuerdo con la afirmación; de estos, el 7.5% se encuentra en desacuerdo y el 1.3% totalmente en desacuerdo. Estos resultados sugieren que una fracción de la población percibe que el gobierno no está trabajando suficientemente con los medios de comunicación u otros actores relevantes para abordar la desinformación.

**Tabla 58.** *El gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 6        | 1.3%   |
| En desacuerdo            | 34       | 7.5%   |
| Neutral                  | 94       | 20.6%  |
| De acuerdo               | 223      | 48.9%  |
| Totalmente de acuerdo    | 99       | 21.7%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En términos informativos, los datos y noticias emitidos por el gobierno deben cumplir con criterios de transparencia y veracidad, el 62.5% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación de que el gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz. Este grupo está compuesto por un 41.9% que está de acuerdo y un 20.6% que lo está totalmente, lo que indica que una porción significativa de la población confía en que las acciones del gobierno son claras y están orientadas a la veracidad de la información. Mientras que el 24.3% manifestó una posición neutral.

Sin embargo, por el contrario, 13.2% de los encuestados no está de acuerdo con la afirmación, de los cuales el 10.1% se muestra en desacuerdo y el 3.1% totalmente en desacuerdo. Este porcentaje sugiere que una parte de la población duda de la transparencia del gobierno y de su capacidad para ofrecer información veraz.

**Tabla 59.** *El gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 46       | 10.1%  |
| Neutral                  | 111      | 24.3%  |
| De acuerdo               | 191      | 41.9%  |
| Totalmente de acuerdo    | 94       | 20.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Los resultados indican que, en general, la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva sobre la rapidez y efectividad del gobierno en casos de desinformación y en el establecimiento de soluciones efectivas; un 64% (de los cuales 44.7% está de acuerdo y 19.3% totalmente de acuerdo) considera que el gobierno actúa con prontitud frente a la desinformación. Este dato sugiere una confianza considerable en la capacidad de las autoridades para abordar y mitigar los efectos de la desinformación en el ámbito público.

Sin embargo, 11.4% de los encuestados manifiesta cierto desacuerdo sobre la efectividad del gobierno en este campo. De este porcentaje, el 8.8% se encuentra en desacuerdo, y un 2.6% se muestra totalmente en desacuerdo, lo que implica que una pequeña fracción de la población no percibe que el gobierno responda con rapidez o con soluciones eficaces ante los casos de desinformación. Por otro lado, un 24.6% se muestra neutral.

**Tabla 60.** *El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 12       | 2.6%   |
| En desacuerdo            | 40       | 8.8%   |
| Neutral                  | 112      | 24.6%  |
| De acuerdo               | 204      | 44.7%  |
| Totalmente de acuerdo    | 88       | 19.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Sobre la forma en la que el gobierno combate la desinformación y la manera en la que se incluyen a todos los sectores de la sociedad, se encontró que una mayoría significativa de los encuestados, que representa un 62.9% (de los cuales 44.3% está de acuerdo" y 18.6% totalmente de acuerdo), cree que el gobierno está trabajando para combatir la desinformación de manera inclusiva, es decir, involucrando a todos los grupos de la sociedad.

Por otro lado, un 33.4% de los participantes se muestra en desacuerdo o neutral. El 9.9% de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la afirmación y 3.5% totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que una pequeña proporción de la población siente que las medidas gubernamentales no abarcan a todos los grupos sociales de manera equitativa. Asimismo, el 23.7% se mantiene neutral, indicando que no tienen una opinión clara sobre el enfoque inclusivo del gobierno en su lucha contra la desinformación, tal vez debido a falta de información o desconocimiento de las acciones emprendidas.

**Tabla 61.** *La forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 16       | 3.5%   |
| En desacuerdo            | 45       | 9.9%   |
| Neutral                  | 108      | 23.7%  |
| De acuerdo               | 202      | 44.3%  |
| Totalmente de acuerdo    | 85       | 18.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto a las medidas estadísticas obtenidas para los ítems de esta dimensión se encontró que las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación se posiciona como la más valorada, con un promedio de 3.83 y una desviación estándar de 0.948. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados perciben de manera positiva las estrategias gubernamentales en este ámbito, considerándolas útiles para identificar y prevenir la desinformación.

Le sigue de cerca el gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación, con un promedio de 3.82 y una desviación estándar de 0.900. Este resultado indica que una gran parte de los encuestados perciben que el gobierno colabora eficazmente con los medios en la lucha contra la desinformación, lo cual es un punto positivo para las políticas de comunicación pública.

Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación, con un promedio de 3.77 y una desviación estándar de 0.989, también refleja una percepción favorable, aunque no tan alta como las estrategias y la colaboración con los medios. Los ciudadanos parecen confiar en los mensajes oficiales, aunque podría existir cierto margen de escepticismo.

El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales comparte un promedio de 3.71, igualando el puntaje de las acciones del gobierno contra la desinformación. Esto sugiere que la percepción de rapidez y efectividad es positiva, pero no sin algunos cuestionamientos, dado que la desviación estándar es de 0.944, lo que implica una variedad de opiniones sobre la eficiencia en la identificación y gestión de la desinformación digital.

Las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad tiene un puntaje promedio de 3.71, similar al anterior, con una desviación estándar de 0.958, indicando que, aunque las personas valoran las acciones del gobierno, la efectividad no es percibida de manera uniforme, lo que podría sugerir una discrepancia en la percepción sobre los resultados concretos de esas acciones.

El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas tiene una media de 3.69 y una desviación estándar de 0.966, lo que refleja una opinión en su mayoría positiva, aunque con una ligera diferencia de percepción en cuanto a la rapidez y la efectividad de las respuestas.

El gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz se encuentra con un promedio de 3.67, siendo ligeramente más bajo que los ítems anteriores. La desviación estándar de 1.011 sugiere que existe una notable dispersión en las respuestas, lo que podría indicar que algunos ciudadanos no consideran suficientemente transparente el enfoque del gobierno en la lucha contra la desinformación.

La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa tiene el promedio más bajo de 3.63 y una desviación estándar de 0.964, lo que señala que, aunque se considera suficiente en términos generales, hay una porción de la población que considera que la información proporcionada no es lo suficientemente clara o efectiva para corregir la desinformación.

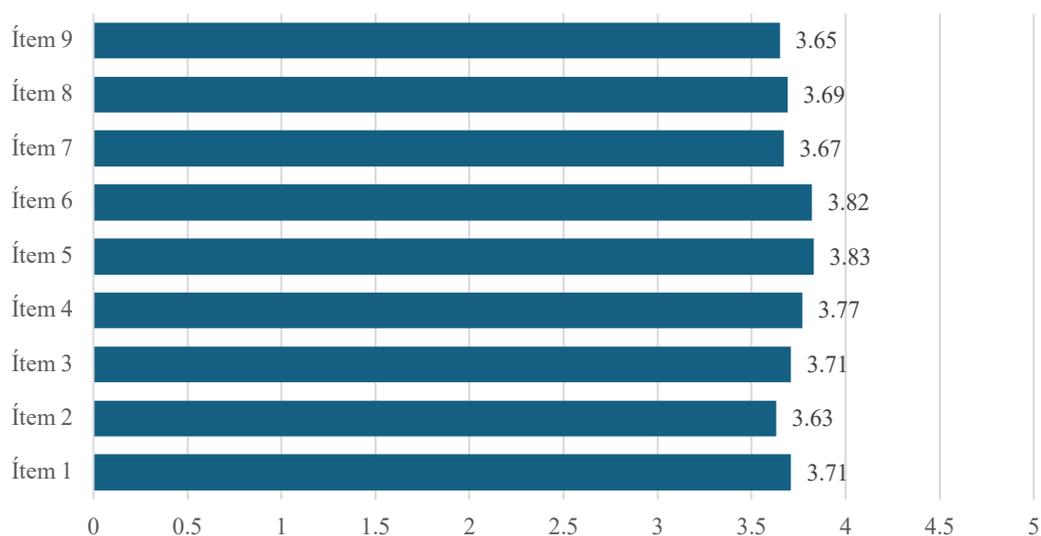
Finalmente, la forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad tiene un puntaje de 3.65. Este resultado, junto con una desviación estándar de 1.006, indica que, aunque la percepción general es positiva, persisten dudas sobre la inclusividad de las políticas gubernamentales en la lucha contra la desinformación, lo que podría señalar que algunos grupos sienten que están siendo pasados por alto.

**Tabla 62.** Jerarquización de los ítems de la dimensión: Respuesta a la desinformación en la comunicación pública

| Ítem   | $\bar{X}$ | s     |
|--|-----------|-------|
| 1. Las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad.                       | 3.71      | 0.958 |
| 2. La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa.                         | 3.63      | 0.964 |
| 3. El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.       | 3.71      | 0.944 |
| 4. Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación.                                     | 3.77      | 0.989 |
| 5. Las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación. | 3.83      | 0.948 |
| 6. El gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación.              | 3.82      | 0.900 |
| 7. El gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz.                      | 3.67      | 1.011 |
| 8. El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas.                   | 3.69      | 0.966 |
| 9. La forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad.              | 3.65      | 1.006 |

Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 11.** Análisis estadísticos de la dimensión: Respuesta a la desinformación en la comunicación pública



Fuente: *Elaboración propia.*

#### **5.6.2.6. Comunicación para la mejora de políticas públicas**

Al analizar la dimensión en la que se evalúa la importancia de la comunicación para la mejora de las políticas públicas, el primer ítem analizando corresponde a la afirmación de que, si la comunicación del gobierno es adecuada para mantenerlos informados sobre estos temas, al respecto se encontró que el 52.2% de los encuestados está de acuerdo con que lo que refleja una opinión mayoritaria favorable. Además, un 20.6% de los participantes está totalmente de acuerdo, lo que subraya una percepción positiva y sólida sobre la eficacia del gobierno en este ámbito. Por otro lado, un 19.3% de los encuestados se mostró neutral.

En cuanto a las respuestas negativas, solo un 5.5% de los participantes estuvo en desacuerdo, y un 2.4% estuvo totalmente en desacuerdo, lo que indica que la mayoría de los ciudadanos no considera que la comunicación gubernamental sea insuficiente o ineficaz para dar a conocer las políticas y servicios públicos relacionados con la salud y el bienestar social.

**Tabla 63.** *La comunicación del gobierno es suficiente para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos como políticas sociales o de servicios de salud.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 11       | 2.4%   |
| En desacuerdo            | 25       | 5.5%   |
| Neutral                  | 88       | 19.3%  |
| De acuerdo               | 238      | 52.2%  |
| Totalmente de acuerdo    | 94       | 20.6%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

La comunicación del gobierno, como parte de sus funciones, debe explicar los beneficios y el alcance de las políticas y de los servicios públicos; en ese sentido, los resultados muestran una percepción positiva respecto a la explicación de los beneficios y el alcance de las políticas gubernamentales. Un 52.9% de los encuestados está de acuerdo con que la comunicación del gobierno logra transmitir esta información de manera efectiva. Además, un 16.4% está totalmente de acuerdo, lo que indica una fuerte aceptación de la eficacia de la comunicación gubernamental en este aspecto.

Por otro lado, el 21.3% de los participantes se muestra neutral y, en una proporción más baja, el 7.2% está en desacuerdo y un 2.2% totalmente en desacuerdo. Esto implica que, aunque pequeña, una proporción de la población percibe que la comunicación del gobierno no cumple con el objetivo de informar adecuadamente sobre los beneficios y alcances de las políticas y servicios públicos.

**Tabla 64.** *La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 10       | 2.2%   |
| En desacuerdo            | 33       | 7.2%   |
| Neutral                  | 97       | 21.3%  |
| De acuerdo               | 241      | 52.9%  |
| Totalmente de acuerdo    | 75       | 16.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Los datos revelan que la mayoría de los encuestados perciben positivamente el hecho de que el gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos, el 48.7% está de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 17.3% está totalmente de acuerdo, lo que indica que aproximadamente un 66% de los participantes considera que la información proporcionada es clara y accesible.

El 21.3% se muestra neutral, lo que puede sugerir que no tienen una postura definida o que no cuentan con la información suficiente para emitir una opinión clara sobre la efectividad de la comunicación gubernamental en este tema. En cuanto a los resultados negativos, un 9.9% de los encuestados está en desacuerdo y un 2.9% está totalmente en desacuerdo, lo que representa una proporción menor de la población.

**Tabla 65.** *El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 13       | 2.9%   |
| En desacuerdo            | 45       | 9.9%   |
| Neutral                  | 97       | 21.3%  |
| De acuerdo               | 222      | 48.7%  |
| Totalmente de acuerdo    | 79       | 17.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Un 47.8% de los encuestados está de acuerdo con que la información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable, mientras que un 17.3% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que una proporción significativa de los ciudadanos confía en la información que el gobierno proporciona sobre estos

temas. Por otro lado, un 22.6% se muestra neutral, lo que indica que no tienen una opinión claramente definida sobre la confiabilidad de la información gubernamental.

Respecto a las respuestas negativas, un 9.0% de los encuestados está en desacuerdo con la confiabilidad de la información y un 3.3% está totalmente en desacuerdo. Aunque estos porcentajes son bajos, indican que una parte de la población no confía completamente en los datos oficiales sobre los servicios públicos.

**Tabla 66.** *La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 15       | 3.3%   |
| En desacuerdo            | 41       | 9.0%   |
| Neutral                  | 103      | 22.6%  |
| De acuerdo               | 218      | 47.8%  |
| Totalmente de acuerdo    | 79       | 17.3%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto a la transparencia gubernamental sobre la manera en la que se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos, los datos indican que un 42.8% de los encuestados está de acuerdo con este hecho, mientras que un 20.4% está totalmente de acuerdo. Esto sugiere que una mayoría significativa percibe que el gobierno proporciona información clara sobre estos procesos, lo que podría interpretarse como una valoración positiva de la gestión pública y su apertura hacia los ciudadanos en términos de procesos y resultados.

Por otro lado, un 23.0% de los encuestados se muestra neutral y, en cuanto a las respuestas negativas, un 9.6% de los encuestados está en desacuerdo y un 4.2% está totalmente en desacuerdo con la idea de que el gobierno es transparente sobre la implementación y evaluación de sus políticas y servicios. Estos porcentajes, aunque relativamente bajos, reflejan una preocupación de ciertos sectores de la población respecto a la falta de claridad o accesibilidad en la información proporcionada por las autoridades gubernamentales.

**Tabla 67.** *El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 19       | 4.2%   |
| En desacuerdo            | 44       | 9.6%   |
| Neutral                  | 105      | 23.0%  |
| De acuerdo               | 195      | 42.8%  |
| Totalmente de acuerdo    | 93       | 20.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Al analizar si la comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas, un 40.8% de los encuestados indicó estar de acuerdo con esta afirmación; mientras que un 21.9% está totalmente de acuerdo. Esto indica que una parte significativa de la población considera que el gobierno, al comunicar sus acciones y políticas, fomenta la participación ciudadana en estos procesos.

Por otro lado, un 24.3% de los encuestados se encuentra en la categoría neutral y, de manera negativa, un 9.6% de los encuestados está en desacuerdo y un 3.3% está totalmente en desacuerdo con la afirmación. Aun cuando estas cifras son bajas, reflejan que existen personas con una percepción de insuficiencia en términos informativos del gobierno sobre las mejoras y el diseño de políticas públicas.

**Tabla 68.** *La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 15       | 3.3%   |
| En desacuerdo            | 44       | 9.6%   |
| Neutral                  | 111      | 24.3%  |
| De acuerdo               | 186      | 40.8%  |
| Totalmente de acuerdo    | 100      | 21.9%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Un 46.5% de los encuestados está de acuerdo con el hecho de que el gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para atender y satisfacer de manera directa las necesidades de la sociedad, mientras que un 17.8% se muestra totalmente de acuerdo. Esto indica una evaluación positiva, aunque no exenta de

reservas, sobre la capacidad del gobierno para adaptar sus estrategias a las necesidades sociales.

Por otro lado, un 23.9% de los participantes se mantiene neutral y, en cuanto a la disconformidad, un 9.4% de los encuestados se muestra en desacuerdo con la afirmación, mientras que un 2.4% está totalmente en desacuerdo. Estos porcentajes reflejan una minoría, pero también evidencian que hay ciudadanos que no consideran que el gobierno haya hecho ajustes suficientes en sus estrategias de comunicación para abordar las necesidades sociales.

**Tabla 69.** *El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 11       | 2.4%   |
| En desacuerdo            | 43       | 9.4%   |
| Neutral                  | 109      | 23.9%  |
| De acuerdo               | 212      | 46.5%  |
| Totalmente de acuerdo    | 81       | 17.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Respecto a si la comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos y no solo en objetivos políticos, el 47.1% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, y un 15.4% está totalmente de acuerdo. Este 62.5% representa una mayoría que percibe que la comunicación gubernamental tiene un enfoque orientado a satisfacer las necesidades de los ciudadanos, en lugar de centrarse exclusivamente en fines políticos o partidistas.

Sin embargo, un 24.1% se mantiene neutral y, por otro lado, 10.3% de los encuestados está en desacuerdo con la afirmación, y 3.1% está totalmente en desacuerdo; lo cual puede ser un indicativo de la existencia de personas que perciben que la comunicación del gobierno sigue teniendo una orientación mayoritariamente política, en lugar de centrarse en las necesidades reales de la población.

**Tabla 70.** *La comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos, no solo en objetivos políticos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 14       | 3.1%   |
| En desacuerdo            | 47       | 10.3%  |
| Neutral                  | 110      | 24.1%  |
| De acuerdo               | 215      | 47.1%  |
| Totalmente de acuerdo    | 70       | 15.4%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Sobre si la comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos, el 48.5% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación y un 17.8% está totalmente de acuerdo. Este 66.3% refleja una mayoría significativa que percibe que las estrategias de comunicación gubernamentales tienen un impacto positivo en su involucramiento y comprensión de las políticas y servicios públicos. Mientras que un 23.2% de los encuestados se mantiene neutral respecto a la afirmación.

Además, del lado negativo, el 7.0% está en desacuerdo con la afirmación, y 3.5% está totalmente en desacuerdo. Estas cifras reflejan un grupo de ciudadanos que no perciben que la comunicación del gobierno esté contribuyendo de manera significativa a su involucramiento en el proceso de mejora de políticas y servicios públicos.

**Tabla 71.** *La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos.*

|                          | <i>f</i> | %      |
|--------------------------|----------|--------|
| Totalmente en desacuerdo | 16       | 3.5%   |
| En desacuerdo            | 32       | 7.0%   |
| Neutral                  | 106      | 23.2%  |
| De acuerdo               | 221      | 48.5%  |
| Totalmente de acuerdo    | 81       | 17.8%  |
| Total                    | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

En primer lugar, el ítem "La comunicación del gobierno es efectiva para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos como políticas sociales o de servicios de salud" es el que tiene la mayor media ( $\bar{X} = 3.83$ ), lo que indica que los

ciudadanos perciben de manera positiva la efectividad del gobierno para informar sobre políticas sociales y servicios de salud. La desviación estándar de 0.899 muestra una moderada consistencia en las respuestas, sin grandes variaciones.

El segundo ítem mejor valorado es "La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos" con una media de 3.74 y una desviación estándar de 0.894, lo que sugiere que, aunque los ciudadanos creen que el gobierno explica adecuadamente los beneficios y el alcance, hay un pequeño margen de diversidad en la percepción de este aspecto.

El siguiente ítem destacado, con una media de 3.70 y desviación estándar de 0.958, es "La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos". Esto refleja una percepción positiva sobre el impacto de la comunicación gubernamental en la participación ciudadana, aunque existe algo de dispersión en las respuestas, lo que puede indicar diferentes niveles de conocimiento o acceso a la información.

Un 3.68 es la media de tres ítems relacionados con la claridad, accesibilidad y participación en la mejora de políticas públicas. El ítem "El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos", "La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas" y "El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad" tienen valoraciones cercanas, sugiriendo que los ciudadanos perciben de forma positiva la accesibilidad de la información y la inclusión de la ciudadanía en el proceso de mejora de políticas, aunque con ligera variabilidad.

El ítem "La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable" presenta una media de 3.67, lo que indica que, si bien hay una percepción favorable sobre la fiabilidad de la información, también se observa cierta dispersión en las opiniones, dado que la desviación estándar es de 0.973.

Por último, los ítems "El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos" ( $\bar{X} = 3.66$ ) y "La comunicación del

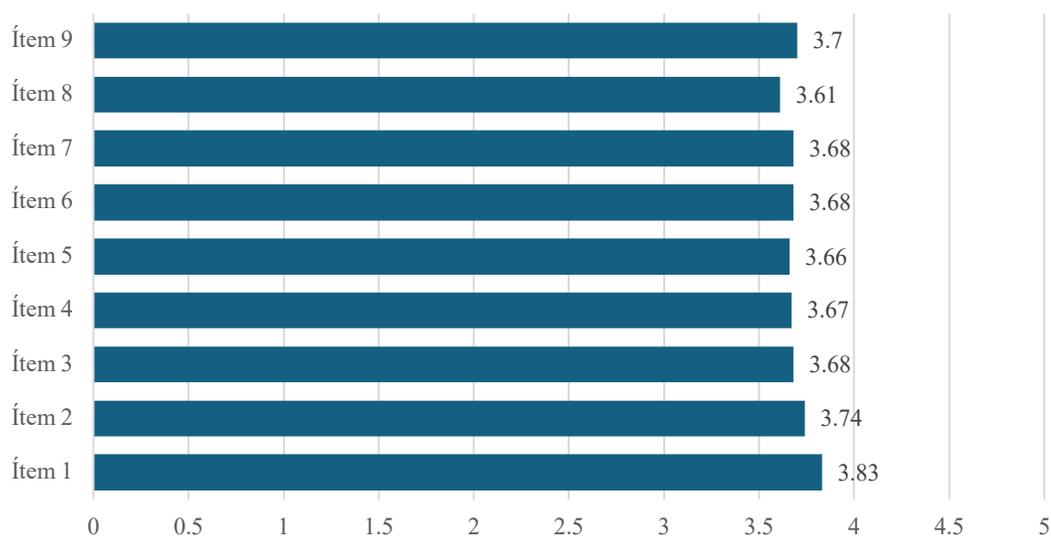
gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos" ( $\bar{X} = 3.61$ ) tienen las medias más bajas, aunque siguen siendo valoraciones positivas. Estos ítems tienen las mayores desviaciones estándar (1.039 y 0.968, respectivamente), lo que sugiere una mayor diversidad de opiniones en cuanto a la percepción de la transparencia y el enfoque en las necesidades de los ciudadanos.

**Tabla 72.** Jerarquización de los ítems de la dimensión: Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos.

| Ítem   | $\bar{X}$ | s     |
|--|-----------|-------|
| 1. La comunicación del gobierno es efectiva para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos como políticas sociales o de servicios de salud. | 3.83      | 0.899 |
| 2. La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos.   | 3.74      | 0.894 |
| 3. El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos.   | 3.68      | 0.967 |
| 4. La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable.  | 3.67      | 0.973 |
| 5. El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos.   | 3.66      | 1.039 |
| 6. La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas.  | 3.68      | 1.023 |
| 7. El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad.                                   | 3.68      | 0.953 |
| 8. La comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos  | 3.61      | 0.968 |
| 9. La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos.                      | 3.70      | 0.958 |

Fuente: *Elaboración propia.*

**Figura 12.** Análisis estadísticos de la dimensión: Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos.



Fuente: *Elaboración propia.*

#### 5.7.2.7. Datos generales

De los 456 participantes, 224 son de género masculino, lo que representa el 49.1% del total de encuestados. Mientras, 229 participantes son del género femenino, lo que corresponde al 50.2%. Un porcentaje muy pequeño de 0.7% de los encuestados se identifica con un género otro, lo que equivale a 3 personas.

**Tabla 73.** Género de los encuestados

|           | <i>f</i> | %      |
|-----------|----------|--------|
| Masculino | 224      | 49.1%  |
| Femenino  | 229      | 50.2%  |
| Otro      | 3        | 0.7%   |
| Total     | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

El grupo de personas con mayor representación corresponde al rango de 36 a 40 años, con 88 encuestados, lo que equivale al 19.3% del total de participantes. Este grupo es seguido por los encuestados de 31 a 35 años, con 72 personas, lo que representa el 15.8% de la muestra, y de 41 a 45 años, con 74 personas, que representan el 16.2%.

Otros rangos de edad con importante representación son el de 21 a 25 años con 58 personas (12.7%) y el de 26 a 30 años con 49 encuestados (10.7%). Los rangos de 18 a 20 años y 46 a 50 años tienen una representación más baja, con 29 personas (6.4%) y 31 personas (6.8%) respectivamente.

Por otro lado, los grupos de mayor edad son menos representados: 51 a 55 años con 24 personas (5.3%), 56 a 60 años con 15 personas (3.3%) y 61 años o más con 16 personas (3.5%).

Esta distribución muestra que la mayor parte de los encuestados se concentra en los grupos de edad media (de 31 a 45 años), lo que podría indicar una muestra relativamente equilibrada, pero con una ligera inclinación hacia las personas adultas jóvenes y de mediana edad. Las personas mayores de 50 años tienen una representación menor en esta muestra.

**Tabla 74.** *Rango de edad de los encuestados*

|                 | <i>f</i> | %     |
|-----------------|----------|-------|
| De 18 a 20 años | 29       | 6.4%  |
| De 21 a 25 años | 58       | 12.7% |
| De 26 a 30 años | 49       | 10.7% |
| De 31 a 35 años | 72       | 15.8% |
| De 36 a 40 años | 88       | 19.3% |
| De 41 a 45 años | 74       | 16.2% |
| De 46 a 50 años | 31       | 6.8%  |
| De 51 a 55 años | 24       | 5.3%  |
| De 56 a 60 años | 15       | 3.3%  |
| 61 años o más   | 16       | 3.5%  |
| Total           | 456      | 100%  |

Fuente: *Elaboración propia.*

Se observa que la mayor parte de los participantes pertenece a los rangos de ingresos medios y altos. El grupo con mayor representación está en el rango de entre \$10,001 y \$15,000 al mes, con 104 personas, lo que representa el 22.8% de la muestra. Este grupo es seguido de cerca por los encuestados que ganan más de \$25,000 al mes, con 95 personas (20.8%), y los que reciben entre \$15,001 y \$20,000 al mes, con 85 personas (18.6%). En el rango de ingresos bajos, el grupo con menos representación es el de menos de \$5,000 al mes, con 34 personas (7.5%), seguido por los encuestados con ingresos entre \$20,001 y \$25,000 al mes, con 61 personas (13.4%). Finalmente, el

rango entre \$5,001 y \$10,000 al mes incluye 77 personas (16.9%), lo que también refleja una proporción significativa de encuestados.

**Tabla 75.** *Ingreso mensual de los encuestados*

|                                  | <i>f</i> | %      |
|----------------------------------|----------|--------|
| Menos de \$5,000 al mes          | 34       | 7.5%   |
| Entre \$5,001 y \$10,000 al mes  | 77       | 16.9%  |
| Entre \$10,001 y \$15,000 al mes | 104      | 22.8%  |
| Entre \$15,001 y \$20,000 al mes | 85       | 18.6%  |
| Entre \$20,001 y \$25,000 al mes | 61       | 13.4%  |
| Más de \$25,000 al mes           | 95       | 20.8%  |
| Total                            | 456      | 100.0% |

Fuente: *Elaboración propia.*

Se destaca que la mayoría de los participantes tiene estudios de nivel preparatoria o profesional, lo que refleja una población con un nivel educativo relativamente alto. El grupo más grande es el de los encuestados con estudios de preparatoria, que comprende 159 personas, lo que representa el 34.9% de la muestra. A continuación, se encuentran los que tienen estudios profesionales, con 190 personas, que constituyen el 41.7% de los participantes, lo que indica que más de la mitad de los encuestados tiene al menos estudios superiores.

En cuanto a los niveles educativos más bajos, el grupo con menor representación está en el nivel primaria, con solo 9 personas (2.0%). Los que tienen secundaria como nivel máximo de estudios son 70 personas (15.4%), un porcentaje moderado, mientras que 28 personas (6.1%) tienen estudios de posgrado. No se registraron participantes en los niveles de preescolar o sin estudios, lo que muestra que todos los encuestados han alcanzado al menos la educación básica.

**Tabla 76.** *Nivel de estudios de los encuestados*

|              | <i>f</i> | %     |
|--------------|----------|-------|
| No tiene     | 0        | 0.0%  |
| Preescolar   | 0        | 0.0 % |
| Primaria     | 9        | 2.0%  |
| Secundaria   | 70       | 15.4% |
| Preparatoria | 159      | 34.9% |
| Profesional  | 190      | 41.7% |
| Posgrado     | 28       | 6.1%  |
| Total        | 456      | 100.0 |

Fuente: *Elaboración propia.*

### 5.6.3. Comparación entre dimensiones

Al realizar un análisis de los puntajes medios obtenidos para cada una de las dimensiones es posible observar una valoración general positiva de las dimensiones vinculadas a la comunicación pública en el contexto gubernamental, evaluadas a través de una escala Likert de 1 a 5, donde 1 representa "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente de acuerdo". Todas las dimensiones obtienen promedios por encima del punto medio de la escala (3), lo que sugiere una percepción favorable por parte de los participantes respecto a los aspectos evaluados.

La dimensión "Comunicación gubernamental en la era digital" alcanza la media más alta ( $M = 3.87$ ,  $DE = 0.78$ ), lo cual indica que los encuestados perciben que se están haciendo esfuerzos importantes por adaptar la comunicación pública a los entornos digitales. Este resultado puede interpretarse como un reconocimiento al uso de tecnologías digitales para mejorar la interacción entre gobierno y ciudadanía, alineándose con las recomendaciones de organismos como la OCDE sobre la importancia de promover una comunicación ágil, directa e interactiva.

Le sigue la dimensión "Impacto de la comunicación pública" ( $M = 3.77$ ,  $DE = 0.74$ ), lo que sugiere que existe una percepción generalizada sobre la influencia positiva de la comunicación en el fortalecimiento institucional y la confianza pública. Esta percepción parece ir en concordancia con la idea de que una comunicación estratégica y bien ejecutada puede incidir en la legitimidad de las políticas públicas.

La dimensión "Respuesta a la desinformación en la comunicación pública" presenta también una media alta ( $M = 3.72$ ,  $DE = 0.79$ ), evidenciando que, aunque existe un reconocimiento de acciones contra la desinformación, este sigue siendo un terreno en desarrollo, posiblemente con retos aún por atender en términos de sistematización y alcance de las estrategias comunicativas implementadas.

En un nivel intermedio se sitúan las dimensiones "Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos" ( $M = 3.69$ ,  $DE = 0.81$ ) y "Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación pública" ( $M = 3.67$ ,  $DE = 0.80$ ). Estos valores sugieren que, aunque hay avances, todavía se percibe un margen de mejora respecto al papel

estructural de la comunicación en los procesos de toma de decisiones y fortalecimiento de la gobernanza democrática.

Por último, la dimensión con la media más baja, aunque aún positiva, es “Comunicación pública basada en evidencias y datos” ( $M = 3.54$ ,  $DE = 0.83$ ). Este resultado apunta a una percepción menos consolidada sobre la institucionalización del uso de datos y evidencia en las prácticas comunicativas, lo cual coincide con una de las recomendaciones más enfáticas de la OCDE: avanzar hacia estrategias de comunicación fundamentadas en diagnósticos, análisis de audiencias y métricas de desempeño.

En cuanto a la dispersión de los datos, los valores de desviación estándar (entre 0.74 y 0.83) indican una variabilidad moderada en las respuestas, lo que sugiere que, si bien las percepciones tienden hacia lo positivo, existen diferencias en la valoración individual de cada dimensión, posiblemente vinculadas a factores contextuales o institucionales específicos.

Estos resultados reflejan una valoración positiva general del estado actual de la comunicación pública, especialmente en lo relativo a su adaptación digital y su impacto percibido. Sin embargo, también evidencian áreas con menor consolidación, como la utilización de evidencia en los procesos comunicativos, que requieren mayor desarrollo para alcanzar una comunicación gubernamental profesional, efectiva y basada en principios de gobernanza democrática.

**Tabla 77.** *Comparativa de estadísticos de las dimensiones consideradas*

|   | <i>M</i> | <i>DE</i> |
|---|----------|-----------|
| Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación pública          | 3.67     | 0.80      |
| Comunicación pública basada en evidencias y datos                 | 3.54     | 0.83      |
| Comunicación gubernamental en la era digital                      | 3.87     | 0.78      |
| Impacto de la comunicación pública                                | 3.77     | 0.74      |
| Respuesta a la desinformación en la comunicación pública          | 3.72     | 0.79      |
| Comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos | 3.69     | 0.81      |

Fuente: *Elaboración propia.*

## 5.7. Conclusiones particulares del estudio

Particularmente este segundo estudio, de carácter cuantitativo, permitió evaluar empíricamente la percepción ciudadana respecto a la comunicación gubernamental, tomando como base las categorías conceptuales y empíricas identificadas en el estudio cualitativo previo. La información recopilada mediante encuestas estructuradas —aplicadas en el Estado de Nuevo León— ofreció evidencia concreta sobre cómo la ciudadanía interpreta, valora y responde a los esfuerzos institucionales en materia de comunicación pública.

Los hallazgos reflejan una valoración general favorable de los mecanismos de comunicación implementados por los gobiernos, particularmente cuando estos se caracterizan por su claridad, respaldo en evidencia, accesibilidad y pertinencia. La ciudadanía reconoce que la comunicación institucional puede influir positivamente en su conocimiento sobre los asuntos públicos, en su interés por involucrarse en procesos participativos, y en su confianza hacia las instituciones. Esta percepción es especialmente relevante en contextos donde la desinformación, la sobrecarga informativa y el desencanto institucional representan desafíos persistentes.

Desde el punto de vista metodológico, la validación del instrumento de medición —a través del análisis de fiabilidad y la estructura de dimensiones— respalda la consistencia del modelo empleado. El alfa de Cronbach superior a .90 en todas las dimensiones confirma la solidez interna de la escala, mientras que la prueba de esfericidad de Bartlett justifica el agrupamiento de los ítems bajo factores coherentes. Estos resultados, en conjunto, fortalecen la validez del modelo de análisis propuesto y abren la posibilidad de su replicabilidad en otros contextos.

Un elemento central de este capítulo es la articulación metodológica con el estudio cualitativo que lo precede. A través de este vínculo, se consolida un diseño mixto en el que los hallazgos previos aportaron insumos fundamentales para la construcción del instrumento cuantitativo. En otras palabras, la identificación de las dimensiones clave desde la experiencia de expertos permitió aterrizar conceptualmente

los indicadores que fueron evaluados en la fase cuantitativa, con lo cual se asegura continuidad lógica, coherencia interna y profundidad analítica entre ambas etapas.

Los resultados obtenidos refuerzan la idea de que la comunicación gubernamental no debe entenderse únicamente como un canal de transmisión de mensajes, sino como una estrategia estructural que puede contribuir a mejorar la gobernanza, fortalecer la legitimidad institucional y fomentar entornos democráticos más sólidos. La ciudadanía percibe, en distintos niveles, que una comunicación pública clara, participativa y basada en datos puede incidir positivamente en su relación con el gobierno y en su disposición a participar en los asuntos públicos.

En suma, este estudio permite concluir que la comunicación gubernamental democratizada no es solo una aspiración teórica, sino una posibilidad tangible que, con diseño adecuado y enfoque estratégico, puede materializarse en políticas públicas que respondan de mejor forma a las demandas de una sociedad cada vez más informada, exigente y participativa.

## CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

De manera general, los resultados encontrados a través de la aplicación de las técnicas de investigación implementadas en el desarrollo de este proyecto de investigación resaltan la importancia de la comunicación gubernamental como un aspecto fundamental que incide en la democracia y en el compromiso ciudadano. La implementación de estrategias comunicativas que incrementen la disponibilidad, la accesibilidad y la calidad de la información, por parte de las instituciones gubernamentales, incide directamente en la percepción de la sociedad sobre su conocimiento público, el sentimiento de eficacia política y fomenta la participación convencional.

Entre los hallazgos del análisis cualitativo se encuentran importantes perspectivas sobre la democratización de la comunicación gubernamental, un concepto que emerge como fundamental para el funcionamiento efectivo de las sociedades democráticas contemporáneas. A través de las entrevistas realizadas con expertos en el campo, se ha logrado identificar y validar un marco teórico que establece tres pilares fundamentales que determinan la presencia de una comunicación gubernamental efectivamente democratizada: disponibilidad, accesibilidad y calidad.

La disponibilidad se presenta como el primer elemento esencial, manifestándose como la capacidad y voluntad del gobierno para mantener un flujo constante y efectivo de información sobre los asuntos públicos. Este componente va más allá de la mera emisión de información; requiere el establecimiento de un sistema bidireccional de comunicación donde la retroalimentación y la escucha activa por parte del gobierno son fundamentales. Los expertos enfatizan que la disponibilidad debe materializarse en canales claros y definidos, en espacios abiertos y sin restricciones, a través de los cuales los ciudadanos puedan no solo acceder a la información, sino también establecer un diálogo efectivo con sus representantes gubernamentales.

La accesibilidad emerge como el segundo pilar crucial, destacándose como un elemento que trasciende las consideraciones técnicas básicas. Los hallazgos indican

que una comunicación gubernamental verdaderamente accesible debe estar diseñada considerando la diversidad de la población en términos de niveles educativos, contextos culturales, capacidades físicas y recursos económicos. Este elemento requiere la implementación de un lenguaje ciudadano que sea comprensible para todos los segmentos de la población, sin sacrificar la precisión y relevancia de la información transmitida. Los expertos señalan que la accesibilidad debe manifestarse en múltiples dimensiones, desde la claridad del lenguaje hasta la diversidad de formatos adaptados para personas con diferentes capacidades o a través de distintos canales.

El tercer pilar, la calidad, se revela como un elemento particularmente crítico en el contexto actual, donde los ciudadanos tienen acceso a un elevado número de fuentes de información y han desarrollado una mayor capacidad crítica. La calidad se fundamenta en la veracidad y verificabilidad de la información proporcionada, pero también abarca aspectos como la objetividad, la oportunidad y la congruencia entre el discurso y la realidad. Los expertos enfatizan que la calidad de la comunicación gubernamental debe responder a una estrategia bien definida que priorice la transparencia y la rendición de cuentas.

De manera sintética, para responder la primera pregunta de investigación del estudio cualitativo en la que se cuestiona, ¿Es posible determinar que los principales elementos que determinan o forman parte de una comunicación gubernamental democratizada abarcan aspectos como disponibilidad, accesibilidad y calidad? Son tres los elementos fundamentales que determinan la presencia de una comunicación gubernamental democratizada:

- Disponibilidad:

Fundamentalmente deben existir fuentes de información gubernamental, esto incluye desde su concepción más básica hasta la más sofisticada.

- Debe existir una transferencia efectiva de información sobre asuntos públicos.
- Requiere retroalimentación y escucha activa por parte del gobierno.
- Debe incluir canales abiertos para que los ciudadanos puedan acceder a la información y comunicarse con el gobierno.

- **Accesibilidad:**

Se basa en el uso de multicanales, todo aquel canal de comunicación existente puede y debe ser considerado con tal de ampliar y eficientar el alcance e impacto de las comunicaciones gubernamentales.

- Que existan las condiciones para que el ciudadano obtenga la información del gobierno.
- La comunicación debe ser diseñada para ser comprensible para todo público. Eliminar barreras de acceso relacionadas con nivel académico, cultural, económico o capacidades físicas.
- Requiere de una conceptualización basada en el uso de un lenguaje ciudadano sencillo y efectivo.
- Debe llegar a todos los rincones y segmentos de la población.

- **Calidad:**

El mensaje es el producto final más importante, debe ser concebido como un elemento prioritario y diseñado bajo parámetros enfocados en la capacidad real de conseguir los objetivos trazados.

- Debe basarse en información veraz y comprobable.
- Requiere objetividad y congruencia entre el discurso y la realidad.
- Debe ser oportuna y responder a una estrategia bien definida.
- Basada en criterios de transparencia gubernamental.

Por otro lado, el estudio revela una evolución significativa en la relación entre gobiernos y ciudadanos en materia de comunicación. Los ciudadanos contemporáneos no son receptores pasivos de información gubernamental; son actores críticos que verifican, cuestionan y demandan mayor transparencia y precisión en la comunicación oficial. Esta transformación ha generado la necesidad de que la comunicación gubernamental se adapte y evolucione hacia un modelo más democrático y participativo.

El marco teórico que respalda esta investigación, basado en un enfoque fenomenológico, ha permitido comprender cómo los diferentes actores experimentan e interpretan la comunicación gubernamental. Este enfoque ha sido fundamental para

validar la importancia de los tres elementos identificados y su interrelación en la construcción de una comunicación gubernamental efectivamente democratizada.

Un hallazgo particularmente relevante es la distinción que los expertos establecen entre la comunicación gubernamental democratizada y la mera propaganda. Según los participantes del estudio, la verdadera comunicación gubernamental debe llevar implícita la democratización en su esencia; de lo contrario, se convierte en un ejercicio de propaganda que no contribuye al fortalecimiento democrático.

La investigación también destaca la importancia de mantener un equilibrio entre la accesibilidad de la información y su profundidad. Este balance es crucial para asegurar que la comunicación gubernamental cumpla con su función informativa y educativa, mientras mantiene su capacidad de llegar a todos los segmentos de la población.

Las implicaciones de estos hallazgos son significativas para la práctica de la comunicación gubernamental. Sugieren la necesidad de desarrollar estrategias integrales que consideren simultáneamente los tres elementos identificados, reconociendo su interdependencia y su papel crucial en la construcción de una comunicación verdaderamente democrática. Además, los resultados señalan la importancia de adaptar constantemente las prácticas comunicativas a las necesidades y expectativas cambiantes de una ciudadanía cada vez más informada y crítica.

La democratización de la comunicación gubernamental emerge como un proceso complejo y multidimensional que requiere la consideración simultánea de disponibilidad, accesibilidad y calidad. Estos elementos, respaldados por un sólido marco teórico fenomenológico, proporcionan una base para evaluar y mejorar las prácticas de comunicación gubernamental en el contexto de sociedades democráticas cada vez más exigentes y participativas.

Entre los aspectos que resultan importantes dentro de la comunicación gubernamental, identificados a través de las entrevistas realizadas como parte de este estudio, destacan la presencia de una comunicación gubernamental democratizada es

el hecho de que esta impacte directamente en el conocimiento público. El análisis cualitativo de las opiniones de los expertos participantes permite indicar que mantener un flujo informativo constante, pertinente y veraz ayuda a que los ciudadanos, con mayor conocimiento y sustento, tomen mejores decisiones respecto a las actividades gubernamentales o políticas en las que pudieran involucrarse.

Una comunicación gubernamental adecuada, permite incrementar la percepción de eficacia. Contar con estrategias informativas donde el ciudadano reciba datos de primera mano, incide de manera directa en la forma en la que evalúa al gobierno; lo cual se manifiesta, entre otros aspectos, en su deseo de formar parte de actividades, procesos y en la toma de decisiones; es decir, incrementa la participación ciudadana, sobre todo, de forma convencional (elecciones, campañas, afiliación a partidos políticos, entre otras).

Por otro lado, para responder la segunda y tercera pregunta de investigación en las que se pregunta si, en caso de existir, ¿Qué otros elementos apoyan la configuración de una comunicación gubernamental democratizada? Y ¿Qué modelo teórico respalda el desarrollo de un modelo de una comunicación gubernamental democratizada? Puede mencionarse que un enfoque fenomenológico sería el método más adecuado; este debe centrarse en:

- La experiencia subjetiva y la comprensión de los fenómenos desde la perspectiva de los individuos
- El análisis de cómo las personas experimentan e interpretan la comunicación gubernamental
- La exploración de significados compartidos e interpretaciones ciudadanas
- La comprensión de experiencias y perspectivas diversas

En lo que respecta al análisis cuantitativo, los hallazgos más significativos en el ámbito de comunicación gubernamental y su impacto en la democratización indican que, respecto al diseño metodológico, es notable la robustez del estudio al incorporar seis dimensiones fundamentales que abarcan aspectos cruciales de la comunicación gubernamental. La muestra final superó las expectativas iniciales, alcanzando 456

respuestas válidas frente a las 384 planificadas, lo que representa un excedente de 72 participantes. Esta sobre-representación fortalece la confiabilidad estadística del estudio, especialmente considerando la distribución geográfica que incluye diferentes regiones, con una concentración significativa en el Área Metropolitana de Monterrey.

Analizando específicamente la dimensión del reforzamiento de la gobernanza y la comunicación política, relacionado con la primera pregunta de investigación de la metodología cuantitativa (¿De qué manera las estrategias de comunicación gubernamental son percibidas por los ciudadanos como herramientas que fortalecen la gobernanza, promoviendo la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas en la administración pública?) Los resultados revelan patrones interesantes en la percepción ciudadana. La comunicación gubernamental a través de medios tradicionales y digitales obtuvo la valoración más alta (media de 3.86), lo que sugiere una adaptación efectiva del gobierno a los diversos canales de comunicación disponibles. Este hallazgo es particularmente relevante en el contexto de la transformación digital de la comunicación pública.

La participación ciudadana se presenta como el segundo aspecto mejor valorado (media de 3.84), con un 71.3% de los encuestados mostrándose de acuerdo o totalmente de acuerdo con que su participación es fundamental para la toma de decisiones gubernamentales. Este dato es especialmente significativo pues indica una percepción positiva sobre la inclusión ciudadana en los procesos democráticos, aunque también plantea la necesidad de fortalecer aún más estos mecanismos participativos.

En cuanto a la accesibilidad de la información gubernamental, el estudio muestra resultados favorables (media de 3.77), con un 69.3% de los participantes considerando que la información importante es fácil de encontrar a través de diferentes plataformas. Este hallazgo sugiere un avance significativo en la democratización del acceso a la información pública, aunque todavía existe un margen considerable para la mejora.

Sin embargo, los aspectos que requieren mayor atención son la respuesta efectiva a comentarios y críticas ciudadanas (media de 3.47) y la capacidad de respuesta a las preocupaciones y necesidades ciudadanas (media de 3.53). Estos resultados

indican una brecha en la comunicación bidireccional entre gobierno y ciudadanía, sugiriendo la necesidad de fortalecer los mecanismos de retroalimentación y respuesta gubernamental.

La transparencia en el manejo y organización de la información sobre actividades gubernamentales recibió una valoración moderadamente positiva (media de 3.58), con un 62.1% de aprobación. Este resultado, aunque favorable, señala la necesidad de continuar fortaleciendo las prácticas de transparencia gubernamental para aumentar la confianza ciudadana.

La adaptación de la comunicación para diferentes grupos poblacionales también muestra un área de oportunidad (media de 3.58), sugiriendo la necesidad de desarrollar estrategias más inclusivas que consideren la diversidad de la población. Esto es particularmente relevante en una sociedad cada vez más diversa y con diferentes necesidades de comunicación.

Es destacable que la claridad y comprensibilidad de la comunicación gubernamental recibió una valoración positiva (media de 3.70), al igual que la comunicación en situaciones de crisis (media de 3.68). Estos resultados sugieren una capacidad adecuada del gobierno para transmitir mensajes de manera efectiva, aunque todavía existe margen para mejorar.

En relación con esta dimensión, los resultados reflejan un panorama generalmente positivo de la comunicación gubernamental, con fortalezas notables en el uso de diversos canales de comunicación y la promoción de la participación ciudadana. Sin embargo, también señalan áreas críticas que requieren atención, particularmente en la capacidad de respuesta a las necesidades ciudadanas y en la efectividad de los mecanismos de retroalimentación. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para el desarrollo de estrategias que fortalezcan la comunicación gubernamental y profundicen la democratización de la comunicación pública.

Es notable que existe una tendencia generalmente positiva en la percepción ciudadana sobre la comunicación gubernamental basada en evidencias. Los datos, que responden a la segunda pregunta de investigación del apartado cuantitativo (¿En qué medida el uso de datos y evidencia en las estrategias de comunicación gubernamental

influye en la percepción ciudadana sobre la credibilidad y confiabilidad de la información, y cómo esto afecta su nivel de compromiso con las políticas públicas?) de este trabajo muestran que aproximadamente el 60% de los encuestados tiende a estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la comunicación gubernamental se fundamenta en pruebas y datos verificables. Este es un indicador importante de la credibilidad percibida en la comunicación oficial.

Un aspecto particularmente destacable es la percepción sobre la utilidad de la información basada en datos para la toma de decisiones políticas. El ítem que evalúa si "la información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones" obtuvo la media más alta (3.68), con una desviación estándar relativamente baja (0.936), lo que sugiere un consenso más sólido en este aspecto. Esto indica que los ciudadanos reconocen el valor instrumental de la comunicación basada en evidencias para la formulación de políticas públicas.

Sin embargo, se identifican áreas de oportunidad significativas. El aspecto más débil se encuentra en la comunicación de descubrimientos científicos y datos para la toma de decisiones públicas, que obtuvo la media más baja (3.30). Este hallazgo sugiere que existe una brecha en la capacidad del gobierno para traducir y comunicar efectivamente la información científica a la ciudadanía, lo cual es crucial en una era donde las decisiones públicas requieren cada vez más respaldo científico.

La transparencia y la manipulación de la información también emergen como temas relevantes. Aproximadamente el 58% de los encuestados considera que la información gubernamental está libre de manipulación, mientras que un significativo 18.2% está en desacuerdo con esta afirmación. Estos números sugieren que, si bien existe una base de confianza, persiste un escepticismo considerable sobre la objetividad de la comunicación gubernamental.

Un hallazgo positivo es la percepción sobre la comprensibilidad de la comunicación gubernamental. El 65.4% de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la comunicación es fácil de entender, incluso en temas complejos. Esto sugiere que los esfuerzos por hacer accesible la información técnica están teniendo un impacto positivo.

La respuesta gubernamental a las solicitudes de información muestra resultados mixtos. Si bien el 54.1% tiene una opinión favorable sobre la rapidez de respuesta, un significativo 29.4% mantiene una posición neutral, lo que podría indicar experiencias inconsistentes o falta de interacción directa con los sistemas de acceso a la información.

En términos de la confiabilidad de la información estadística, los datos muestran una tendencia positiva, con un 60.7% de opiniones favorables. Sin embargo, la desviación estándar de 1.034 sugiere una variabilidad considerable en las percepciones, lo que podría indicar experiencias dispares con diferentes tipos de información estadística o distintas agencias gubernamentales.

El análisis revela un panorama generalmente positivo, pero con claras áreas de mejora. La comunicación gubernamental basada en evidencias parece estar estableciendo una base de credibilidad, particularmente en términos de su utilidad para la toma de decisiones y su comprensibilidad. No obstante, los desafíos persisten en áreas como la comunicación científica y la percepción de manipulación de datos. Estos hallazgos sugieren la necesidad de fortalecer los mecanismos de transparencia y desarrollar estrategias más efectivas para la comunicación de información científica y técnica.

La tercera pregunta de investigación de la metodología cuantitativa cuestiona sobre ¿Cómo perciben los ciudadanos el uso de tecnologías digitales y redes sociales por parte del gobierno para mejorar la interacción y la difusión de información relevante y oportuna?

En relación con esta pregunta, los resultados de la investigación revelan una clara tendencia positiva hacia la adopción y efectividad de las plataformas digitales en la comunicación gubernamental. El aspecto más destacado es la percepción de necesidad de la comunicación digital, donde un 83.8% de los encuestados (combinando las respuestas "De acuerdo" y "Totalmente de acuerdo") considera que la comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos. Este alto porcentaje sugiere un cambio fundamental en las expectativas ciudadanas sobre cómo debe comunicarse el gobierno en la era moderna.

En cuanto a la adaptación gubernamental a las nuevas tecnologías, los resultados son igualmente prometedores. Un 80.9% de los participantes reconoce que el gobierno se ha adaptado efectivamente a las nuevas herramientas y plataformas digitales para la comunicación ciudadana. Este dato es particularmente significativo ya que indica una transformación exitosa en los métodos de comunicación gubernamental, alejándose de los modelos tradicionales hacia enfoques más modernos y accesibles.

La accesibilidad y facilidad de uso de las plataformas digitales gubernamentales también muestra resultados positivos, con un 73.9% de los encuestados indicando que la información en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder. Sin embargo, es importante notar que existe un margen significativo para mejoras, ya que aproximadamente un cuarto de los encuestados no está completamente satisfecho con la accesibilidad.

Un hallazgo particularmente relevante se relaciona con la capacidad de respuesta del gobierno en situaciones de emergencia o crisis. Aunque el 66.3% considera que la información gubernamental en estos casos es suficiente y oportuna, existe un porcentaje considerable (14.1%) que está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Esto sugiere un área de oportunidad crítica para mejorar la comunicación gubernamental en situaciones de crisis.

La promoción de la participación ciudadana a través de plataformas digitales muestra resultados alentadores, con un 73.9% de aprobación. Este dato es especialmente importante ya que indica que las herramientas digitales no solo están siendo utilizadas para difundir información, sino también para fomentar un diálogo bidireccional entre el gobierno y los ciudadanos.

En cuanto a la comparación entre canales tradicionales y digitales, el 71.4% considera que la interacción y respuesta del gobierno es mejor en plataformas digitales. Sin embargo, es notable que un 21.1% mantiene una posición neutral, lo que podría indicar que aún hay espacio para mejorar la efectividad de la comunicación digital.

La suficiencia de la información proporcionada en redes sociales también muestra resultados positivos, con un 70.4% indicando que les permite conocer adecuadamente políticas y decisiones. No obstante, un 13.1% está en desacuerdo, lo

que sugiere la necesidad de mejorar la profundidad y calidad del contenido compartido en estas plataformas.

Los datos estadísticos revelan una desviación estándar relativamente consistente en todos los ítems (entre 0.917 y 1.030), lo que indica una variabilidad moderada en las respuestas. Las medias más altas se observan en la necesidad de comunicación digital (4.10) y la adaptación a nuevas herramientas (3.98), mientras que la más baja corresponde a la información en emergencias o crisis (3.70).

En conclusión, los resultados indican una transformación exitosa hacia la comunicación digital gubernamental, con altos niveles de aceptación y satisfacción ciudadana. Sin embargo, también señalan áreas específicas que requieren atención, particularmente en la comunicación durante crisis y la profundidad de la información compartida en redes sociales. Estos hallazgos sugieren la necesidad de continuar fortaleciendo las estrategias de comunicación digital mientras se mantiene un enfoque en la mejora continua de la calidad y efectividad de la información compartida.

En relación a la respuesta de la cuarta pregunta de investigación considerada como parte de la técnica cuantitativa en la que se cuestiona sobre el impacto de las estrategias de comunicación gubernamental en la percepción de los ciudadanos, la confianza en las instituciones y los niveles de participación ciudadana se encontró que estas desempeñan un papel importante en la construcción de la percepción de los ciudadanos, el fortalecimiento de la confianza en las instituciones y el incremento de los niveles de participación ciudadana. Estas estrategias no solo representan un puente entre el gobierno y la ciudadanía, sino que también son herramientas fundamentales para promover la transparencia, la inclusión y el compromiso cívico.

Una de las principales funciones de la comunicación gubernamental es facilitar la comprensión de los planes, políticas y programas gubernamentales. Los resultados de la encuesta aplicada indican que el 74.2% de los encuestados considera que estas estrategias son efectivas para proporcionar claridad sobre las acciones del gobierno. Este resultado evidencia que, en términos generales, la ciudadanía percibe positivamente la capacidad del gobierno para comunicar temas complejos de manera

accesible y comprensible. Sin embargo, el 7.7% de los encuestados opina que las estrategias de comunicación no cumplen con este objetivo.

La confianza en las instituciones es un indicador clave de la estabilidad y legitimidad democrática. Según los datos recolectados a través de la encuesta, el 59.4% de los encuestados cree que la comunicación gubernamental tiene un efecto positivo en la construcción de esta confianza. Esto sugiere que cuando el gobierno comunica de manera efectiva, transparente y consistente, logra fortalecer la percepción pública de que las instituciones actúan en el mejor interés de la sociedad.

No obstante, un 18.6% de los encuestados manifiesta una percepción negativa sobre el impacto de estas estrategias en la confianza institucional. Este grupo podría estar influido por factores como mensajes contradictorios, falta de acciones concretas que respalden los discursos oficiales o una percepción general de desconfianza hacia los actores políticos. Por ello, resulta esencial que las instituciones combinen la comunicación efectiva con acciones tangibles que respalden sus mensajes, reforzando así la credibilidad del gobierno ante la ciudadanía.

La participación ciudadana es uno de los pilares fundamentales de la democracia, y la comunicación gubernamental desempeña un papel crucial en motivar a los ciudadanos a involucrarse en los procesos democráticos. Según el texto, el 69.5% de los encuestados considera que estas estrategias fomentan la participación activa. Esto puede incluir acciones como el voto, la asistencia a consultas públicas, el involucramiento en programas comunitarios o la expresión de opiniones sobre políticas públicas.

Sin embargo, el 11% de los encuestados tiene una percepción negativa al respecto, lo que podría reflejar barreras estructurales o una falta de enfoque en las audiencias más alejadas de la esfera pública. En este sentido, diversificar los canales de comunicación y utilizar plataformas digitales, medios tradicionales y espacios comunitarios es fundamental para garantizar que todos los sectores de la población tengan acceso a la información y se sientan parte del proceso democrático.

Otro aspecto relevante es la influencia de la comunicación gubernamental en la cohesión social y en las percepciones de seguridad y bienestar. El 69.5% de los

encuestados considera que estas estrategias contribuyen a unir a la comunidad y a generar una percepción positiva de seguridad y bienestar. Esto sugiere que una comunicación gubernamental bien diseñada puede actuar como un factor unificador, especialmente en momentos de crisis o incertidumbre, proporcionando mensajes de esperanza, estabilidad y dirección.

Un aspecto destacado en el texto es que el 70.4% de los encuestados considera que la comunicación gubernamental fomenta la igualdad, la inclusión y la accesibilidad de la información. Esto es esencial en sociedades diversas donde el acceso a la información puede estar limitado por factores socioeconómicos, culturales o geográficos. Las estrategias de comunicación inclusivas y equitativas permiten que todos los ciudadanos, independientemente de sus condiciones, puedan ejercer sus derechos y responsabilidades democráticas.

Las estrategias de comunicación gubernamental tienen un impacto significativo y, en su mayoría, positivo en la percepción pública, la confianza en las instituciones y los niveles de participación ciudadana. Estas estrategias contribuyen a fortalecer el vínculo entre el gobierno y la ciudadanía, promoviendo una democracia más transparente, inclusiva y participativa. Sin embargo, los desafíos identificados, como las percepciones negativas de una parte de la población, destacan la necesidad de mejorar la calidad, la accesibilidad y la autenticidad de los mensajes gubernamentales. Una comunicación más personalizada, adaptada a las realidades de cada sector de la población, no solo reforzará la confianza en las instituciones, sino que también fomentará una ciudadanía más informada, activa y comprometida con el desarrollo de su comunidad y su país.

La siguiente pregunta de investigación cuantitativa considerada en este proyecto cuestiona lo siguiente: ¿Cómo perciben los ciudadanos las estrategias y mecanismos implementados por los gobiernos para enfrentar la desinformación, y qué tan efectivas consideran estas acciones en la promoción de la veracidad y la confianza? Con relación a este cuestionamiento los datos de la encuesta indican que los gobiernos se encuentran enfrentando una necesidad de combatir la desinformación en la comunicación pública, puesto que esta tiene un impacto generalmente negativo en la

confianza de los ciudadanos. Para responder a esto, han implementado estrategias y mecanismos para mitigar los efectos de la desinformación, promover la transparencia, la veracidad y la confianza de los ciudadanos.

Una de las estrategias más comunes para enfrentar la desinformación es la difusión de información oficial clara y oportuna; es decir, una mejor comunicación gubernamental. Para lograrlo, las administraciones utilizan comunicados, conferencias de presencia e información en plataformas digitales para proporcionar datos de primera mano que permitan a los ciudadanos acceder a información a través de fuentes confiables; lo cual, a su vez, reduce la propagación de noticias falsas y fortalece la confianza en las instituciones. Los datos arrojados por la encuesta indican que el 61.9% de los encuestados considera que la información gubernamental resulta suficiente para corregir datos falsos o engañosos. Además, la colaboración con actores clave, como los medios de comunicación, plataformas tecnológicas y organizaciones de la sociedad civil, es fundamental. Este enfoque permite identificar y combatir la desinformación de manera más efectiva y amplia. De hecho, un 70.6% de los encuestados respalda esta colaboración, destacando la legitimidad y el alcance que aportan estos actores al esfuerzo gubernamental.

Los avances tecnológicos también juegan un papel crucial en la lucha contra la desinformación. La implementación de herramientas como la inteligencia artificial permite monitorear y contrarrestar la propagación de información falsa en redes sociales y plataformas digitales. Estas acciones suelen complementarse con la capacitación de personal especializado para identificar patrones de desinformación de manera eficiente.

Los datos analizados reflejan percepciones variadas sobre la efectividad de estas estrategias. Por ejemplo, el 69.5% de los encuestados considera que el gobierno puede identificar y abordar rápidamente la desinformación en medios digitales. Este dato resalta la importancia de una respuesta ágil en un entorno informativo cada vez más acelerado. Asimismo, un 67.8% de los ciudadanos perciben los mensajes del gobierno como confiables, indicando un nivel significativo de confianza en la información oficial. Sin embargo, un 10.5% de los encuestados expresa desconfianza,

lo que pone de manifiesto la necesidad de reforzar la credibilidad a través de una mayor transparencia y consistencia en las comunicaciones.

Aunque un 62.9% de los encuestados cree que las estrategias gubernamentales son inclusivas, un 33.4% muestra posiciones neutrales o críticas, sugiriendo que algunos grupos sociales podrían sentirse excluidos de las políticas implementadas. La percepción de que el gobierno trata la desinformación de manera transparente alcanza un 62.5%, aunque la variedad de opiniones refleja que algunos ciudadanos dudan de la transparencia gubernamental.

A pesar de estos avances, persisten desafíos importantes. La diferencia en las percepciones muestra que un segmento significativo de la población carece de una opinión formada, posiblemente debido a la falta de información clara o visible sobre las acciones emprendidas. Además, la persistencia de un grupo crítico subraya que las acciones gubernamentales no logran convencer a toda la ciudadanía. Finalmente, en un panorama mediático cambiante, los gobiernos deben actualizar constantemente sus estrategias para enfrentar la desinformación.

En términos generales, los gobiernos han avanzado significativamente en el desarrollo de estrategias para combatir la desinformación. Iniciativas como la colaboración con actores clave, la difusión de información clara y oportuna, y las campañas de alfabetización mediática han demostrado ser efectivas para generar confianza y promover la veracidad. Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la inclusión, la rapidez de adaptación y la necesidad de abordar la desconfianza de ciertos segmentos de la población. La clave para mejorar la efectividad de las estrategias gubernamentales radica en un enfoque integral que combine tecnología, colaboración intersectorial y un compromiso genuino con la transparencia y la inclusión social.

Respecto a la última de las preguntas de investigación del apartado cuantitativo de este trabajo se busca responder cómo utilizan los gobiernos las estrategias de comunicación para informar y educar a los ciudadanos sobre políticas públicas y servicios gubernamentales, y de qué manera estos esfuerzos contribuyen a la recopilación de retroalimentación y la mejora de la calidad de los servicios. En relación

con este tema se encontró que los gobiernos enfrentan el desafío constante de informar y educar a sus ciudadanos sobre las políticas públicas y los servicios gubernamentales, garantizando al mismo tiempo que estos esfuerzos fomenten la participación ciudadana y la mejora continua de las políticas. Las estrategias de comunicación juegan un papel crucial en este contexto, no solo como vehículo para transmitir información, sino también como herramienta para construir confianza, promover la inclusión y recopilar retroalimentación valiosa que permita optimizar la calidad de los servicios públicos.

La efectividad de la comunicación gubernamental para mantener informados a los ciudadanos es un aspecto destacado en numerosos estudios. Por ejemplo, una mayoría significativa de los encuestados percibe que la comunicación del gobierno es adecuada para informar sobre políticas públicas y servicios sociales, como se refleja en el 52.2% que está de acuerdo con esta afirmación, y el 20.6% que está totalmente de acuerdo. Estos datos subrayan que, al menos en su forma actual, las estrategias de comunicación gubernamental son vistas como herramientas efectivas para mantener a los ciudadanos informados. Sin embargo, el 19.3% que se posiciona como neutral y las respuestas negativas, aunque bajas (5.5% en desacuerdo y 2.4% totalmente en desacuerdo), sugieren que hay sectores de la población que pueden no recibir o no interpretar la información de manera efectiva.

La capacidad del gobierno para explicar los beneficios y alcances de las políticas y servicios públicos también es un elemento clave en la estrategia de comunicación. Aquí, la percepción general es igualmente positiva, con un 52.9% de los encuestados que está de acuerdo y un 16.4% totalmente de acuerdo en que la comunicación gubernamental logra transmitir esta información de manera efectiva. No obstante, un 21.3% de neutralidad y un porcentaje menor de respuestas negativas (7.2% en desacuerdo y 2.2% totalmente en desacuerdo) evidencian que, aunque la mayoría considera adecuada esta labor, existe un espacio para mejorar en términos de claridad, alcance y eficacia en la transmisión de información clave.

Un aspecto fundamental de las estrategias de comunicación es su capacidad para fomentar la participación ciudadana en el diseño y mejora de políticas públicas. Los datos muestran que un 40.8% de los encuestados percibe que la comunicación del

gobierno incluye a los ciudadanos en estos procesos, mientras que un 21.9% está totalmente de acuerdo. Estos resultados sugieren que más del 60% de la población considera que las estrategias actuales fomentan la inclusión y el involucramiento ciudadano. Sin embargo, la neutralidad de un 24.3% y las opiniones negativas (9.6% en desacuerdo y 3.3% totalmente en desacuerdo) indican que todavía hay un segmento considerable que no percibe esta inclusión como suficiente.

La adaptabilidad de las estrategias de comunicación también es un factor crucial para su éxito. Los resultados reflejan que un 46.5% de los encuestados considera que el gobierno ajusta sus estrategias para satisfacer las necesidades de la sociedad, con un 17.8% totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 23.9% de neutralidad y un total de 11.8% de desacuerdo sugieren que hay percepciones mixtas respecto a la capacidad del gobierno para adaptar su comunicación a las demandas sociales cambiantes. Esto subraya la importancia de evaluar continuamente estas estrategias para garantizar su relevancia y efectividad.

Otro aspecto clave es la confianza en la información proporcionada por el gobierno. La confiabilidad de la información gubernamental sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos tiene una valoración positiva general, con una media de 3.67 y una desviación estándar de 0.973. Sin embargo, la presencia de opiniones negativas (9% en desacuerdo y 3.3% totalmente en desacuerdo) indica que una proporción, aunque menor, de la población desconfía de la información oficial, lo que podría ser un obstáculo para el éxito de las políticas públicas y la cooperación ciudadana.

La comunicación gubernamental, según los resultados encontrados, también debe enfocarse en recopilar retroalimentación ciudadana para mejorar la calidad de los servicios públicos. Las estrategias que incluyen a los ciudadanos no solo como receptores, sino también como actores activos en el proceso de diseño y evaluación de políticas, son esenciales para construir confianza y asegurar que las políticas sean relevantes y efectivas. Los hallazgos muestran que más del 66% de los ciudadanos perciben que la comunicación gubernamental mejora su conocimiento y participación,

lo que es un indicativo de que estas estrategias tienen el potencial de fortalecer la gobernanza participativa.

La comunicación gubernamental democratizada se erige como un elemento esencial para fortalecer el compromiso democrático ciudadano en las sociedades contemporáneas. Este enfoque, basado en los pilares de disponibilidad, accesibilidad y calidad, trasciende la mera transmisión de información al promover un diálogo genuino y participativo entre el gobierno y la ciudadanía. A través de esta comunicación, no solo se garantiza el acceso equitativo y veraz a la información, sino que también se fomenta la transparencia, la rendición de cuentas y la inclusión de múltiples voces en la toma de decisiones públicas.

El desarrollo de este trabajo permitió clarificar las diferencias entre la comunicación inclusiva y la comunicación democratizada, identificando a esta última como una herramienta más integral y transformadora. Mientras la comunicación inclusiva busca garantizar el acceso técnico y equitativo a la información, la comunicación gubernamental democratizada añade un componente crítico: el empoderamiento ciudadano mediante la interacción bidireccional y la construcción de consenso. Este modelo no solo considera a los ciudadanos como receptores pasivos de información, sino como actores clave en la definición y evaluación de las políticas públicas.

En el contexto del compromiso democrático ciudadano, la comunicación gubernamental democratizada adquiere una relevancia singular. Al diseñar procesos informativos y participativos que responden a las necesidades, intereses y contextos sociales diversos, se logra incrementar la percepción de eficacia política y la confianza en las instituciones. Esto, a su vez, incentiva formas más activas de participación ciudadana, como el voto, la consulta pública y la incidencia directa en las agendas políticas.

No obstante, este enfoque enfrenta desafíos significativos, como la superación de barreras estructurales, la necesidad de recursos adecuados y el manejo de tensiones derivadas de la comunicación política en contextos polarizados. A pesar de ello, el

avance hacia modelos de comunicación más democratizados representa una oportunidad invaluable para consolidar sociedades más inclusivas, informadas y participativas.

En conclusión, la comunicación gubernamental democratizada no solo es un vehículo para la gestión gubernamental, sino también un catalizador del desarrollo democrático. Su implementación adecuada permite construir una relación de confianza y legitimidad entre gobierno y ciudadanía, consolidando un modelo de gobernanza donde las decisiones públicas reflejen, cada vez más, las aspiraciones y necesidades colectivas. Así, se configura como una herramienta indispensable para enfrentar los desafíos democráticos del presente y construir una participación ciudadana robusta y sostenida en el futuro.

### **6.1. Limitaciones del estudio y posibles líneas de trabajo futuras**

En primer lugar, aunque el enfoque cualitativo basado en entrevistas a expertos permitió construir un marco teórico robusto, la muestra de informantes es limitada, lo que podría haber sesgado los hallazgos hacia una perspectiva tecnocrática o institucional. En cuanto al componente cuantitativo, aunque la muestra superó las expectativas iniciales y muestra una adecuada distribución geográfica, existe una fuerte concentración de respuestas en el Área Metropolitana de Monterrey, lo cual limita la generalización de los resultados a otras regiones con condiciones sociopolíticas y tecnológicas distintas. Además, el uso de encuestas digitales pudo haber excluido a sectores de la población sin acceso constante a internet o con bajo nivel de alfabetización digital, precisamente aquellos cuya inclusión sería fundamental en una comunicación verdaderamente democratizada.

También es importante señalar que la evaluación de dimensiones como la calidad, accesibilidad o la percepción de eficacia de la comunicación gubernamental se basa en la autoevaluación del ciudadano, lo cual, aunque valioso, puede estar influido por factores emocionales, políticos o coyunturales, más allá de la eficacia real de las estrategias implementadas. Esta limitación invita a considerar métodos

complementarios que permitan observar el comportamiento comunicativo real del gobierno y su correspondencia con la percepción ciudadana.

Derivado de estas limitaciones, emergen múltiples líneas futuras de investigación que podrían enriquecer el campo de estudio. En primer lugar, se propone incorporar metodologías etnográficas o estudios de caso longitudinales que permitan observar el comportamiento comunicativo de distintas instituciones gubernamentales en contextos concretos. Esto permitiría identificar patrones, buenas prácticas o fallas estructurales que escapen al análisis perceptual o declarativo.

En segundo término, es necesario desarrollar estudios comparativos entre regiones del país, o incluso entre distintos niveles de gobierno (municipal, estatal y federal), con el objetivo de explorar cómo varían los niveles de disponibilidad, accesibilidad y calidad en función del contexto político, económico o tecnológico. Una línea particularmente prometedora consiste en estudiar los impactos diferenciales de la comunicación gubernamental en poblaciones vulnerables —mujeres, personas con discapacidad, comunidades indígenas— para evaluar si los esfuerzos democratizadores logran ser realmente incluyentes.

Asimismo, se sugiere avanzar hacia modelos de análisis mixto que integren métricas de comportamiento digital (como interacción en redes sociales, tráfico en portales de transparencia, o solicitudes de información) con encuestas y entrevistas. De esta manera, se puede generar evidencia empírica más robusta sobre el vínculo entre comunicación gubernamental y participación ciudadana efectiva.

Por otro lado, resulta necesario explorar más a fondo la distinción entre comunicación gubernamental y propaganda, una línea que emergió en el análisis cualitativo y que amerita un desarrollo teórico y metodológico autónomo. ¿Qué elementos discursivos, visuales o estructurales permiten diferenciar una estrategia de comunicación con fines democratizadores de una campaña orientada a la manipulación política? Este es un terreno fértil para el análisis crítico del discurso y los estudios de *framing*.

Por último, frente al avance de la inteligencia artificial y los sistemas automatizados de atención ciudadana, se abre una línea de investigación emergente: la ética y la eficacia de las tecnologías en la comunicación gubernamental. ¿Pueden los algoritmos ser aliados de la democratización o corren el riesgo de reforzar asimetrías preexistentes?

## REFERENCIAS

- Ackerman, J. (2006). La duda de 2006. *Jurídica: Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Iberoamericana*, 37, 53–62.
- Ailes, R. (2012). *You are the message: Getting what you want by being who you are*. Currency.
- Alawode, S. O., & Adesanya, O. O. (2016). Content analysis of 2015 election political advertisements in selected national dailies of Nigeria. *European Scientific Journal*, 12(5), 234. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n5p234>
- Algarra, M. M. (2009). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Análisis*, 38, 151–172.
- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología*.  
<https://mayestra.files.wordpress.com/2013/03/bibliografc3ada-de-referencia-investigac3b3n-cualitativa-juan-luis-alvarez-gayou-jurgenson.pdf>
- Amadeo, B. (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: Líneas de investigación y futuros desafíos. *Austral Comunicación*, 5(2), 155–181.
- Andrade, R. F. (2001). Comunicación y democracia. *Punto Cero*, 27–35.
- Arango, X., Estrada-Esparza, O., & Hernández-Cepeda, J. (2018). Análisis de los portales web en la gestión gubernamental de los municipios del estado de Nuevo León, México. *Estudios de Administración*, 23(2), 3–xx.
- Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda: Los orígenes y la evolución de la teoría de la agenda setting. *Ecos de la Comunicación*, 2(2), xx–xx.
- Ávila, E., Galindo, J., & Suárez, C. (2022). Medición del desempeño del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo: Revisión sistemática de literatura. *Revista CEA*, 1(1), 23–35. <https://doi.org/10.22430/24223182.2052>

- Barberá, P. (2015). Birds of the same feather tweet together: Bayesian ideal point estimation using Twitter data. *Political Analysis*, 23(1), 76–91.
- Barret, M. (2020). El compromiso cívico y político de la juventud y la ciudadanía mundial. *Crónica ONU*. <https://www.un.org/es/chronicle/article/el-compromiso-civico-y-politico-de-la-juventud-y-la-ciudadania-mundial>
- Bernays, E. (1942). The marketing of national policies: A study of war propaganda. *Journal of Marketing*, 6(3), 236–244.
- Bruno, D. P. , Guerrini, L., & Martins, M. S. (2022). La comunicación gubernamental como objeto: Un recorrido por la actualidad de las reflexiones académicas en el cono sur. *Question/Cuestión*, 3(71), e677. <https://doi.org/10.24215/16696581e677>
- Caballero, S. F. (2011). Teoría crítica y comunicología: El legado de la escuela de Frankfurt. *Constelaciones: Revista de Teoría Crítica*, 3, 349–356.
- Cabrero, M. E. (1995). *Del administrador al gerente público*. INAP.
- Califano, B. (2021). Economía política de la comunicación: De sus orígenes a la consolidación del campo en América Latina. *Perspectivas de la Comunicación*, 14(2), 57–94.
- Cancelo-San Martín, M. (2007). La comunicación gubernamental. *Chasqui*, 98, 72–75.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2010). Para estudiar la comunicación de los gobiernos: Un análisis del estado de la cuestión. *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 7–48.
- Castro, C., & Filippi, L. (2010). Modelos matemáticos de información y comunicación, cibernética (Wiener, Shannon y Weaver): Mejorar la comunicación es el desafío de nuestro destino cultural. *RE - Presentaciones: Periodismo, Comunicación y Sociedad*, Universidad de Santiago, (6), 145–161.
- CONEVAL. (2021). *CONEVAL presenta las estimaciones de pobreza multidimensional*. [https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Documents/2021/COMUNICADO\\_009\\_MEDICION\\_POBREZA\\_2020.pdf](https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Documents/2021/COMUNICADO_009_MEDICION_POBREZA_2020.pdf)

- Conlledo, P. P. (2020). Análisis de los componentes del bien intangible compromiso ciudadano en el sector público. *Doxa Comunicación*, 30, 79–106.
- Contreras, P. , & Montecinos, E. (2019). Democracia y participación ciudadana: Tipología y mecanismos para la implementación. *Revista Ciencias Sociales (Ve)*, 25(2), 178–191.
- Cortina, A. (2011). *Neuroética y neuropolítica: Sugerencias para la educación moral*. Tecnos.
- Crespo Martínez, I., & Moreno Martínez, C. (2015). Los efectos de la comunicación política en el comportamiento electoral. *Revista de Derecho Electoral*, (20), 76–110.
- Dewey, J. (1995). *Democracia y educación*. Morata.
- Díaz, B. J. (1982). Democratización de la comunicación: Teoría y práctica. *Chasqui*, 1, 13–21.
- Díaz, C. B. (2017). *La democratización de la comunicación*. Universidad Nacional de La Plata.
- Domínguez, A. F. (2022). “Las mañaneras”, una herramienta para la democratización del ecosistema mediático y el empoderamiento social. *Argumentos: Estudios Críticos de la Sociedad*, (99), 53–69. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/202299-02>
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper & Row.
- Espinoza Valle, V. A. (2008). Compromiso cívico y participación ciudadana en México: Una perspectiva nacional y regional. *América Latina Hoy*, 48, 141–164.
- Estrada Saavedra, M. (2014). Sistema de protesta: Política, medios y el #YoSoy132. *Sociológica (México)*, 29(82), 83–123. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732014000200003](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732014000200003)

- Estrada, L. (2022). *El imperio de los otros datos: Tres años de falsedades y engaños desde Palacio*. Grijalbo.
- Fagen, R. (1966). *Politics and communication: An analytic study*. Little, Brown.
- Fanger, E. M. (2022). Andrés Manuel López Obrador: Estrategias comunicativas y culto a la personalidad. *Argumentos: Estudios Críticos de la Sociedad*, (99), 101–136. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-desh/argumentos/202299-04>
- Fisher, B., & Horsley, J. (2007). The government communication decision wheel: Toward a public relations model for the public sector. *Journal of Public Relations Research*, 19(4), 377–393.
- Foucault, M. (1991). La gubernamentalidad. *Espacios de poder*, (6), 9-26.
- García-Marzá, D. (2017). De los códigos a las auditorías éticas: Una infraestructura ética para la comunicación de la responsabilidad social. *Profesional de la Información*, 26(2), 268–276. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/56583>
- Gobierno del Estado de Nuevo León. (s. f.). *Gobierno Abierto*. Secretaría de Participación Ciudadana. <https://participacionciudadana.nl.gob.mx/gobierno-abierto/>
- Gómez Díaz de León, C. (2018). De la democracia participativa al gobierno abierto: Hacia una delimitación conceptual. *Política, Globalidad y Ciudadanía*, 4(7), 14-30.
- Gómez, G. J., & Canelón Silva, A. R. (2021). *El modelo sistémico para la gestión de la comunicación de gobierno* (Vol. 1, J. C. Giraldo, Ed.). Universidad de La Sabana.
- González Salcedo, A. (2011). Los desafíos de la participación ciudadana local: Un estudio comparado entre las ciudades de Madrid y Helsinki. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, (49), 203–240.

- González, K. S. (2014). *Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación de las ciencias sociales*. Tirant Humanidades México.
- Gregory, A. (2006). A development framework for government communicators. *Journal of Communication Management*, 10(2), 197–210.
- Habermas, J. (2010). *Teoría de la acción comunicativa*. Trotta.
- Henderson, A., Brown, S., & Pancer, M. (2012). Political and social dimensions of civic engagement: The impact of compulsory community service. *Politics & Policy*, 40 (1), 93–130.
- Hernández-Flores, H., & Navarro-Sequeira, M. (2020). Comunicación responsable en situaciones de comunicación pública: El caso de López Obrador y su gabinete en México. *InMediaciones de la Comunicación*, 15(2), 71–93.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Lucio, P. (2006). Análisis de los datos cuantitativos. En *Metodología de la investigación* (pp. 407–499).
- Hill, K. Q., & Matsubayashi, T. (2005). Civic engagement and mass–elite policy agenda agreement in American communities. *American Political Science Review*, 99(2), 215–224.
- Howard, M. M., & Roessler, P. G. (2006). Citizenship and social capital: Ties that bind, build and bond. *Political Psychology*, 27(6), 687–718.
- INEGI. (2023). *Estadísticas a propósito del Día Internacional contra la Corrupción*. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP\\_vsCorrup23.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_vsCorrup23.pdf)
- Kaplún, G. (2005). Cuatro ideas obvias para democratizar la comunicación. *Decisio*, 10, enero–abril, 51–56.
- Lazcano-Peña, T., Martínez, C., & Córdova, O. (2019). Comunicación de la ciencia desde la mirada de los investigadores universitarios: Entre el indicador y la vocación. *Formación Universitaria*, 12(6), 1–12. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062019000600027>

- Lasswell, H. D. (1927). *Técnicas de propaganda en la guerra mundial*. Nueva York, NY: Knopf.
- Lazarsfeld, P. , Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Sloane and Pearce.
- Levine, D. H. (2009). La calidad de la democracia en América Latina: Una visión comparada. *América Latina Hoy*, 45, 17–46.
- Luengo, O. G. (2009). *¿Comunicando desafección?: La influencia de los medios en la cultura política*. Tecnológico de Monterrey.
- Marc-Morjé, H., & Roessler, P. (2006). Liberalizing electoral outcomes in competitive authoritarian regimes. *American Journal of Political Science*, 50(2), 365–381.
- Marín, I., Ruíz, F., & Robayo, C. (2016). *Un concepto básico como la comunicación*. [https://www.researchgate.net/publication/298786957\\_Un\\_concepto\\_basico\\_como\\_la\\_Comunicacion](https://www.researchgate.net/publication/298786957_Un_concepto_basico_como_la_Comunicacion)
- Martínez, R. I., & Sanmartín, M. C. (2018). Los medios de comunicación y su responsabilidad social organizacional en Iberoamérica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1043-1055.
- Medero, R. S. (2016). *Comunicación política: Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Tecnos.
- Méndez, J. L. (2015). *Análisis de políticas públicas: Teorías y casos*. El Colegio de México.
- Mendieta, I. G. (2015). Informantes y muestreo en investigación cualitativa. *Investigaciones Andina*, 17(30), 1148–1150.
- Moles, A. A., & Costa, J. (1999). *Publicidad y diseño: El nuevo reto de la comunicación*. Ediciones Infinito.
- Molina, S., & Vedia, J. (2004). Comunicación gubernamental: ¿Encanto o desencanto? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46(190), 31-45.
- Montero, J. R., & Gunther, R. (2004). *Democracy in modern Spain*. Yale University Press.

- Moreno, M. P. (2018). Mecanismos de participación ciudadana en sede parlamentaria. *Revista General de Derecho Constitucional*, (26), 1–32. [http://www.iustel.com/v2/revistas/detalle\\_revista.asp?id\\_noticia=419704](http://www.iustel.com/v2/revistas/detalle_revista.asp?id_noticia=419704)
- Moreno-Freites, Z., & Ziritt-Trejo, G. (2019). Redes sociales como canales de digi-impacto en la participación ciudadana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(3), 30–45.
- Morse, J. M., & Richards, L. (2002). *Readme first for a user's guide to qualitative methods*. Sage Publications.
- Muñiz, C. (2019). Prácticas comunicativas y desafección política en el contexto de las campañas electorales: Análisis de su relación desde el modelo o-s-r-o-r. *Index Comunicación*, 9(1), 81–107.
- Muñiz, C. (2020). El *framing* como proyecto de investigación: Una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *El Profesional de la Información*, 29(6), 1–16. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.23>
- Muñiz, C., & Lauro, M. (2011). Entre la movilización y el malestar mediático: Impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes. *Perspectivas de la Comunicación*, 4, 32–54.
- Navarrete, J. M. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*, 4(5), 165–180.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2021). *Informe OCDE sobre la comunicación política: El contexto global y el camino a seguir*. OCDE.
- Orozco, C. R. (2014). Democracia deliberativa y educación, pilares del desarrollo. *Alétheia*, 2(1), 104–112.
- Repoll, J. (2010). Política y medios de comunicación en Argentina: Kirchner, Clarín y La Ley. *Andamios: Revista de Investigación Social*, 7, 35–67.
- Riorda, M. (2006). Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso. En L. Elizalde, D. Fernández Pedemonte, & M. Riorda (Eds.), *La construcción*

- del consenso: Gestión de la comunicación gubernamental* (pp. 17–142). La Crujía Ediciones.
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Politai*, 96–111.
- Riorda, M., & Elizalde, L. H. (2013). ¿Hacia dónde va la comunicación gubernamental en América Latina? *Más Poder Local*, 12–14.
- Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: El lugar de la comunicación de gobierno. *POSTData*, 25(1), 99–135.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7558776>
- Rivas, R., García, M., & Rojas, J. L. (2021). Estrategias comunicativas en Twitter y portales institucionales durante la segunda ola de Covid-19: Análisis de los gobiernos de Alemania, España, Portugal y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 49–72. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1517>
- Rodríguez, M. (2019). *Introducción a la política gubernamental*. IAPEM.
- Ruiz, S. M. (2023). Estado del arte de la comunicación de gobierno en tiempos de medios sociales. *Opera*, 81–107.
- Sáenz, R. E. (2016). La regulación y la práctica del referéndum en Suiza: Un análisis desde las críticas a la institución del referéndum. *Revista de Estudios Políticos*, 71–104.
- Sánchez González, J. J. (2015). La participación ciudadana como instrumento del gobierno abierto. *Espacios Públicos*, 18(43), 51–73.
- Sánchez Vanderkast, E. J. (2013). Acceso a la información gubernamental: Estudios y tendencias. *Investigación Bibliotecológica*, 27(60), 181–201.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-358X2013000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2013000200009)
- Sanderson, I. (1999). Participation and democratic renewal: From ‘instrumental’ to ‘communicative rationality’? *Policy & Politics*, 27(3), 325–341.  
<https://doi.org/10.1332/030557399782453145>

- Serrano Rodríguez, A. (2015). La participación ciudadana en México. *Estudios Políticos (México)*, (34), 93–116.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16162015000100005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162015000100005)
- Sing, R., Romero, S., Gutiérrez, P. , Chiloba, E., Barrientos, F., Vargas, M., De Almeida, A., Figueroa, J., Zambrano, R., Sasaki, D., & Soto, J. (2011). *Tecnología y participación ciudadana en la construcción democrática*. Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco.
- Stolle, D., & Hooghe, M. (2003). Social capital and democracy. En G. T. Svendsen & G. L. H. Svendsen (Eds.), *Handbook of social capital: The troika of sociology, political science and economics* (pp. [rango si se conoce]). Edward Elgar Publishing.
- Sulbarán, Y. (2014). La política en la manipulación mediática y la comunicación partidista en el gobierno. *Orbis: Revista Científica Ciencias Humanas*, 10(29), 94–106.
- Sullivan, J., & Transue, J. E. (1999). The psychological underpinnings of democracy: A selective review of research on political tolerance, interpersonal trust, and social capital. *Annual Review of Psychology*, 50, 625–650.  
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.50.1.625>
- Trinidad-Zaldívar, A. (2014). *Razones y derechos para una universidad pública transparente*. UNAM.
- Tromble, R. (2018). Thanks for (actually) responding! How citizen demand shapes politicians' interactive practices on Twitter. *New Media & Society*, 20(2), 676–697.
- Túñez-López, M., Costa-Sánchez, C., & González, M. I. (2017). Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI: Procesos, necesidades y carencias en el ámbito institucional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 921–940.

- Uvalle, B. R. (2003). *La responsabilidad política e institucional de la administración pública*. Instituto de Administración Pública del Estado de México.
- Uvalle, R. (1994). La gerencia social: Una opción de gobierno abierto. *Estudios Políticos*, 111–127.
- Villafranco, R. C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Andamios*, 7–21.
- Weber, M. (1958). Politics as a vocation. En H. H. Gerth & C. Wright Mills (Eds.), *Essays in sociology* (pp. 77–128). Oxford University Press.
- Wegscheider, C., & Stark, T. (2020). What drives citizens' evaluation of democratic performance? The interaction of citizens' democratic knowledge and institutional level of democracy. *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft (ZVfPW)*, 14, 345–374.
- Wolton, D. (1998). La comunicación política: Construcción de un modelo. En J. Ferry (Ed.), *El nuevo espacio público*. Gedisa.
- Yleirim, S. (2014). La política en la manipulación mediática y la comunicación partidista en el gobierno. *Revista Orbis*, 10(29), 94–106.
- Yllan, E. (2021). El impacto de las redes sociales en las elecciones: Caso Samuel García, candidato a la gubernatura del Estado de Nuevo León 2021. *Razón y Palabra*, 25(112), 169–182.

## Anexo I. Cuestionario aplicado en la encuesta

### *Instrumento de recolección de datos* *Comunicación gubernamental y democratización de la comunicación*

Las dimensiones propuestas en este instrumento se fundamentan en el documento titulado “Informe OCDE sobre la Comunicación Pública: El Contexto Global y el Camino a Seguir” publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2021).

#### **Dimensión: Reforzamiento de la gobernanza y la comunicación pública**

1. La comunicación del gobierno me mantiene informado sobre políticas y decisiones importantes.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. La forma en que el gobierno maneja y organiza las cosas es transparente en cómo toma decisiones.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. La participación de los ciudadanos es fundamental para las decisiones que toma el gobierno.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4. Las autoridades del gobierno responden a las preocupaciones y necesidades de los ciudadanos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

5. La información importante del gobierno es fácil de encontrar para todos.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
6. La comunicación del gobierno es clara y comprensible para la mayoría de las personas.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
7. La comunicación del gobierno sobre medidas y situaciones de crisis es clara y adecuada.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
8. El gobierno responde de manera efectiva a los comentarios y críticas de los ciudadanos.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
9. La comunicación del gobierno está adaptada para diferentes grupos de personas.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo

**Dimensión: Comunicación pública basada en evidencias y datos**

1. La comunicación del gobierno se basa en pruebas y datos que se pueden verificar.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo

2. El gobierno usa datos concretos para respaldar sus mensajes y políticas.
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
3. El gobierno es claro y transparente al divulgar temas e investigaciones importantes para los ciudadanos.
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
4. La información que el gobierno proporciona está libre de parcialidad y manipulación.
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
5. La información estadística que el gobierno presenta es confiable.
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
6. La comunicación del gobierno es fácil de entender para la mayoría, incluso cuando trata temas complejos.
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
7. La información del gobierno que usa datos y pruebas ayuda a fundamentar políticas y decisiones.
  - Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
  
8. El gobierno responde de manera rápida a las solicitudes de acceso a información y datos públicos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. El gobierno comunica descubrimientos científicos y datos importantes para tomar decisiones públicas.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

### **Dimensión: Comunicación gubernamental en la era digital**

1. La comunicación del gobierno a través de plataformas digitales es necesaria para los ciudadanos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. El gobierno usa tecnologías digitales para responder rápida y oportunamente a las necesidades y preguntas de los ciudadanos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. El gobierno se ha adaptado a nuevas herramientas y plataformas digitales para comunicarse con la ciudadanía.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4. La información en redes sociales es suficiente para informar sobre políticas y decisiones importantes.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

5. La información del gobierno en sitios web, aplicaciones y redes sociales es fácil de acceder.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

6. La información del gobierno en emergencias o crisis es suficiente y llega rápido.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

7. El gobierno mantiene a los ciudadanos actualizados con información relevante en redes sociales.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8. El gobierno usa redes sociales y plataformas digitales para promover la participación ciudadana en las decisiones.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. La interacción y respuesta del gobierno en plataformas digitales es mejor que en los canales tradicionales.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

### **Dimensión: Impacto de la comunicación pública**

1. La comunicación pública ayuda a entender temas importantes.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo

- Totalmente de acuerdo
2. La comunicación del gobierno lo motiva a participar en procesos democráticos.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
3. La comunicación del gobierno le ayuda a estar informado sobre sus derechos y responsabilidades.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
4. La comunicación del gobierno fomenta acciones positivas en la sociedad.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
5. La comunicación del gobierno afecta la confianza de los ciudadanos en las instituciones.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
6. La comunicación del gobierno ayuda a unir a la comunidad y a sentirse parte de ella.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo
7. La comunicación del gobierno influye en cómo se siente la ciudadanía sobre seguridad y bienestar.
- Totalmente en desacuerdo
  - En desacuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - De acuerdo
  - Totalmente de acuerdo

8. La comunicación del gobierno promueve igualdad de oportunidades e inclusión social.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. La comunicación del gobierno fortalece el sentido de responsabilidad y participación en la vida pública.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

### **Dimensión: Respuesta a la desinformación en la comunicación pública**

1. Las acciones del gobierno son efectivas para combatir la desinformación en la sociedad.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. La información del gobierno es suficiente para corregir información falsa o engañosa.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3. El gobierno puede identificar y tratar rápidamente la desinformación en medios y plataformas digitales.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

4. Los mensajes del gobierno son confiables para combatir la desinformación.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo

- Totalmente de acuerdo

5. Las estrategias de comunicación del gobierno ayudan a la ciudadanía a identificar y evitar la desinformación.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

6. El gobierno trabaja con otros, como los medios de comunicación, para combatir la desinformación.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

7. El gobierno trata la desinformación de manera transparente y promueve información veraz.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8. El gobierno responde rápidamente a nuevos casos de desinformación con soluciones efectivas.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. La forma en que el gobierno combate la desinformación incluye a todos los grupos de la sociedad.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

### **Dimensión: La comunicación para la mejora de las políticas y servicios públicos**

La comunicación del gobierno es efectiva para que los ciudadanos conozcan las políticas y servicios públicos.

- Totalmente en desacuerdo

- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

La comunicación del gobierno explica los beneficios y el alcance de las políticas y servicios públicos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

El gobierno comunica de manera clara cómo acceder a políticas y servicios públicos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

La información del gobierno sobre la calidad y efectividad de los servicios públicos es confiable.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

El gobierno es transparente sobre cómo se implementan y evalúan las políticas y servicios públicos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

La comunicación del gobierno incluye a los ciudadanos en la mejora y diseño de las políticas públicas.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

El gobierno ajusta sus estrategias de comunicación sobre políticas públicas para satisfacer las necesidades de la sociedad.

- Totalmente en desacuerdo

- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

La comunicación del gobierno sobre políticas públicas y servicios se enfoca en las necesidades de los ciudadanos, no solo en objetivos políticos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

La comunicación del gobierno mejora el conocimiento y la participación de los ciudadanos en la mejora de políticas y servicios públicos.

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

## Anexo II. Entrevistado 1

Robles: Listo. Bueno, cinco, cuatro, tres, dos. Muchas gracias, Entrevistado 1, bienvenido. Muy agradecido por la oportunidad de participar en este proceso de investigación cualitativa. Muchas gracias. Como platicamos, esto va a ser una plática fluida, tranquila, sobre tus conocimientos y tu perspectiva, tu óptica sobre estos temas relacionados con la comunicación gubernamental principalmente y la vinculación que ésta puede tener con los ciudadanos en determinadas circunstancias. Entonces yo te voy a hacer una serie de preguntas y con toda libertad me puedes dar tus opiniones y perspectivas. Si te parece bien, vamos a comenzar.

Entrevistado 1: Perfecto.

Robles: Cuando hablamos de comunicación gubernamental, ¿qué representa esto para usted?

Entrevistado 1: Pues es el ejercicio, idealmente, en donde hay una transferencia de información sobre los asuntos públicos que, idealmente, tendrían que ir en un proceso de ida y vuelta, es decir, en donde haya una, como se señala en un esquema de comunicación y sus componentes, donde haya un emisor, que es en este caso quien detenta el poder público y también un receptor, que en este caso es Ciudadanía, sobre quien recae la toma de decisiones o le afecta la toma de decisiones sobre estos asuntos públicos. Pero tiene que haber, sí o sí, además del mensaje y el código y el contexto, que son los componentes de la comunicación, sí o sí tiene que haber un proceso de retroalimentación, es decir, en donde exista una disposición a la escucha activa por parte del gobernante respecto a lo que el ciudadano tiene que decir en retroalimentación a la información. O esto cuando la comunicación la inicia el gobierno, pero también puede ser en sentido contrario, es decir, cuando la comunicación la inicia, en este caso los gobernantes. Y por supuesto que esto tiene un impacto de mejora y tiene un impacto también en la efectividad, eficiencia del gobierno, porque entonces puede atender de

una manera más clara las necesidades y las expectativas por parte del ciudadano. En resumen, para hacer comunicación de gobierno tiene que haber esa retroalimentación y esa disposición de escucha activa por parte del gobernante.

Robles: Ok, y si pudiera mencionar características como tal que pudieran representar una buena comunicación gubernamental, ¿cuáles podría mencionar?

Entrevistado 1: Bueno, de entrada me voy a referir a los elementos precisamente de un proceso de comunicación y cuáles son en estos elementos las condiciones ideales para que la comunicación se dé de manera efectiva. En principio tiene que haber un código común, es decir, que haya un lenguaje que se entienda tanto por el emisor como el receptor. Suele pasar con mucha frecuencia que el emisor tratándose del gobernante no aterriza su comunicación a un lenguaje que pueda ser procesado y entendido decodificado por parte del receptor de los ciudadanos y es ahí donde no hay un proceso de comunicación efectiva. Esto se traduce en un lenguaje ciudadano, que haya un lenguaje ciudadano por parte del emisor, un lenguaje compartido para que se pueda dar este proceso de comunicación. Ya mencioné hace un momento que otro de los componentes fundamentales para que haya un proceso de comunicación virtuoso es la retroalimentación y la disposición a la escucha activa por parte sobre todo del gobernante que es frecuentemente quien no tiene esa disposición a la escucha activa. Ahora, la otra cosa que yo considero que es importante es que haya verdad en lo que se dice. Y esto es un enfoque teórico, ya lo menciona Habermas, cuáles son las condiciones en cuanto a la comunicación política particularmente para que pueda ser efectiva esta. Y uno de los elementos es que haya verdad. Verdad significa que lo que se dice sea real, porque con mucha frecuencia en comunicación de gobierno existen otros datos y ahí es en donde se puede caer la actividad de la comunicación. La realidad es mucho más poderosa que cualquier decodificación y por lo tanto, si no tomas cuidado en que tus mensajes están atribuidos a la realidad, se pueden caer. La otra es que tiene que haber corrección y la corrección se refiere no a un sistema ni de valores ni de moralidad, sino tiene que ver con que haya normas introspectivas en común. Cuando no hay normas introspectivas en común, nuevamente la comunicación puede

haber conflicto y ahí es donde se cae. Es decir, las normas introspectivas son aquellas reglas que en lo general predominan en un contexto social, que por lo tanto el gobernante tiene que ir conforme a esas reglas introspectivas o marco normativo social. Entonces, esas son una de las características en donde, diría yo, se puede dar la comunicación. La otra tiene que ver con la pertinencia de la comunicación en relación al contexto. Hay comunicaciones que son imprudentes, que son impertinentes según el contexto y la coyuntura específica y, por lo tanto, cuando esta comunicación se da de manera pertinente, es decir, que está de acuerdo el mensaje al momento, a la coyuntura, al tiempo que le está dando, puede ser mucho mejor recibida. Pensamos en el momento actual. El contexto del desastre sobre el huracán Otis no te permite realizar ciertas comunicaciones que en otro momento sí podrías realizar. Entonces, eso tiene que ver justamente con la pertinencia. Y la otra es que tiene que ser una comunicación oportuna y por oportunidad me refiero precisamente a cuando existen los canales y los vehículos y los medios adecuados para llevar a cabo esa comunicación. Si no existe esa oportunidad respecto a la afinidad, por ejemplo, de los medios que eliges, al público objetivo que persigues, se suele confundir que la comunicación gubernamental va dirigida a la masa, así, amorfa, al monstruo de las mil cabezas y lo cierto es que tiene que ser siempre una comunicación oportuna en tanto al público objetivo. Y lo mismo pasa con los canales y los vehículos, que es, digamos, de más a menos el medio en la parte superior, el canal en la parte intermedia y el vehículo en la parte más abajo respecto a la hipersegmentación que se requiere. La otra cosa que comenta Habermas es que sea intelegible y es a lo que ya me refería en un principio respecto al código. Un lenguaje común, preferentemente ciudadano, para que se pueda entender. Si la comunicación de gobierno no se entiende, pues ya lo decíamos, pues no va a ser efectivo. La otra cosa que también menciona Habermas es la sinceridad y esto es diferente al componente de la verdad. La verdad es que el componente de verdad significa que la comunicación sea acorde con la realidad y la sinceridad tiene que ver con que la comunicación sea acorde a lo que el gobernante cree y piensa. No puedes comunicar como gobernante algo que no crees o que no crees es porque se va a notar. Se va a notar invariablemente en tu historial, en tu lenguaje no verbal. Entonces, esos son los cuatro componentes que una comunicación debe tener en lo general, pero

también de comunicación de gobierno, cumplir sin lugar a dudas, que es que se entienda, es decir, intelegible, que corresponda el pensamiento y el historial de quien emite la comunicación, siendo el gobernante que sea sincero con lo que está diciendo, que sea verdadero en un apego a la realidad y lo que ya decía, que sea correcto, es decir, que se ajuste a las reglas intersubjetivas en el marco normativo social establecido. Hay otras características que yo pienso que son importantes de enunciar, por ejemplo, ya en términos de estrategia creativa o de contenido, una comunicación de gobierno que tenga un componente racional por un lado, que tenga un componente emocional por otro lado y que tenga un componente de competencia y de integridad, pues forman el equilátero perfecto para la persuasión, es decir, en lo que toca el componente racional, cifras, datos, análisis, estadísticas, apegadas a la realidad, por supuesto, en el componente emocional, anécdotas, predicciones personales, historias humanas, en fin, todo lo que despierta una emoción o un sentimiento, siempre adereza muy bien la comunicación y tiene mayor impacto. Y el tercer componente al que me refiero, que es la competencia o integridad, se refiere a que la persona que emite la comunicación, en este caso el gobernante, tenga precisamente la competencia para hacerlo, es decir, la integridad para que lo que dice sea correcto y bien recibido por la audiencia. Y finalmente respecto a la forma o al formato del mensaje, tiene que ser un mensaje coherente, tiene que ser un mensaje cohesionado y tiene que ser un mensaje que tenga progresión temática, es decir, una estructura argumentativa lógica. Digo, ya me estoy poniendo muy teórico, pero ahí le dejaría en respecto a las características idóneas de una buena comunicación de gobierno.

Robles: No, bueno, una respuesta más que precisa, ¿no? Un lujo, la verdad, platicar con alguien que realmente le sabe y tiene la trayectoria. Y en esta primera pregunta hablábamos en positivo, ¿no? ¿Cuáles son las características que debiera tener? Aunque implícitamente me diste también algunas negativas. Si pudiera resaltar algunas que, así como a manera de resumen, de las negativas, ¿qué es lo que no debe tener o qué es una mala comunicación de gobierno? Si lo pudieras poner así como tipo síntesis.

Entrevistado 1: Voy a repetir un poco lo que dije porque efectivamente es lo contrario, ¿no? Es decir, cuando no hay un lenguaje ciudadano, cuando existen otros datos fuera de la realidad, cuando la persona que emite el mensaje, en este caso el gobernante o la gobernante, pues carece de fidelidad respecto a lo que está diciendo. Es decir, que no lo crea o no lo piensa. Y, por supuesto, cuando la comunicación rompe esas reglas intersintéticas. Es decir, el marco normativo social vigente también produce una mala comunicación. Cuando no hay escucha activa por parte del gobernante, principalmente cuando el proceso de reproductación termina y la propaganda se cae rápidamente en nuestro proceso actual de democratización más avanzado. También diría yo que cuando la comunicación carece en alguno de los tres elementos de la retórica que acabo de mencionar. Es decir, una comunicación de gobierno puede ser efectiva cuando hay componente racional y componente emocional, aunque no haya competencia e integridad por parte del emisor. Puede ser también efectiva cuando hay componente emocional y competencia, aunque no exista componente racional. Es decir, de los tres elementos, cuando están presentes dos puede ser más o menos efectivo. Pero cuando existe la ausencia de dos, ahí sí ya la comunicación ya no es efectiva. Ya perdió. Exactamente.

Robles: Bueno, y bueno, hablando ya de la influencia que este tipo de comunicación gubernamental puede tener, ¿cuál es tu opinión sobre el impacto que puede tener la comunicación de gobierno en la vida democrática de un país o de un estado?

Entrevistado 1: Toda, completamente. Toda, porque de una buena comunicación gubernamental se desprende de la legitimidad y la legitimidad es fundamental para un estado eficaz y para un gobierno duradero y además se consigue el propósito. ¿Cuál es el propósito principal de la comunicación de gobierno? Pues mantenerse en el poder con legitimidad. Con legitimidad significa esa aprobación, evidentemente, pero además en la máxima de la política como esta, este arte y esta tarea de procurar el bienestar de las personas pues tienen todavía un alcance superior a la comunicación, que es como se basa en una aspiración superior, entonces redundante en un bien público. La comunicación gubernamental con las características que acabo de mencionar, desde

luego que es un bien preciado de la democracia porque redundo en bien público y por bien público me refiero al bienestar de las personas. Además de que, por supuesto, perfecciona las políticas públicas, porque como la comunicación política y gubernamental en términos ideales cuenta con retroalimentación y escucha activa, entonces las políticas públicas mejoran sin lugar a dudas y ya no son decretos o imposiciones por parte del gobernante, sino soluciones a las problemáticas expectativas que la misma ciudadanía expresa a través de la retroalimentación.

Robles: Ok, y bueno, a ver, al igual que se puede hablar de procesos de democratización en países y en territorios, ¿tú consideras que también podemos hablar de una democratización de la comunicación gubernamental? Y si sí, ¿cómo podría ser esto?

Entrevistado 1: Sí, porque, y bueno, no lo sé, porque mira, en términos teóricos, para hacer comunicación ya es democrático, es que se confunde de pronto que lo que no es democrático en términos de información pues es propaganda. Entonces, yo respondiendo a tu pregunta te diría que sí, pero en términos de mucho rigor, algo que no es democrático no es comunicación. Ok, en esos términos, siendo rigurosos, pues algo que no es democrático es propaganda, algo que no es democrático es información en una sola vía. Algo que no es democrático puede ser estímulo-respuesta, algo que no es democrático puede ser aguja hipodérmica desde las teorías de la información y de los medios. Pero cuando ya es comunicación en términos estrictamente rigurosos, ya es democrático, porque se da la retroalimentación y con la retroalimentación, pero ojo, la retroalimentación no solamente es una opinión, la retroalimentación también puede ser un castigo, también puede ser una sanción y también puede ser un retiro del espacio público de tal o cual manera. Entonces, por eso es democrático en el sentido de 100% estricto, comunicación.

Robles: Es como cuando hablamos de las fake news, que realmente no existen las fake news como tal, porque si es una fake news, no es una noticia. Es una mentira, es una manipulación, es una información falsa, pero la noticia como tal es el reporte de un hecho que efectivamente ocurrió, y si efectivamente ocurrió y hay un reporte, entonces

no puede ser falso. Es como hablando ahí, estrictamente hablando. Entonces, si estrictamente hablando no pudiéramos mencionar la comunicación gubernamental como tal, porque si se da la comunicación de gobierno, entonces ya es democrática. Dentro de esa comunicación de gobierno, que ya es democrática, ¿qué atributos o qué elementos sí o sí debería tener para consolidarse en ese sentido de abonar hacia un concepto de comunicación democratizada? Por ejemplo, nivel de alcance, por ejemplo, nivel de accesibilidad, por ejemplo, nivel de amplitud...

Entrevistado 1: Ah, ya, ya, ya, ya te entendí. Es que, es decir, democrático en el sentido de que pueda ser procesada por la mayor cantidad de personas, ¿no? Porque yo hablaba de comunicación democrática en términos de diseño institucional, y de diseño institucional, incluso constitucional, pues tiene otras características de participación ciudadana y demás. Pero en términos democráticos, es decir, de alcance... Híjole, pues aquí ya nos vamos a poner un poco técnicos, entonces, ¿no? Primero, tiene que ver con que para que sea democrática tiene que haber estrategia. Y esto significa que detrás de la estrategia hay un plan. Es decir, primero hay que definir, primero hay que hacer una investigación respecto a cuál es el... Ya está, siendo gobernante, pues, porque eso se trata de comunicación de gobierno, ¿no? Una investigación y documentación sobre procesos, sobre herramientas, sobre recursos humanos, materiales financieros, que tienes a tu alcance. Lo siguiente es definir objetivos, objetivos claros respecto a alcances, respecto a mensajes, respecto a campañas. Lo siguiente es definir tus audiencias clave. Lo siguiente es armar tu estrategia creativa. Lo siguiente es hacer tu plan de medios. Y, finalmente, hacer un monitoreo y optimización de tu comunicación para regresar al inicio. Y regresar al inicio significa revisar tu documentación, fijar objetivos, analizar audiencias, es decir, un ciclo, un ciclo de planeación estratégica. Esto, sin lugar a dudas, te va a permitir, independientemente de la disponibilidad de recursos, a tener más alcance democrático, en los términos en los que al final estamos hablando, ¿no? Por supuesto que la comunicación inclusiva para aquellos sectores y públicos objetivos que tienen algún tipo, alguna condición que les impide recibir esa comunicación de manera tradicional, es decir, evidentemente redundante, redundante en que la comunicación pueda ser. Y a esto me refiero con accesibilidad, me refiero también

con temas específicos, me refiero también con acciones afirmativas para grupos históricamente discriminados. Pero, por supuesto que abundar una comunicación inclusiva. Pero en términos estrictos de mayor alcance, la solución es la estrategia. Todo aquello que no tenga estrategia y que no es ocurrencia pura. Entonces, y en ese sentido, en cada apartado pues hay un sinfín de recomendaciones técnicas, pero lo dejaría hasta ahí.

Robles: Ok. Y bueno, ¿usted qué cree? ¿Que los ciudadanos a la hora de configurar su opinión sobre sus gobiernos toman más en cuenta los verdaderos resultados de la gestión de los gobiernos o lo que ellos perciben en las estrategias de comunicación de estos mismos gobiernos?

Entrevistado 1: Definitivamente es un tema de percepción. Un tema de percepción porque los verdaderos resultados pues no están siempre a la vista, ¿no? A menos que sean de gran, gran, gran impacto como la obra pública, como los programas sociales. O sea, es decir, cuando las políticas públicas son de gran impacto como infraestructura, que es notable que la gente la ve, que de hecho la infraestructura misma se vuelve un vehículo de comunicación de gobierno. O los programas sociales, hablando de combate a la pobreza o de asistencialismo puro. Si no se trata de esas dos variantes, entonces la política pública puede pasar desapercibida. Y por lo tanto, en un momento en el que los gobiernos de los diferentes niveles, municipal, estatal, federal, que carece de suficiencia presupuestal en términos generales, y por eso tanto endeudamiento y por eso es cada vez más difícil tener esas políticas de impacto, de alto impacto. Por lo tanto, el recurso que le queda a los diferentes gobiernos pues es generar la percepción. Y ahí es en donde entra el marketing, pero no es comunicación. El marketing es una forma de hacer comunicación instrumental. Instrumental porque persigue un objetivo pragmático, que en la mayoría de los casos es percepción pura. Entonces aquí la clave sería no confundir la comunicación con el marketing. Son cosas completamente distintas. El marketing es un instrumento de la comunicación, pero el efecto del marketing es temporal. No es duradero y no puede tampoco ser confiable en términos de legitimidad y de estabilidad gubernamental. Sin embargo, de que se puede lograr

una percepción adecuada y que, por lo tanto, el ciudadano puede tomar decisiones en función de esa percepción, pasa todo el tiempo y pasa más de lo que debería pasar.

Robles: Y bueno, hablando ya de los ciudadanos, del individuo, mejor dicho, del individuo, ¿tú consideras que la comunicación que emana de un gobierno puede influir en su forma de entender, confiar y participar en política? Por ejemplo, sus actitudes ante los problemas que la quejan.

Entrevistado 1: De un gobierno, bueno, es que aquí yo tendría que hacer una diferenciación entre los poderes públicos, ¿no? Pero si hablamos de un gobierno, de un poder ejecutivo en sus diferentes niveles y la manera en la que hacen comunicación institucional, creo yo que las actitudes respecto a la participación política no se desprenden tanto de la comunicación oficial o institucional. Se desprenden más de un proceso mucho más complicado que es el de la opinión pública. Es decir, la comunicación de gobierno participa en el proceso de formación de opinión pública, pero no es el único factor para la formación de opinión pública. Aquí entran otros factores como es el periodismo, como es la comunicación digital orgánica, como son los escándalos, como pueden ser un montón de facturas, las encuestas publicadas, en fin, hay muchos factores que no dependen de la comunicación gubernamental, por las cuales las personas, los individuos, toman decisiones y cambian actitudes respecto a su participación política. No es la comunicación de gobierno un factor determinante para eso.

Robles: ¿Y para generar confianza hacia el gobierno? Por ejemplo, cuando un ciudadano dice tengo un problema, me quiero acercar a mi gobierno, a mi alcalde, a mi estado, para ver si puedo resolver ese problema. ¿El hecho de lo que él recibe del gobierno lo puede motivar o lo puede alejar de él mismo como tal?

Entrevistado 1: Justamente al principio comentaba yo sobre cómo la comunicación de gobierno tiene que estar respaldado con la verdad, es decir, con la realidad o los hechos reales. Entonces, respecto a la aprobación que puede tener un individuo o un ciudadano

hacia su gobierno, sí la comunicación va a ser efectiva solamente considerando la comunicación en términos temporales, efímeros por así decirlo. Pero si a esa comunicación le sumas los hechos reales, es decir, lo que el ciudadano aprecia y observa en su metro cuadrado, entonces el efecto puede ser más duradero y sí puede generar esa confianza en términos más duraderos. Es decir, puede existir en ese proceso de confianza y de aprobación un efecto, llamémosle como de espejismo, pero si no tiene esa solidez en hechos reales, no va a ser duradero. Por eso es súper importante que, además de la comunicación, exista la política pública real que le dé su soporte y sustento a esa comunicación.

Robles: Y el comunidad, una comunidad se ve influenciada en su comportamiento comunitario por la comunicación del gobierno, es decir, a la hora de ejercer participación convencional, externa, a la hora de ir a votar, afiliarse a partidos, tener la aspiración de pertenecer a un gobierno como funcionario. Es decir, ¿las comunidades se ven afectadas en su comportamiento por la comunicación de los gobiernos?

Entrevistado 1: Sí, pero pasa el mismo fenómeno. Es decir, en un nivel inicial, pero las comunidades estarán más motivadas, más interesadas a participar, a militar, a apoyar, a defender a sus gobiernos cuando existen otro tipo de estímulos o de incentivos. La comunicación per se es insuficiente. Tiene un efecto sí, inmediato, puede durar cierto tiempo, pero si no tiene algo sólido detrás que realmente transforme y cambie la vida de las personas, no va a ocurrir. Es decir, por poner un ejemplo, se dice que la comunicación de nuestro gobierno actual, gobierno federal, es muy efectiva. Y sí lo es, porque es instrumental, porque es programática y pragmática. Pero la base de esa comunicación no es como tal ni la mañanera ni el carisma, sino una política pública que sí está llegando al grueso de la población, llámense programas sociales o programas especialistas. La mañanera sería una misa, un llamado a misa, si no hubiera una entrega puntual cada mes de la beca de la atención.

Robles: Ok. Ahora, a sabiendas, y ya lo platicamos un poquito anteriormente, pero quisiera reforzar este tema. Sabemos que en la sociedad actual existe pues una

diversidad enorme, ¿no? Segmentos a nivel cultural, económico, origen étnico, diversidad sexual, capacidades físicas. Vivimos en una sociedad ampliamente diversa. En este sentido, la comunicación de los gobiernos deberían de ser diseñada para todos estos grupos. Mi pregunta es, ¿tú crees que hoy en día ocurra esto, o es como mencionaste? Se avienta la comunicación una solo tipo de golpe, ¿no?

Entrevistado 1: Tiene que ver con la falta de visión estratégica, tiene que ver con la falta de planeación estratégica, y tiene que ver con lo abrumador que resulta la coyuntura. El gobierno tiene coyunturas todo el tiempo que le impiden hacer una planeación estratégica, no solamente en su comunicación, sino incluso en la misma implementación de política pública, aunque existan las obligaciones de generar los programas de desarrollo y los indicadores cuantificados. Entonces, existe un error frecuente de hacer una comunicación así de masivas, sin planeación estratégica, y por lo tanto descuidar los grupos minoritarios. Pero yo no me iría tan lejos a los grupos minoritarios, sino también a los segmentos de la población en general que hoy por hoy exigen una comunicación personalizada. Entonces, yo diría que es como un poco el desconocimiento y un poco la prisa por atender la coyuntura, lo que le impide a las oficinas de comunicación de los diferentes gobiernos, de los diferentes niveles, hacer esa comunicación hiper segmentada, porque técnicamente ya es posible hacer. Si en el siglo pasado se hacía una comunicación masiva en lo general, era porque las condiciones tecnológicas así lo permitían, con un enfoque muy particular en la televisión, con la radio, con los medios impresos y con algunos medios exteriores. Pero sin lugar a dudas estamos en un momento en el que los gobiernos tendrían que tener ese cuidado de segmentar, no solamente para grupos minoritarios, sino para segmentos de población en general, que no son propiamente minoritarios, pero que técnicamente tienen un lenguaje distinto, necesidades expectativas distintas, realidades distintas, y que por lo tanto la comunicación tendría que ser así de segmentada.

Robles: Ok, estoy tomando notas también. Ahora bien, ya casi terminamos esto. ¿Y qué ocurre, desde tu perspectiva, cuando un presidente o un gobernador suele manejar datos imprecisos, no verificables, evita dar declaraciones en momentos de coyuntura,

en momentos de emergencia? ¿Cómo puede afectar esto a la ciudadanía a nivel general?

Entrevistado 1: Mira, acá tengo que aclarar que vivimos un momento histórico atípico, que va a ser irrepitable, respecto a la presentación de datos incorrectos, de datos fuera de la realidad, porque descansa esa habilidad, me refiero concretamente al presidente de la república y su régimen, la posibilidad de hacerlo descansa en otras ventajas u otras condiciones favorables para el régimen. Pero en términos normales, no atípicos, como está pasando en este momento, lo que acabas de mencionar tiene un efecto negativo para los gobernantes. ¿Por qué? Porque en primer lugar dañan el prestigio del gobernante y dañan la investidura de las instituciones. En lo que toca a la ausencia en las crisis, también es altamente negativo, sobre todo por la inmediatez de la comunicación que las tecnologías de la información y la comunicación nos permiten. En otro tiempo, incluso se analizaba si salir o no salir, porque era posible contener cierta crisis o mantenerla en un tamaño desde la ausencia. Hoy, cualquier crisis tiene que ser una atención y una gestión frontal, con mucha presencia y con características muy específicas, que tiene que ver desde reconocer el error, cuando así sea, hasta ser empático con las víctimas, tanto simbólicas como materiales, pero también aportar una solución y también en su caso, señalar o deslizar responsabilidades. En otro tiempo, podías no hacerlo y no pasaba nada. Hoy es obligatorio, pero sí quiero aclarar que las dos cosas que son altamente negativas para un gobernante, que es presentar datos falsos, no verificados o no apegados a la realidad y ausentarse en momentos de crisis, hoy funciona no hacerlo, pues funciona por otras condiciones que tienen que ver con carisma, que tienen que ver con liderazgo mesiánico, bla, bla, bla, bla, pero es atípico e irrepitable.

Robles: ¿Y qué efectos tiene en la ciudadanía este tipo de gobernantes o este tipo de comunicación de los gobiernos?

Entrevistado 1: Genera desconfianza y, como ya dije, tiene un impacto negativo en el prestigio de las personas gobernantes y de las instituciones, lo cual evidentemente

afecta el funcionamiento institucional. O sea, las instituciones tienen una función y cuando no tienen la confianza, la credibilidad por parte de los sujetos pasivos de esas instituciones, pues evidentemente comienzan a funcionar mal. Bueno, y tienen un impacto nuevamente en perjuicio del principio superior, que es el bienestar. El bienestar máximo. Bueno, ¿algo más que guste agregar, maestro, doctor, licenciado? Nada más por ahora.

Robles: Pues muchas gracias, déjame termino la grabación. Perfecto.

### **Anexo III. Entrevistado 2**

Robles: Me equivoqué, lo importante es que te escuches tú, no tanto que me escuche yo. Ah, pero mira, sí se oye bien. Bien. Bueno, pues muchas gracias, diputada Entrevistado 2.

Entrevistado 2: Por nada, es un gusto.

Robles: Bueno, pues muchas gracias. Si gusta, vamos a comenzar con esta entrevista, parte de los trabajos de la investigación cualitativa que estamos desarrollando sobre el tema de comunicación gubernamental. La idea es que sea una plática fluida, tranquila, agradable y lo importante es conocer su opinión y su sentimiento alrededor de las temáticas que vamos a tocar.

Entrevistado 2: Bien.

Robles: Vamos a comenzar. Hablando de la comunicación gubernamental, ¿esto qué representa para usted?

Entrevistado 2: Pues, para mí, representa la comunicación que existe del gobierno hacia los ciudadanos, la forma en la que comunica un servidor público hacia el público que lo sigue, que lo tiene que escuchar. Para mí eso es, en sí, la comunicación gubernamental.

Robles: Ok. Y dentro de la comunicación gubernamental, si habláramos de características que podrían definir lo que es una buena comunicación de gobierno, ¿cuáles podrían ser?

Entrevistado 2: Pues, que se informe lo que se hace dentro de un gobierno, que exista también un diálogo, no solamente se pueda comunicar, sino también la ciudadanía sepa

a dónde acudir en caso de que quiera externar, preguntar alguna duda, pedir algún servicio. Y, bueno, creo que tiene que ser efectiva, tiene que ser sencilla para que la logre comprender todo público y tiene que ser algo pensado en que llegue a cada rincón del Estado, específicamente. Digo, en mi puesto, en mi cargo, creo que lo vería como algo que llegue a todo el Estado.

Robles: ¿Y qué podría ser algo malo que diga? ¿Una mala comunicación de gobierno? Características que pudieran definirla.

Entrevistado 2: Creo que una mala comunicación sería el hecho de que, primero, no enterar a los ciudadanos lo que se hace. Que cuando se le pregunte a la gente oye, ¿sabías que se hizo tal tema? O que puedes acudir a este centro de salud o que te puedes vacunar en tal lugar de COVID o que puedes acudir en caso de una emergencia. El hecho de no saber el ciudadano lo que se está haciendo creo que sería una mala comunicación.

Robles: ¿Y qué influencia considera usted que puede tener la comunicación de los gobiernos en la vida democrática de un país o de un Estado?

Entrevistado 2: Ninguna. Creo que hoy, más que nunca, la ciudadanía vota por el candidato o candidata más que por un partido. Lo vemos en grandes ejemplos que han sucedido aquí en Coahuila principalmente. Aquí en Coahuila acabamos de vivir una elección en la cual elegimos a gobernador y a los diputados locales, 16 diputados locales y un candidato a gobernador. Y bueno, no es un secreto que el presidente hoy en día hace una conferencia mañanera donde él habla sobre sus proyectos, sus programas sociales. Algunas veces señala candidatos o candidatas o partidos políticos y eso no influyó en lo absoluto, a pesar de que solamente competían dos Estados. No sé cómo haya sido o cómo funcionó para influir en el Estado de México, pero aquí en Coahuila eso no nos afectó. Creo que la ciudadanía vio que existía un buen candidato, el candidato logró convencer con su campaña, con sus propuestas. Los candidatos o diputados, que en su mayoría participamos en una reelección, creo que fuimos

evaluados por la ciudadanía con nuestro trabajo y con lo que hemos hecho y eso ayudó a que ganara el precarro completo y ganara la gobernatura, independientemente de que sí, sí el Estado ha manejado una comunicación importante, pero el gobierno federal, tú sabes, que puede influir muchísimo y lo vimos en Hidalgo y lo hemos visto en otras elecciones cuando el presidente sale a señalar a un candidato en lo particular y creo que a nosotros no nos afectó porque aquí en Coahuila en lo particular la gente vota por la persona, independientemente de la comunicación que exista de los gobiernos.

Robles: ¿Y la comunicación del Estado?

Entrevistado 2: Ha sido efectiva, se ha basado en tres ejes. Uno de ellos es la seguridad. Hemos tratado de comunicarle a los ciudadanos o a los coahuilenses. Coahuila hoy es el segundo Estado más seguro del país. Ha costado trabajo, por supuesto, pero vivimos en un Estado seguro que está rodeado de Estados que no tienen la misma seguridad como lo es Tamaulipas, como lo es Nuevo León, como lo es Zacatecas, Durango, San Luis Potosí. Escuchamos noticias constantemente de balaceras, de secuestros, de descabezados. Y eso no sucede en Coahuila porque nos hemos enfocado en la seguridad. Y el comunicarle a la gente que vivimos en un Estado seguro en cómo puede denunciar en caso de que vea alguna anomalía que existe el presupuesto otorgado para ello. Creo que nos ha ayudado a esa percepción y a posicionarnos hoy como uno de los Estados más seguros del país. Y son esos factores. Un Estado seguro, un Estado que crece económicamente. Nos hemos posicionado también como uno de los Estados en expansión económica. Aquí específicamente en la región sureste, Ramos, Arteaga, Saltillo, están las armadoras más importantes del país. Y eso genera empleos. Somos un Estado que, aparte de ofrecerte seguridad, ofrece empleos y ofrece un desarrollo económico. Entonces hemos vendido esos tres ejes y ha funcionado no vendido. Hemos comunicado esos tres ejes hacia la ciudadanía y creo que la gente hoy percibe que vive y se siente en un Estado seguro, con empleo y con desarrollo.

Robles: Podemos hablar de procesos de democratización en países, en regiones. Llevar democracia donde no había y todo lo que conlleva eso. ¿Usted considera que también

podemos hablar de un proceso de democratización de la comunicación de los gobiernos?

Entrevistado 2: ¿Un proceso de democratización de la comunicación de los gobiernos?  
¿En qué aspecto?

Robles: Así como a los territorios que carecen de democracia, se les da democracia, que eso influye en acceder al poder, y dentro de acceder al poder es darle al ciudadano el poder de decidir y ejercer un voto, la comunicación de gobierno puede estar democratizada o no, en el sentido de empoderar al ciudadano, darle información, que sepan que cuando ejercen una decisión la hacen con conocimiento.

Entrevistado 2: Sí, a ver, creo que definitivamente el ciudadano tiene que tener todas las herramientas para poder evaluar a sus gobernantes y para poder evaluar el trabajo que está haciendo el Ejecutivo, el Legislativo, el mismo Poder Judicial. Aquí en el Estado de Coahuila yo me atrevería a decir que somos uno de los estados que más comunica y que más transparenta. Como presidenta de la Comisión de Auditoría Gubernamental y Cuenta Pública, me toca revisar y auditar cada uno de los órganos públicos y los ayuntamientos que manejan recursos del Estado y de la Federación, e informarle a los ciudadanos si se hizo un buen trabajo con ese recurso o no. Creo que nos hemos encargado siempre de transparentar, siempre de hacerlo saber, de llegar hasta el último rincón para que la ciudadanía sepa si se hizo bien o se hizo mal, independientemente de los partidos. Hemos llegado a procesar a presidentes municipales por el mal uso de los recursos y los ciudadanos se han enterado. Creo que definitivamente necesitamos expandir cada vez más información hacia la gente que esté enterada de qué está sucediendo con sus recursos, con los recursos que pagamos con nuestros impuestos, en qué se están invirtiendo, si están siendo bien utilizados. Y también tienen el derecho de saber si no se hizo un buen uso, qué acciones se están tomando para ello. Entonces, sí, por supuesto, tiene que haber una buena comunicación por parte de los gobiernos para los ciudadanos.

Robles: Y esa información de la que mencionas, la información que el gobierno transmite a los ciudadanos, ¿qué características podríamos otorgarle que debiera tener la información para que se efectiva al final del día? Por ejemplo, hablar de veracidad, hablar de objetividad, hablar de accesibilidad. ¿Qué características usted pudiera mencionar que la información del gobierno debería de tener implícitamente?

Entrevistado 2: Pues, primeramente, transparentar. Transparentar gastos, transparentar programas y decirle al ciudadano en qué puede aprovechar aquellas personas que tienen alguna discapacidad, aquellas personas que tienen alguna necesidad alimenticia, alguna enfermedad, a dónde pueden acudir. Definitivamente es algo que lo tienen que saber. Pero, bueno, aquí vivimos, como te comentaba, en un estado que se ha caracterizado por eso. Existe el Instituto de Acceso a Información Pública, donde cualquier ciudadano puede acudir y solicitar información. Tú puedes decir, a ver, yo quiero saber cuánto dinero se gastó el ayuntamiento en la plaza que hicieron en mi colonia. Este instituto te lo otorga. Te otorga esa información porque es pública. A veces los ciudadanos no saben dónde encontrarla. Y aquí sí tenemos esas herramientas para ello y creo que cada vez tiene que ser más accesible, más transparente. Y entre más transparentemos y logremos ganar esa confianza de la gente y que ellos estén seguros que las cosas se están haciendo bien, por supuesto que ganaremos aceptación y con ello seguiremos trabajando, al menos el partido que represento seguirá gobernando dentro del estado.

Robles: Y las declaraciones de los titulares, o sea, de los funcionarios públicos, cuando un funcionario da una declaración, ya sea en el informe anual o ante un micrófono con un periodista en una banqueta que va a tener una trascendencia, una difusión, esa información que da, esos datos de lo que él habla, ¿qué características debería tener?

Entrevistado 2: Bueno, creo que tiene que ser, primeramente, con un lenguaje que lo entienda cualquier ciudadano, que si lo escucha tanto un ama de casa, como un campesino, como un médico, un ingeniero, pueda saber a qué se refiere ese funcionario. Segundo, que sea muy conciso en lo que busca informar. Y tercero, bueno, pues, que

la ciudadanía, si le queda alguna duda, sepa a dónde se puede comunicar para poder aclarar la duda que tenga. Entonces, creo que tiene que haber un lenguaje simple, una explicación breve e informarle al ciudadano dentro de su entrevista. Y me pueden encontrar a través de este teléfono o nos pueden sugerir a través de este número de WhatsApp, de redes sociales y demás para que, bueno, el ciudadano pueda consultar sus dudas.

Robles: ¿Usted cree que la opinión que los ciudadanos tienen sobre sus gobiernos está relacionada más a los resultados de su gobierno o a la comunicación que el gobierno hace de su trabajo?

Entrevistado 2: No, yo creo que la gente ya no se basa en un espectacular. Un espectacular, un periódico, una publicación de Facebook. La gente quiere ver el hecho, quiere ver al funcionario trabajando. Claro, nos sirven los medios de comunicación para hacerle saber a la ciudadanía lo que estamos haciendo. Un ejemplo, yo soy diputada por cuatro municipios, Arteaga, Parras, General Cepeda y Ramos Arizpe. Obviamente, si no existieran los medios de comunicación, la gente de Arteaga no se enteraría lo que estoy haciendo por General Cepeda en un elegido estación Marte, donde llevamos agua potable. O nos enterarían que solucionamos un problema con la CFE para que tuviese luz el municipio, porque ya no le daba abasto al municipio de General Cepeda el poder cambiar ese transformador y que hoy ya no haya apagones que afectaban a los habitantes del municipio. La gente de Parras no se enteraría que estamos alzando la voz por el tramo Los Chorros, que es la carretera 57, donde tenemos muertos cada año y desmembrados y accidentes, y que el gobierno federal prometió otorgar ese recurso y que actualmente no lo aplicó y seguimos viviendo con esos accidentes. Y que la ciudadanía, a lo mejor, de Arteaga no sabría que estamos buscando instalar un hospital en Ramos Arizpe, porque es una ciudad industrial, la ciudad más industrial de Coahuila y me atrevería a decir que ocupa un lugar importante en el país y que no tiene un hospital para los derechohabientes, que en seis meses, con las cuotas que se les retienen, ya habríamos podido construir ese hospital y el gobierno federal no nos quiere dar recurso cuando vino el presidente aquí al municipio y dijo que se iba a

instalar ese hospital. Entonces, si no le comunicamos a la gente lo que estamos haciendo, lo que estamos defendiendo, lo que estamos logrando, pues van a decir que esta mujer no está trabajando. ¿Por qué? Porque yo nada más la vi una vez cuando vino una brigada aquí a mi colonia, pero ya no supe dónde está, qué está haciendo y qué está llevando a cabo. Entonces, creo que sí es importante que informemos a través de los medios de comunicación lo que hacemos, pero la ciudadanía ya no es tonta. La ciudadanía ya sabe realmente si sí lo estás haciendo o no, porque lo ven en hechos, lo ven en realidades y lo ven plasmado. Y cuando se logra ese objetivo de comunicar lo que sí se hizo y la gente va y ve que es real, entonces logramos una confianza.

Robles: Y hablando del ciudadano, del individuo, ¿usted considera que la comunicación de los gobiernos puede influir en ese individuo en su forma de entender, de confiar y de participar en política? Por ejemplo, cuando hay algún problema que le aqueja, ¿cómo se comporta? ¿Qué hace el ciudadano? Es decir, lo que yo veo en los medios, lo que yo me entero de la política a través de la comunicación que emanan los propios gobiernos, ¿eso influye en el individuo a la hora de accionar o no?

Entrevistado 2: Por supuesto, por supuesto. Si yo hoy, en este momento yo agarro mi celular y publico que hay una balacera en Ramos Arizpe y que la gente no salga y me lo agarra un medio de comunicación, de esos medios que informan sin tener pruebas, y empieza a expandirse esa noticia falsa que le llamamos las famosas fake news, fake news que ocurren mucho en campañas políticas, yo te puedo asegurar que en cuatro horas las calles del municipio van a estar vacías. Porque la gente va a decir, hay una balacera. Tengo miedo, y si pasa la inegi el otro día a encuestar, vamos a salir con una evaluación que diga, no me siento seguro. ¿Por qué? Porque ayer vi que había una balacera. ¿En dónde lo viste? No, la escuché en un medio de comunicación. ¿Pero te tocó la balacera? No. ¿Pasaste por la balacera? No. Pero el medio lo dijo y me hizo sentir miedo y eso me hizo sentir inseguro. Entonces, por supuesto que un medio de comunicación, que una noticia puede influir en el ciudadano y puede generar una molestia y puede generar un castigo hacia el funcionario público, pero lo que sí se tiene que controlar y es a lo que hemos estado trabajando, por lo que hemos estado alzando

la voz, es que el medio sea muy responsable en lo que publica y en lo que habla, para que no malinforme al ciudadano. Ahora, si un ciudadano tiene una queja en su colonia, en donde realmente a él le robaron su casa, se metieron a robar, llegó de su trabajo, está molesto, porque primeramente se culpa la autoridad, debería haber más vigilancia, debería haber más policía, entiendes la molestia, entiendes lo que está viviendo el ciudadano y entonces es donde entramos los funcionarios públicos, quienes estamos cercanos a la gente, nos llega esa información a través de redes sociales, a través de las oficinas de gestión y entonces lo que se busca es darle una solución al problema, instalar una caseta de seguridad cerca de esa colonia, revisar las cámaras de seguridad que tenemos instaladas dentro del circuito del C2, aquí en Ramos Arizpe, ver si podemos dar con los responsables y si sí damos con los responsables, informar al ciudadano que se logró la detención y luego ya veremos qué evaluación nos da más adelante. Pero bueno, definitivamente volvemos a lo mismo, tiene que ver responsabilidad por cómo se comunica cada uno de los acontecimientos que ocurren en el Estado y cercanía con el ciudadano para que el ciudadano pueda acudir a manifestar una inconformidad y que le podamos dar solución y con ello ver si logramos cambiar su perspectiva hacia el gobierno municipal, estatal o el trabajo legislativo.

Robles: Y hablando de comunidades, un poquito del mismo sentido, esa comunicación que emana en canales propios de gobierno, hoy tenemos la posibilidad de los gobiernos de tener redes sociales, páginas web, portales y constantemente el gobierno está hablándole al ciudadano, diciéndole, ven te escucho, ocupas algo, está la oficina de atención, estata el tema o el INE, por ejemplo, que hace unas campañas fuertísimas de participa, acércate al INE y todo eso. A nivel comunidad, ¿usted cree que esas campañas de comunicación que emanan de los gobiernos, en canales propios o en medios, pero en sí la comunicación oficial, influye en la comunidad en el sentido de dependiendo de cómo me hablan?, me acerco a ellos o dependiendo de cómo me ha hablado esta administración, confío en ella, me acerco para tratar de colaborar, voto en las elecciones, participo en manifestaciones públicas como en marchas a favor o en contra, no todas son protestas, sino puedo manifestarme o inclusive tener la aspiración

de trabajar para el gobierno. ¿Cree usted que esas campañas de los gobiernos influyen en las comunidades de esa manera?

Entrevistado 2: Sí, por supuesto. Sí, lo que comunica el gobierno al ciudadano le puede dar una visión de lo que se está haciendo y poder evaluarlo. No todos los ciudadanos tienen oportunidad de ser cercanos a lo que sucede o, no sé, trabajan 12 horas al día, están dentro de una planta, no saben lo que está sucediendo afuera, pero cuando se están alistando para irse al trabajo o cuando llegan por las noches a descansar y prenden la televisión, toman su teléfono celular para revisar sus redes sociales, escuchan el radio cuando van rumbo a su trabajo, a dejar a sus hijos, ellos tienen la oportunidad de tener el conocimiento de lo que están haciendo los gobiernos por ellos. Entonces, si el gobierno o los órganos de gobierno logran dar un buen mensaje, como lo comentó, un mensaje sencillo, que sea fácil de entender, que sea breve para que no aburra o cansa al ciudadano y específico para saber dónde aclarar sus dudas, yo creo que eso nos puede ayudar muchísimo a que sea un gobierno que refleje algo positivo para el ciudadano. Un ejemplo, si ese joven o esa señora, ese señor, va conduciendo hacia su trabajo y trabaja en una planta armadora y escuchan el radio que el gobierno del estado de Coahuila, gracias a que hay seguridad, gracias a que hay un trabajo muy coordinado para atraer empleo, para atraer inversión, y gracias a que tenemos un estado que está creciendo, y creciendo me refiero a que crece con los servicios necesarios para poder vivir en buenas condiciones, hoy confían en nosotros los inversionistas para instalarse aquí. Entonces, si el gobierno logra decirle a esa persona que va conduciendo eso a su trabajo y hacerle saber que gracias al trabajo del estado, oye, esa planta existe y él puede tener un ingreso para su familia, ese ciudadano dice, que bueno que el estado se puso las pilas, que bueno que está trabajando por ello y me siento orgulloso de vivir en un estado donde yo puedo salir a laborar y no tengo problemas para trabajar ni para llevar un sustento a mi familia. Entonces, eso, logras una buena comunicación. Aquel ciudadano que va conduciendo que no tiene empleo y tú le dices, gracias al trabajo del estado, porque tenemos seguridad, inversión, estatutaria y expansión, hoy tenemos más empleos que nunca, comunícate a los teléfonos de la Secretaría de Economía y del Trabajo si estás buscando empleo o a la Feria de Trabajo y demás, ese ciudadano va a

acudir a la feria, va a llamar y se va a dar cuenta que hoy, más que nunca, tenemos empleos que ofrecer. Entonces, si logramos comunicar lo que el ciudadano está buscando, por supuesto que vamos a tener una buena evaluación. ¿Qué quiere un ciudadano cuando llega a vivir a este estado? Y te platico brevemente. Ramos Arizpe, de los 38 municipios que existen en Coahuila, es el municipio que más crece poblacionalmente cada año. Más que la ciudad de Acuña, anteriormente la ciudad de Acuña, por la frontera, por los migrantes que se quedaban. O Ramos Arizpe es el municipio que más crece en todo el estado. ¿Qué significa esto? Que vienen ciudadanos de distintas regiones del estado a buscar dar empleo, y también vienen ciudadanos de distintos lugares del país en busca de oportunidades laborales. Entonces, ¿qué quieres cuando llegas a vivir a un estado? Primero, quieres vivir seguro. No quieres que te roben, que te asalten, que peligre tu vida. Quieres servicios. Quieres agua, quieres luz, quieres basura. Que te recojan la basura. Quieres tener a tus hijos en escuelas. Quieres que haya educación, universidades, preparatorias. Y quieres una oportunidad laboral, por supuesto, por eso te inviste a instalar aquí. Si tienes eso, si tienes un municipio que te ofrece eso, que te ofrece seguridad, que te ofrece empleo, que te ofrece educación para tus hijos, pero aparte te ofrece los servicios primarios para que tengas alumbrado, agua, una plaza, banquetas limpias, paz a la basura, pues sin duda el ciudadano se quiera vivir en confort. Dice, yo vivo en un estado que me da un confort. Si eso se lo hacemos a ver a los ciudadanos todos los días, que estamos trabajando para que ellos tengan trabajo, tengan empleo, tengan seguridad, tengan educación en sus hijos y tengan los mejores servicios, yo creo que el ciudadano va a decir, sí, tienes razón. Yo lo estoy viendo, lo estoy viviendo. Si le estuviéramos comunicando algo que no estamos haciendo, diría, no es cierto, yo cuando salgo, la calle está sucia, no hay trabajo, no he encontrado empleo, no hay seguridad, pero cuando escucha algo que vive todos los días, pues entonces no se evalúa correctamente. Entonces definitivamente creo que si sabemos comunicar y como dicen en mi pueblo, cacaraquear, lo que bien estás haciendo, el ciudadano lo va a calificar y nos va a aprobar y va a seguir votando por nosotros.

Robles: Y hablando de saber comunicar, vivimos en una sociedad hiper segmentada y diversa, tenemos diversidad étnica, sexual, capacidades físicas diferentes, socioeconómicas, socioculturales y todas las demás diversidades que pudiéramos hablar, las tenemos hoy en día en casi todos lados. Entendiendo esta diversidad, ¿usted cree que la comunicación de los gobiernos actuales las toma en cuenta a todas? ¿Hay un interés por los gobiernos de hablarle a cada uno de los segmentos o los gobiernos siguen comunicando de forma masiva?

Entrevistado 2: Creo que por una parte sí se... vaya, hay temas que sí se tienen que platicar de forma masiva y se tienen que expresar de forma masiva, pero creo que hay circunstancias en las cuales nos obligan a hablar por segmentos. Por ejemplo, viene el próximo informe del gobernador el 9 de septiembre y sé que el gobernador se va a dirigir hacia la ciudadanía en spot, en mensajes, en panorámicos, en redes sociales, en periódicos, en diversos medios de comunicación, en radio y demás, para hablarle a segmentos también, porque hubo trabajos en segmentos. ¿Qué hicimos por las mujeres? Hoy vivimos en un estado más seguro para las mujeres, Coahuila es el estado pionero en equidad de género y en protección hacia las mujeres, es el estado que menos feminicidios tiene y estamos en cero casos no resueltos en feminicidios. Aquí no existe un feminicida que haya llegado a hacer una atrocidad hacia una mujer y no haya sido detenido. Y eso es algo que hay que decirlo, porque si hay alguien que esté pensando en dañar a una mujer, hay que advertirle cómo son los números coahuilenses y que sepa que lo van a encontrar y lo van a encarcelar, y que las leyes se han modificado en esta legislatura para caer con todo el peso y con las máximas penas para quien se atreva a tocar o a dañar a una mujer. Entonces le vamos a hablar a ese, bueno, le hablará el gobernador a ese segmento de la población, por supuesto a las mujeres, lo que queremos escuchar a las mujeres que se está haciendo por nosotros, lo que quieren escuchar los adultos mayores que se hicieron el trabajo que se está haciendo, lo que quieren escuchar los médicos, cuántos hospitales generales tenemos, el hospital especializado en cáncer, el hospital materno-infantil, lo que quieren escuchar los maestros, cuántas universidades tenemos, cómo trabajamos en el tema de pensiones para maestros, modificando leyes, apoyándolos con muchos de los trabajos de reformas

y demás, pero específicamente con el tema de los libros de texto. Aquí en Coahuila no hemos permitido que se entreguen los libros de texto al gobierno federal, aquí en Coahuila mandamos a imprimir los libros de texto con un presupuesto propio para poder imprimir los mismos libros que se han estado utilizando durante años y que han sido acertados en el tema educativo. Entonces, por supuesto que los maestros lo aplauden, porque la gran mayoría de los maestros no quería, o del sector educativo, no quería que se implementaran estos libros dentro del estado de Coahuila, y hay que saberles decir en qué se implementó ese presupuesto, que no fue federal, sino fue estatal, y cómo logramos hoy tener estos libros dentro de las aulas. Entonces, yo estoy segura que el gobernador le hablará a cada uno de estos públicos y estos segmentos dentro de su informe, con spots breves, con mensajes importantes, y que la ciudadanía se entere lo que se hizo para cada uno de los sectores. Aquí en Coahuila tenemos una zona protegida de un sector indígena, que son los kikapús, que están en la zona de Muzquis, al norte del estado, y también se ha trabajado por ellos. Entonces, se hablará para las mayorías, pero también se hablará para las minorías. No es algo que hagamos constantemente, pero cuando se aprueban leyes dedicadas a ciertos sectores, o cuando se hace un informe de gobierno, por supuesto que se trata de llegar a cada uno de los segmentos para que sepan que se hizo un trabajo para ellos y por ellos específicamente, porque se alzó la voz para los desaparecidos, para los cristianos, para los maestros, para todos los grupos que sabemos que existen en todos los rincones del país y que quieren saber qué resultados les estás dando como gobierno. Perdóname, Mau, yo hablo mucho, es que soy como un perro gato. No, no, no, la verdad. Genial.

Robles: Y hablando de esos efectos que pueden tener los ciudadanos, ya es la última pregunta. ¿Qué cree usted que ocurre cuando un gobernante, dígame presidente, gobernador, alcalde, por decir algo, ¿no?, suele manejar datos imprecisos, no verificables, que sus declaraciones a veces son omisas en momentos de crisis o simplemente evita tocar los temas complicados en diferentes momentos relacionados a su estrategia particular, a sus intereses de la administración como tal? ¿Qué efecto cree que esto le da a la ciudadanía este tipo de manejo?

Entrevistado 2: ¿Estás hablando al presidente en particular? Por ejemplo, pensando que existiera algo así. Creo que, a ver, creo que es una gran irresponsabilidad que los gobiernos mal informen con datos, como lo comentas, erróneos, que no son específicos, que evadan preguntas cuando es la responsabilidad de cualquier funcionario salir a declarar lo que su responsabilidad conlleva, hacerle frente a temas que a veces no son muy agradables o no pueden ser muy políticamente aceptables, pero en fin de cuentas la ciudadanía te dio la responsabilidad de estar ahí, te dio su confianza y tú tienes que salir a hablar de cualquier tema. Creo que, a diferencia de lo que hace el gobierno federal, donde ha mal informado el número de muertos por COVID, donde nos han mal informado sobre las vacunas que llegaron, estas de Abdala y demás, que no sabemos ni cuánto se gastó y si sirve la vacuna o si no sirve, porque yo no conozco a alguien que se haya vacunado con ella, como mal informó con los libros de texto, creo que fue una mal información que causó mucha polémica y no se nos olvida la exposición que se hizo en aquel momento, como ha informado el número de muertos por el crimen organizado, donde ha tratado de minimizar y hacer que aquí no pasa nada y que aquí todo está bien y que el país nos está cayendo a pedazos, como lo vemos todos los que vivimos en México, donde no se da un padrón específico de beneficiarios de los programas sociales, donde nos hablan que cortaron recursos federales para infraestructura, para el Seguro Popular, que ahora es el Insabi, que nadie sabe en dónde quedó ese dinero y en qué se utiliza, porque nadie lo sabe. No sabemos para qué se usa ese recurso, qué operas con ese recurso, qué ayudas con ese recurso hasta la fecha. Se quitó el recurso de seguridad, que era el Fortaseg, para poder ayudar a comprar patrullas, cámaras de seguridad, armamento, se quitaron muchas cosas. Y ese recurso se quita con el mensaje que se comunica todos los días, que era porque se robaban el dinero. Lo que después se pide es, bueno, a ver, ya lo quitaste porque se robaban, supuestamente, porque no hay nadie en la cárcel actualmente por el robo de ese recurso federal, no existe nadie, nadie ha ingresado a un penal diciendo que está ahí porque se robó el recurso de la carretera tal o del Seguro Popular, no existe. Pero dentro de ese cuento que se inventa, de esa historia, de esa novela fantástica donde vive el gobierno federal, lo ha vendido así a los ciudadanos. Yo lo quité porque se lo robaban. Entonces, lo que decimos muchos, de los que nos toca alzar la voz desde tribuna es, bueno,

entonces, no lo quites, si se lo robaban, administralo tú. Pero no dejes de hacer carreteras, no dejes a la gente zamparada que necesita un medicamento para el cáncer, no dejes de construir una universidad, no dejes de apoyar a los estudiantes para que salgan al extranjero, miles de... No, se quitó ese recurso y el mensaje que se da es porque ese recurso hoy se da al pueblo, hoy se da la gente. Pero ¿cuántos beneficiarios son? Porque si vemos las cifras de cuántos son, las cifras oficiales que ha dado el gobierno federal, que reciben beca, tanto para estudiantes como para adultos mayores como para el campo, los números no nos dan para el presupuesto que existía el gobierno federal. Entonces, ¿dónde está ese dinero? Nadie lo sabemos. Tenemos un gobierno que hizo una refinería, compró una refinería, está haciendo o hizo un aeropuerto y está haciendo un tren. Pero lo más interesante es que lo está haciendo con recurso federal, pero utilizó al ejército para realizarlo. Nadie había tocado al ejército para algo así. ¿Y sabes por qué utilizó al ejército? Porque el ejército no puede ser auditado, el ejército no puede ser cuestionado. Si el ejército dice que se usaron 10 millones, no le puedes cuestionar. Es más, no le puedes preguntar. Entonces, definitivamente, si no es todo ese recurso que existía en este sexenio para que el país avanzara, hoy no lo venden en cada mañanera, que es para ayudar a los pobres, que es para construir un tren, que es para hacer un aeropuerto que no tiene vuelos, un tren que no existe y una refinería que no refina, pues definitivamente creo que se está haciendo un mal uso de un gobierno que mal informa a los ciudadanos.

Robles: ¿Y qué efecto genera en los ciudadanos?

Entrevistado 2: Hoy en día creo que tenemos un efecto de odio hacia este país que se dividió, llegó a dividirse entre los ricos y los pobres, entre los fifis y los chairros, cuando éramos un país unido, un país que tenía un Fonden para ayudar cuando había una catástrofe, cuando nos uníamos para poder ayudar ante un temblor, ante un huracán, ante... veamos hoy lo que está sucediendo en Acapulco y el presidente dice, no estamos tan mal, y lo escuchan miles de ciudadanos, y hay quienes puedan decir, sí, tal vez es cierto, no estamos tan mal, pero quienes están viviendo las condiciones hoy en día, ellos saben si es realidad o no. Quienes vivimos el incendio de la Sierra de Arteaga,

uno de los incendios más poderosos que ha habido en el país, que ha abarcado y que ha consumido una gran parte de la sierra de Coahuila y de Nuevo León, el presidente sale y declaró que no estábamos tan mal, y al final de cuentas nosotros veíamos la realidad. Creo que quien no está cerca de la realidad pudiese comprar el mensaje que da, porque al final de cuentas los mexicanos desde niños nos enseñan a respetar nuestros símbolos patrios y a respetar a nuestros gobernantes, a saludar a nuestra bandera y a respetar a nuestro presidente, sea quien sea. Y el respetarlo es confiar en él. Cuando ves a un presidente hablar de números, hablar de proyectos, hablar de programas, confías en él. Los ciudadanos, en su gran mayoría, tienen la confianza puesta en ese presidente, porque dicen, porque el presidente me mentiría. Pero quienes están viviendo la realidad saben lo que está sucediendo en el país. Entonces creo que sí hubo un tiempo en el cual la comunicación de un gobernante era aceptada por los ciudadanos, pero hoy en día ya es cuestionable y es dudable, por lo que hemos vivido estos seis años. Y la gente dice, ¿será verdad? Y entonces es cuando se empieza a, el ciudadano ya investiga, ya se mete a redes sociales, ya hay otros canales para poder saber la verdad. Ya hay otras herramientas para poderse enterar de qué realmente está sucediendo en el país y en el Estado.

Robles: ¿Y este tipo de comunicación desviada, digamos, se puede considerar comunicación antidemocrática?

Entrevistado 2: Completamente. Claro, estás mintiéndole a los ciudadanos para que sigan votando por ti, pero creo que la evaluación final la vamos a ver el próximo año. Y el próximo año que nos toque elegir, a ver, Coahuila, yo siempre creo que cada elección es una evaluación. Una evaluación al trabajo y a lo que comunicaste, ¿sí? Si supiste comunicar tu gobierno, si supiste hacerle llegar al ciudadano la información necesaria para que te crea y confíe en ti y te siga apoyando, el examen es en tu elección. Y aquí Coahuila se ganó con más del 58% de aprobación. Ni juntando todos los partidos de oposición le ganaban a un gobierno que ha trabajado y que ha sabido comunicar ese trabajo, pero no solo lo ha comunicado, la gente lo ha visto y lo ha plasmado. Creo que la evaluación de nuestro país viene en el 2024 y ahí vamos a saber si el mensaje que

dio el presidente todas las mañanas convenció a los ciudadanos o los decepcionó. Entonces definitivamente yo tengo fe en que los mexicanos estamos viendo una realidad y quienes le dieron su confianza a Morena hace seis años, una gran mayoría está decepcionada del trabajo que hizo. No hablo de un personaje en particular, hablo de un partido político porque al final votaremos por un partido político, no votaremos por quien gobierna el país, porque ya no va en la boleta. Votaremos por el partido que representó este gobierno federal y si la gente cree que Morena hizo un buen trabajo y confía en lo que se les comunicó, irán y volverán a dar su confianza.

Robles: Ahora sí que veremos comunicación o realidad.

Entrevistado 2: Exacto, porque este ha sido el gobierno federal que más ha comunicado y descomunicado. Todas las mañanas vemos a un personaje informar y desinformar y que quiere influir incluso pasándose las leyes por donde quiera, metiéndose en campañas políticas, opinando sobre temas que no se deben, hablando bien de sus propios candidatos. Anteriormente se respetaban esas leyes y habrá quienes en su momento, que tal vez aquellos magistrados, gente que creía que tenía un cambio real para el país, que le apostó a esa bandera de viene a transformar México. Y estoy hablando de todos los sectores, desde el campesino que hoy busca una ventanilla para programas del campo y la encuentra cerrada, que hemos vivido la sequía más dura en este sexenio y que hubo quienes tuvieron que abandonar sus hogares porque lo perdieron todo debido a la sequía y antes existían apoyos federales para ello, para que si te estaba yendo mal dentro de tu cosecha, yo te subsidio, te subsidio el maíz, la lechuguilla, la candelilla, muchos de lo que se vivía hoy ya no existe. Hay muchos sectores, el médico, el ingeniero, el estudiante, el intelectual, el científico, el deportista, el religioso, que hoy está reflexionando si realmente su voto fue acertado o no. Ah, claro que hay un segmento de la población que recibe hoy un apoyo que no había recibido nunca en su vida, con ningún gobierno. Y que más que escuchar lo que comunica el gobierno, a ellos no les importa lo que digan, ellos dicen a mí me depositan, eso es distinto. A mí me podrán decir que se está acabando el mundo. A mí me llegan 12 mil pesos a mi tarjeta que no me los había dado ni el PRI ni el PAN ni

nadie. Y se respeta. Pero creo que somos más los que vemos ese deterioro en nuestro país. Y si realmente los programas sociales lo fueran todo, en Coahuila no hubiéramos sacado las cifras que sacamos. La gente salió a votar por quien confía, por quien le apueste, por quien quiere y cree que va a transformar su vida, su alrededor, lo que aquí me preocupa. Y esa va a ser una evaluación importante en el 2024. Creo que el presidente hizo lo que pudo y siempre lo he dicho, reconozco que se incrementó el apoyo para los programas sociales y eso es algo que tiene que perdurar. O sea, no puede llegar un gobierno a quitarlo. Tiene que llegar un gobierno a ver cómo en base a esos apoyos sigue haciendo más por los ciudadanos. Pero fuera de eso, creo que Morena desaprovechó la oportunidad de comunicar realmente lo que tenía que hacerles saber a los ciudadanos. Y hoy los ciudadanos no son tontos. Y concluyo con un ejemplo muy breve. En algún momento me tocó subir a tribuna para alzar la voz específicamente por una presa que tenemos aquí en Ramos Avispis, la presa Palo Blanco. Y el gobierno federal, a través de la Conagua, nos envía al CEAS, que es el Instituto del Agua aquí en Coahuila, el que maneja el agua, que la van a demoler, esa presa. Entonces se hace un montón de polémica, sociedad civil, porque hay animales, hay vegetación, hay peces, hay demás, hay fauna y flora que hay que proteger. Segundo, ejidatarios que viven de ahí, de ahí hay riego y de ahí se obtienen beneficios para el agua potable y de uso de riego y para el ganado. Había una gran preocupación, hoy más que nunca, vivimos, como te comentaba, la peor sequía en este sexenio y cuando deberías de construir presas, las quieres demoler. Y entonces sale la vocera del presidente después de un montón de exhortos y de llamados y de protestas, tanto del gobierno, desde el legislativo como el estatal y la sociedad civil, sale la vocera del gobierno federal a decir que no se va a demoler la presa, que al contrario, se va a rehabilitar. Eso fue hace dos años y aún seguimos esperando la rehabilitación de la presa. Ya nos conformamos con que no la destruyeron, pero ese mensaje que se dio lo escuchamos todos. Para nosotros fue un triunfo el escucharlo, un decir, valió la pena alzar la voz. Y cuando vemos pasar el tiempo y vemos que este gobierno ya se va, nos damos cuenta que nos mitieron. Yo le preguntaría a quienes escucharon ese mensaje, los campesinos, la asociación civil unidos por Presa Palo Blanco, los empresarios, los diputados, que alzamos la voz en ese entonces, si podemos seguir confiando en ese gobierno federal o no.

Definitivamente el salir a comunicar algo que no vas a cumplir, por supuesto que te va a terminar repercutiendo en la sociedad civil y te va a venir afectando. Yo no te diría nada si después de que salió la vocera, a los dos o tres meses se hubieran rehabilitado la presa. Van y votan los del egido por Morena. Es más, hasta yo me subo a reconocer en tribuna que con agua nos resolvió y aplaudí, pero no lo hicieron. Entonces, ¿por qué comunicar algo que no vas a cumplir? La gente no se lo olvida. Y si lo cumples, te premian, pero si no, te castigan. Y dudo mucho que de aquí a junio del 2024 quede rehabilitada esa presa. Entonces, definitivamente estoy segura que como es historia, hay miles donde han salido esta vocera a informar y la gente se ha decepcionado de escuchar noticias que han quedado en el aire y que han quedado como sueños, como ideas, y creo que al final de cuentas es algo que tenemos que reflexionar y que podemos cambiar el próximo año.

Robles: Ok. Bueno, pues si le parece bien, con esto concluimos.

Entrevistado 2: Muy bien.

Robles: Muchísimas gracias. Muy agradecido. Muchas gracias.

### Anexo IV. Entrevistado 3

Robles: Iniciamos. ¿Qué tal? Muy buenas tardes, Maestro Micheli Entrevistado 3. Muchas gracias por la oportunidad y por su tiempo para participar en este esfuerzo académico. Muchas gracias. Si gusta, podemos proseguir. A continuación, yo voy a empezar a platicar con usted. Le voy a hacer una serie de preguntas, pero no a nivel batería de preguntas, sino una plática muy tranquila, muy relajada. Así que, con toda la tranquilidad, la idea es que esto sea algo, algo placentero y relajado, ¿no?

Entrevistado 3: Cuando gustes.

Robles: Muchas gracias. Cuando hablamos de comunicación gubernamental, ¿qué representa esto para usted?

Entrevistado 3: Pues, en mi experiencia en el trabajo que se ha realizado desde gobiernos locales especialmente, considero que la comunicación gubernamental viene a ser una herramienta, ¿no?, de la institución que le sirve para comunicar, para comunicarse con los ciudadanos y establecer una relación con estos en función de sus fines políticos y sus fines administrativos, digamos que son los dos fines que tiene una gestión municipal, ¿no? Y para cumplir esos fines es que se apoya en la comunicación de gobierno y usa para ello la serie de gama de herramientas que existen para que ésta pueda hacerse efectiva. Llámese medios tradicionales, llámese medios, redes sociales, ¿no? Internet. Todas esas herramientas que son los instrumentos para hacer efectiva la comunicación de gobierno.

Robles: Ok, y en ese sentido, ¿qué características usted me podría mencionar que debería de contener una buena comunicación gubernamental?

Entrevistado 3: Pues, considerando que la información que maneja el gobierno se presume que es información cierta, es decir, información verdadera, por lo tanto,

cuando va a comunicar esta información a los ciudadanos debe cumplir también ese parámetro, ¿no? En todos los países existe un principio de la veracidad de la información, de la documentación administrativa, por lo tanto, si es una institución titular de un municipio, de un distrito, una provincia, o un gobierno, o un estado que quiere hacer público esa información, tiene que haber congruencia en eso, debe ser verdadera, debe ser cierta, ¿no? Y esto, dos, debe responder a los fines que este gobierno se ha propuesto, ¿no? Y esto debe ser entendible también para los ciudadanos, recordemos que no todos los ciudadanos tienen conocimiento técnico de todas las áreas que funcionan en un gobierno, ya sea local, estatal o nacional; entonces, es función del área de comunicaciones de un gobierno de traducir esa información y hacerlo entendible para los ciudadanos, para que éstos puedan apropiarse de esa comunicación de manera rápida, de manera sencilla, y puedan darle uso, ¿no? Y puedan darle uso, porque la comunicación, lo usa el gobierno con la finalidad de que el ciudadano pueda respaldar esas propuestas, esas iniciativas, ¿no? ¿Qué hace? ¿Qué hace el gobierno? O pueda respaldar las políticas de gobierno que va a implementar. Eso es por un lado, pero por otro lado también lo pone a disposición para que el ciudadano lo use como esto, estime conveniente, ¿no?

Robles: Ok, y en el mismo sentido, ¿cuáles podrían ser malas prácticas o malos elementos de una comunicación gubernamental?

Entrevistado 3: Pues yo creo que las malas prácticas están orientadas a que cuando se quiere informar al ciudadano con una información que no es cierta, se quiere, digamos, aunque suene redundante, pues se mal informa al ciudadano, ¿no? Dices, estás construyendo una obra que llevas al 60% de avance y dices que estás al 90% de avance, y ahí estás haciendo un mal uso, digamos, de la herramienta comunicativa para transmitir algo que te conviene, pero que no es, que no es real, ¿no? Entonces, estás proporcionándole al ciudadano información que no es cierta, y muchas veces el ciudadano va a tomar decisiones sobre la información que le proporciona el gobierno, y eso sería una mala práctica. Dos, esconderlo también, ¿no? O sea, por una es dar mala información, otra es esconder la información, no quieres que el ciudadano o los

ciudadanos se enteren de ciertas cuestiones que están pasando, de cierta información que ha producido el gobierno, lo escondes, ¿no? Lo haces inaccesible, lo haces difícil de entender, eso me parece que sería una segunda mala práctica. Y una tercera mala práctica, pues, sería el hecho de que no se resguarde la información, y luego de esto, los ciudadanos, o gente que no tiene nada que ver con el gobierno, esté haciendo mal uso de esta información, ¿no?

Robles: Ok, y justamente en este mismo camino, ¿qué influencia considera usted que puede tener la comunicación del gobierno en la vida democrática de un país, o de un estado, o de una región?

Entrevistado 3: Es que la comunicación gubernamental, desde mi perspectiva, cobra sentido cuando están vinculadas a los propósitos políticos del gobernante. Toda comunicación siempre está vinculada a los propósitos políticos del gobernante. El asunto está que esos propósitos políticos deben estar vinculados también con el bienestar general, ¿no?, de la ciudadanía. Entonces, la influencia que va a tener la comunicación gubernamental, o la comunicación de gobierno, en este caso, en un país democrático, es de, uno, proporcionar al ciudadano toda la información que produce una institución pública. Dos, que el ciudadano, a partir de esa información que le transmite el gobierno, pueda tomar una serie de decisiones, ¿no?, de manera libre, de manera autónoma. Y esas decisiones van a ser apoyar la propuesta o las políticas de ese gobierno de turno. O, dos, criticar esas propuestas también, que estaría en todo su derecho. O, tres, proponer alternativas de mejora, ¿no?, para esas propuestas, para esas políticas de gobierno. Entonces, lo que hace la comunicación es ser ese canal entre el gobernante y los ciudadanos para decirle qué es lo que estamos haciendo, a dónde queremos llegar, cómo queremos llegar, y también para darle las herramientas a los ciudadanos para que se involucren, ¿no? ¿Quieren involucrarse en algo? Sí. Este es el camino, esta es la ruta, esta es la información, este es el avance que se ha tenido, y ahí pueden ustedes participar. O están en contra, o están en su derecho, igual sobre esa base, ¿no? Y también va a servir para el ciudadano, para que pueda informarse, para que pueda participar, para que pueda actuar, pero también va a servir si es que es una

comunicación veraz, ¿no?, si es una comunicación que se sustenta en información cierta, va a servir para que el gobierno construya argumentos frente a sus adversarios y detractores.

Robles: Ok, y bueno, al igual que puede haber procesos de democratización en los países, ¿no? ¿Considera usted que también podemos hablar de la democratización de la comunicación gubernamental? Y si sí, ¿cómo esto podría ser?

Entrevistado 3: Usualmente estos aspectos de la comunicación gubernamental se supone que debe estar vinculado a los procesos de modernización del Estado como tal, ¿no? Pero hay una cosa y que sí, cuando se miran a los gobiernos de cerca, se observa de que muchas áreas no han seguido a la misma velocidad los procesos de modernización, ¿no? Antes los municipios eran muy cautelosos o muy cuidadosos o muy celosos, digamos, de la información que producían. No lo querían poner a disposición del ciudadano, o tenías que hacer todo un trámite para engorroso, difícil, que demoraba muchos días para que el ciudadano pueda tener alguna información de alguna área, de algún proyecto, de algún programa, ¿no? Eso se supone o se supone porque hay muchas entidades que siguen estando en esa fase, aún nos están retrasadas, pero se supone que eso debiera haber ido cambiando. Hay instituciones que ya se han dado cuenta que la información es un activo valioso, ¿no? Y que la comunicación de esta información termina siendo también un proceso que debe innovarse y que debe ser una suerte de vías, digamos, una suerte de puentes para involucrar al ciudadano en la toma de decisiones. Entonces, yo creo que se empieza ya a hablar o debería empezarse a hablar también de la democratización de la comunicación cuando se es consciente de estos aspectos, ¿no? De que la información que produce una institución es información pública, no es información propiedad del funcionario de turno, del gobernador, del alcalde o del presidente o del ministro de turno, sino que es información pública porque se trata de las decisiones que ellos toman y las decisiones que ellos toman son sobre bienes públicos. Y por otro lado, esta información también se convierte en un activo valioso para la sociedad civil, para los ciudadanos comunes, y hoy vemos que hay experiencias en diversos países que organizaciones civiles, universidades pueden, que

tienen acceso a la información, que tienen esta posibilidad de tener información, pueden a partir de esa información plantear iniciativas de mejora, de innovación, ¿no? Entonces, ahí empieza ya a democratizarse creo el acceso, ¿no? Entonces, ¿que se debería avanzar? Sí, porque creo que en este aspecto sí los gobiernos van muy retrasados, ¿no? Siguen siendo muy celosos y cautelosos. Entonces, ¿debería implementarse más el proceso de democratización de la comunicación? Creo que sí.

Robles: Entonces, así puntualmente, ¿qué características deberá tener la comunicación o la información gubernamental? Si pudiéramos decir una lista de características.

Entrevistado 3: Pues, a ver, primero que sea información verdadera, ¿no? Que sea información cierta. Si dice que gastaste tanto en tal proyecto, ¿qué es? Que se comunique de tal manera. Dos, que se comunique de forma que toda la gente pueda entenderlo. Recordemos que estamos en una ciudadanía, en una sociedad donde no todos tienen el mismo nivel de educación. Entonces, necesitamos que todos lo puedan, lo puedan entender. Y dos, que también que la gente lo pueda entender, pero que también sepa dónde encontrarlo. Porque si yo quiero saber qué calles van a cerrar dentro de dos o tres días porque necesitan mejorar, qué sé yo, la pista, la vereda, pues, debo saber dónde. Esa es una información muy básica. Pero si yo quiero saber cuántos millones está costando un determinado proyecto, cualquier ciudadano debería también tener la posibilidad de obtener esa información y decir, bueno, el proyecto o el parque que están esto construyendo en el barrio va a costar tanto y va a ser de esta naturaleza, de estas características. Cosas por el estilo, ¿no? Y obviamente debe ser siempre de buena fe porque toda información que produce una institución se presume que es de buena fe, ¿no? Y esto que responde siempre a los fines, a los fines públicos, ¿no?

Robles: Ok. Y entonces, volviendo a la comunicación democratizada, ¿qué elementos debería tener la comunicación democratizada en cuestión de su diseño, su conceptualización? ¿Qué pasos debería tomar el gobierno para desarrollar una comunicación gubernamental democratizada?

Entrevistado 3: Pues, desde mi perspectiva, tendríamos que tomar los elementos que conforman aquello que llamamos democrático, ¿no? Y hacer una especie de paralelo con la comunicación. ¿Qué es aquello que, o a qué se le llama algo que es democrático, que sea democratizado? Primero que todos los ciudadanos que participan en esa ciudad, en esa determinada circunscripción, tienen la misma posibilidad de acceso a ese objeto que sea democratizado, ¿no? Entonces, ahí estaríamos hablando de la comunicación, que es accesibilidad. Dos, que todos los ciudadanos tienen la misma oportunidad, ¿no? De esto, a partir de esa información, aportar algo, criticar, construir algo que esté también, esto, enmarcado en su ejercicio, en su libre albedrío, ¿no? Entonces, tres, la democratización también tiene que ver con el entendimiento, que creo que ya lo mencionamos, ¿no? Con que todos puedan entenderlo. Y esto, cuatro, que responda a un propósito. La democracia responde siempre a un propósito superior, que es el bien común. Y en cuanto a la comunicación, también debe responder a un propósito. ¿Cuál es ese propósito? El bienestar de la comunidad, de la gente, del municipio, del estado, del país, ¿no? Entonces, y en ese propósito de bienestar involucra a todos los ciudadanos, sin distinción de raza, sexo, edad, género, ¿no? Entonces, y ojo, recordemos que desde una institución sí se hace, se hace pedagogía social, ¿no? Porque la información que proporciona un municipio tiene varios fines. Uno de ellos es el informativo, que es el más conocido, pero luego tiene también una función pedagógica. Entonces, ya estamos viendo de que la comunicación que produce un municipio no está solo dirigida a aquellos que votan o a aquellos mayores de edad, sino también está dirigido a los pequeños. O sea, los pequeños también terminan teniendo acceso, de una u otra manera, porque son parte de la sociedad. Y el municipio gobierna para todos, no gobierna solo para aquellos que votan, gobierna para todos. Y cuando gobiernas para todos, debes pensar en todos los actores. Entonces, una comunicación democratizada tendría que pensar también en estos actores que usualmente no se ven.

Robles: Un tema de alcance, ok. Así es. Bueno, a ver, entonces, ¿usted cree o qué es lo que usted considera? ¿Que la opinión pública de los ciudadanos tiene más que ver con los resultados de la gestión de los gobiernos o tiene más que ver con las estrategias de comunicación que los gobiernos implementan?

Entrevistado 3: Pues yo creo que las opiniones que se formula un ciudadano tiene que ver mucho con qué información o a qué información ha tenido acceso, ¿no? ¿A qué información tiene acceso? Una opinión se basa siempre sobre una información, sobre un hecho, sobre una noticia. Entonces, ¿a qué tipo de información está teniendo acceso el ciudadano? Y si el ciudadano está teniendo acceso solo a información que por sus mismos medios, por su esfuerzo, ha logrado conseguir y que esa información puede que no esté validada, no esté verificada, no sea confiable, no sea cierta, pero aún así el ciudadano está en su derecho de tener una opinión. Pero él no sabe que la información que está usando no necesariamente sea la correcta. Por eso es que la función de un municipio de tener estándares altos, ¿no? De transparencia, de verificabilidad, de accesibilidad de la información. Eso era una parte. La otra parte, ¿podrías repetirlo, por favor, la pregunta?

Robles: Si la acción pública permea o no en la opinión pública de los ciudadanos, es decir, la acción que el gobierno efectivamente realiza, independientemente si la comunica o no, ¿eso impacta en la opinión de los ciudadanos?

Entrevistado 3: Pues yo creo que depende. Depende de cómo lo comunica, qué lo comunica, cuándo lo comunica, por dónde lo comunica, ¿no?

Robles: ¿Pero independientemente a la comunicación? Claro, obviamente debería permear. ¿Por qué?

Entrevistado 3: Porque los medios tradicionales y los medios, las redes sociales, digamos, quienes producen noticias, siempre buscan fuentes y se supone que una de las primeras fuentes es la información que produce el gobierno, ¿no? Esa es una. Esa información que produce ahora puede estar en distintos estamentos, ¿no? Es decir, puede estar en alguna secretaría, en algún área que no lo hace público, pero estos medios por alguna forma, por acceso a la información, por los mecanismos de transparencia, transparencia, perdón, acceden a esa información y ya a partir de eso genera noticia. O dos, porque el área de comunicación del gobierno lo hace disponible,

¿no? O sea, lo pone a disponibilidad. Entonces ahí tienes también mayor accesibilidad. Y si no lo tienes, y si no lo tienes, no lo pones, no tienes ninguna información, también va a impactar porque las, la noticia va a ser eso. O sea, la dificultad de tener acceso a la, a la información. O sea, y habrá siempre otro medio alternativo que intente reproducir información que el gobierno no, no produce, ¿no? Porque al final las noticias son sobre información y sobre hechos.

Robles: Ahora, el alcance de la acción pública realmente no impacta entonces en la opinión. O sea, quitando los elementos de comunicación, quitando los medios, el gobierno repara avenidas, repara luminarias, recoge la basura, mantiene las ciudades, hay empleo, hay riqueza, hay dinero. ¿Todo eso influye en la opinión pública de los ciudadanos por el gobierno? ¿O no impacta si no está acompañado de una comunicación?

Entrevistado 3: Pues siempre va a haber un actor que comunica, ¿no? Siempre va a haber. Pero si en este caso la gente está viendo, está observando de que hay, hay trabajo, pues quizás sí diga, bueno, no sabe qué está haciendo el alcalde, pero está viendo que están limpiándola. Puede que ahí haya esto, haya una, una influencia positiva en la opinión del ciudadano hacia el gobierno, ¿no? Pero si es que el gobierno no comunica, entonces, cualquiera es libre de tener una opinión propia sobre ese gobierno, ¿no? Sea buena o mala.

Robles: Entonces, definitivamente, desde su óptica, definitivamente la gestión pública no impacta la opinión pública. Lo que impacta es la comunicación que se genera a partir de esta gestión pública.

Entrevistado 3: Claro, yo creo que la comunicación es una herramienta clave para gestionar las acciones, programas, proyectos que tú estás teniendo, ¿no? Y la comunicación termina siendo ese vehículo, ese puente para conectarte con el ciudadano.

Robles: Ok, y bueno, ¿usted considera que la comunicación que emana de los gobiernos puede influir en la actitud de los ciudadanos ante los problemas que le aquejan? Es decir, ¿esta comunicación que un gobierno genera impacta las actitudes de las personas o puede modificar esas actitudes a la hora en la que los ciudadanos pretenden o no emprender acciones, organizarse, confiar en las autoridades en general?

Entrevistado 3: Pues yo creo que sí impactan. Mira, impactan en ambos sentidos. En principio, si estás haciendo bien las cosas, ¿no? Si estás haciendo bien las cosas y si estás comunicando, obviamente, el ciudadano va a encontrar de que ve una noticia, una información y que está diciendo que estás trabajando y ellos ven efectivamente que estás trabajando, va a encontrar congruencia y va a decir, pues es cierto, ¿no? Es cierto lo que están diciendo, pero ¿qué es lo que suele ocurrir también muchas veces? Y ha pasado en varios municipios que no haces nada o estás haciendo una gestión desastrosa sin resultados y quieres decir que todo está bien, ¿no? Entonces, algo que pasó en Lima por la que fue vacada la alcaldesa, que muchos dicen que fueron errores de comunicación, porque ellos decían que Lima estaba avanzando, que todo estaba yendo bien, que tenían actividades culturales, ¿no? Cosas que hacer, pero no estaban desarrollando proyectos de impacto, obras, o sea, ni siquiera la basura estaban limpiando bien, tenían vías paralizadas. La gente sentía que las acciones del gobierno mostraba de que no estaba haciendo un buen trabajo, pero ellos querían comunicar de que estaban haciendo un buen trabajo. Aquí no había congruencia, ¿no? No había congruencia en los hechos y en la comunicación del gobierno y el impacto que tenía en la ciudadanía era negativa. Decían, ¿cómo me vas a decir que está todo bien cuando veo que está todo mal? Hubo otro, en otro caso también que sucedió en la ciudad de Arequipa y en el Perú, en donde era un alcalde que realmente trabajaba, ¿no? Que hacía cosas bien, o sea, hacía obras y estaba inaugurando obras, estaba remodelando la infraestructura, pero esto tenía una pésima forma de comunicar, de comunicarse con los ciudadanos. Entonces, nada más la gente que vivía en la ciudad, pues veía que había obras, pero era un alcalde de toda, de todo un municipio con lugares también alejados, donde no necesariamente toda la gente sabía lo que estaba pasando en la ciudad y ahí esto, al no desarrollar una buena estrategia de comunicación, pues él frente a ellos

estaba haciendo un gobierno desastroso y tal es así que perdió la reelección, a pesar de haber sido uno de los mejores alcaldes, ¿no? Entonces, Mario Riorda tiene una frase interesante que me gusta mucho, que dice, gobierno bien pero comunico mal, solamente siempre pasa, ¿no? O esto, gobiernan mal y quieren comunicar bien, igual es incongruente la comunicación.

Robles: Y esta misma comunicación de los gobiernos, ¿qué impacto cree que puede tener ante una comunidad como tal? Es decir, en la manera que se comporta, en la manera que va a votar, a la hora de afiliarse un partido político, o sea, porque de un lado ya estamos viendo lo que son las actitudes, ¿qué actitud toma? Ya me dice que la ciudadanía se puede molestar, se puede enojar, ¿no? Y puede favorecer a la oposición del gobierno en turno, ok. Pero a nivel comunidad y a nivel de acciones que pueden tomar los ciudadanos, la comunicación del gobierno tendrá un impacto directo en esta participación de la ciudadanía.

Entrevistado 3: Buena pregunta, interesante pregunta, pero va a depender el nivel de gobierno, si hablamos a nivel local, yo creo que de una u otra manera siempre va a haber ahí una respuesta, digamos, ¿no? Una influencia sobre esa actitud, sea positiva, en algunos casos, o sea, negativa en otros, positiva cuando, pues, la ciudadanía empieza a acompañar los programas, las políticas, los proyectos de ese gobierno, ¿no? Cuando desarrolla una buena comunicación y dice, vamos a desarrollar tal o cual programa y queremos que la ciudadanía se involucre, pero para eso, pues, transmites, comunicas las bondades, los beneficios, los propósitos de ese programa y quieres que la ciudadanía cambie su comportamiento, lo acepte, lo entienda, ahí regresamos nuevamente a que debe ser una comunicación entendible, entonces, la ciudadanía va a decir, pues, sí, tiene razón el alcalde o la autoridad sobre ese proyecto, entonces, necesitamos participar todos, necesitamos involucrarnos para que salga adelante, entonces, y se apropian del proyecto, a lo que voy es la comunicación siempre está siendo una herramienta clave para que la gente se apropie, en este caso, de proyectos, de políticas y de programas, ¿no? Entonces, por un lado, pero si tú quieres hacer una obra y no logras hacer que la gente te entienda, ¿no? Si de repente la gente quiere la obra A y tú quieres ponerla B,

¿no? Por cuestiones técnicas, por criterios ambientales, por lo que fuese, pero no logras hacer que la gente te entienda, hay un tema de comunicación ahí, entonces, el rechazo que va a tener la gente, el no participar o el bloquearlo, va a depender mucho de la comunicación. Ahora, ¿cuáles van a ser las formas, las estrategias, los modos en el que vas a hacer que esa comunicación, desde el municipio, llegue y cumpla su objetivo con la ciudadanía? Ya es otra cuestión, o sea.

Robles: ¿Considera usted que la comunicación gubernamental debería ser diseñada para no excluir a nadie?

Entrevistado 3: Pues en la medida de que ésta haga respetar o se practique respetando el derecho de todos, pues obviamente que es un principio universal del pluralismo, la tolerancia, la no discriminación, la inclusión, que son principios básicos que en la administración pública deben observarse. Y tal es así, por ejemplo, que hay municipios, hay municipios en Lima, uno de los municipios de Miraflores, que ha desarrollado estrategias comunicacionales en braille, por ejemplo, para aquellos, para los cieguitos, ¿no? Es una forma de incluir a la gente, ¿no? Y entonces hay museos, los museos tienen lectura normal, pero también tienen lectura en braille, están desarrollando las bibliotecas, entonces, ¿qué tiene que ver esto de acá? No, pero es una acción, una política, no, no, pero tiene que ver con una estrategia de cómo es que estás pensando tu comunicación a nivel global, y cuando lo piensas así, a nivel global y en todas las acciones, permea en todas las acciones, ¿no? Entonces, cuando ves en esas acciones que parecen sencillas, que parecen pequeñas, pero que responden a un, a una estrategia global, ves que se está aplicando estos principios, ¿no? Estos principios de inclusión, estos principios de respetar a los ciudadanos, a los vecinos que viven ahí, ¿no? Y hacerlos, a ellos, la prioridad. Entonces, cuando el gobierno se pone ese propósito de hacer a ciudadanos su prioridad, todas las herramientas que dispone el gobierno, incluyendo las comunicacionales, se centran en eso.

Robles: Entonces, es como un, una obviedad, el hecho de que no se debe escribir a nadie, pero la pregunta, entonces, ¿está ocurriendo o no? ¿Se está haciendo o no? ¿De qué manera se está haciendo?

Entrevistado 3: Exactamente, exactamente.

Robles: Y bueno, cuando los gobernantes, dígame un presidente, un gobernador, un alcalde, cualquier nivel de gobierno, ¿acostumbran a manejar datos imprecisos, datos no verificables, o evitan dar declaraciones en determinados momentos importantes? ¿Esto cómo cree que llegue a afectar o a influir a la ciudadanía?

Entrevistado 3: Pues, si es un gobierno estatal o nacional, termina siendo perjudicial mismo, o sea, termina siendo una estrategia perjudicial, una estrategia de comunicación perjudicial por naturaleza, ¿no? Porque esto, el hecho de proporcionar datos imprecisos, siempre va a haber alguien que va a tener el dato cierto y que va a contrastar, y quedas ante eso como mentiroso, ¿no? Como, y pierdes la credibilidad, o sea, el riesgo de hacer un mal uso de la información, siendo una autoridad de alto rango, es perder la credibilidad frente a los actores sociales, frente a los medios, y frente a los ciudadanos, ¿no? Entonces, cuando pierdes la credibilidad, empiezas a perder también legitimidad. Entonces, es una práctica que considero que no debería darse, ¿no? Pero vemos en nuestra realidad en Latinoamérica como tal, que hay políticos, que hay funcionarios, que por desconocimiento, que por falta de habilidades comunicativas, no manejan bien la información, no saben procesar bien la información, o estos, porque no quieren poner la información a disponibilidad del público, la ocultan y muestran otras cosas, ¿no? Y ahí ya se está cometiendo una falta administrativa en algunos casos, y en algunos que no un delito, porque es ir contra la fe pública, ¿no? Estás faltando a los datos, en este caso, que son datos protegidos por la ley, o datos que deben responder a algún criterio o algún estándar legal.

Robles: Y al ciudadano, o sea, ¿qué actitud o qué comportamiento puede provocar este tipo de comunicación del gobierno, pensando en el individuo?

Entrevistado 3: Pues el ciudadano siempre va a tener, vamos a tener, en los ciudadanos que son críticos con el gobierno, pues van a afianzar su crítica, porque los ciudadanos que son críticos siempre tratan de informarse, ¿no? De estar, de actualizarse, de buscar fuentes de información, entonces van a reformar, van a reforzar esa actitud crítica, van a decir, ah, pues tengo razón, ¿no? De que no proporcionan información, no dice la verdad, nos quiere engañar, digamos, un tipo de ciudadano, ¿no? Que cuestiona. Y otro ciudadano, pues el ciudadano, digamos, militante o afín al gobierno que nada más ve lo que le conviene o busca formas de creer, porque hay también una especie ahí de culto a la personalidad en muchos países a los líderes, y ahí estás, estás esto, ellos van a creerlo, ¿no? Ellos sí van a creerlo, pero estás cometiendo una irresponsabilidad como gobernante, porque ellos te están creyendo, estás educándoles prácticamente ellos, ¿no? Cuando ellos quieran hablar en una conversación, van a decir, no, pero lo dijo el presidente, porque, pues, siente que la autoridad del presidente cuenta, o el ministro cuenta, pero a partir de eso están, estás haciendo mala pedagogía social, digamos, ¿no? Los políticos se olvidan de algo clave, es que cuando ellos hablan, cuando ellos declaran, están también informando y están haciendo pedagogía social, ¿no? Entonces, y tienes por el otro lado, al otro bando, obviamente, que con mayor razón va a reaccionar cuando note esos errores, ¿no? Entonces, va a depender mucho del grupo de ciudadanos, porque hay ciudadanos, como digo, los que son, los que están alineados o que son militantes, devotos del líder, pues, ya hay una especie de creencia ciega, ¿no? Entonces, ahí el irresponsable está siendo el líder, ¿no?

Robles: Ok, ya por último, maestro Michelli, muchas gracias. Ya por último, ya hemos abordado elementos de comunicación gubernamental, hemos hablado de la democratización, de la misma comunicación, hemos platicado de esquemas positivos, esquemas negativos.

Si me pudiera dar, a manera de conclusión, por palabras, es decir, unas tres, cuatro, cinco palabras que pudieran representar una comunicación positiva en el gobierno, ¿cuáles podrían ser?

Entrevistado 3: Pues, la comunicación de gobierno debe ser, debe cumplir con su fin de informar y, por lo tanto, para que cumple con esa finalidad, debe ser, debe basarse en datos ciertos, en datos reales, en datos producidos por la entidad pública, y deben estar disponibles a los medios y a los ciudadanos en general, para que todos puedan entender y acceder a ellos, y también debe cumplir su propósito pedagógico, ¿no? Que es educar a la ciudadanía, educar, sensibilizar, orientar a la ciudadanía, ¿no? Y tres, esto, un tercer criterio que debe cumplir es de ser ese puente, ¿no? De ser ese puente para involucrar también a los ciudadanos en la toma de decisiones, ¿no? Para que los ciudadanos no solo sean receptivos, sino que reciben esa información, entienden la procesa, saben de qué es, y a partir de eso también puedan actuar, puedan involucrarse en la toma de decisiones públicas. Y ahí estaríamos hablando de democracia en la gestión como tal, pero también de democracia en la comunicación, ¿no? Que ambos se complementan y ambos actúan de manera, esto, de manera progresiva y complementaria entre las dos.

Robles: Y de la misma manera, como conclusión, elementos de una comunicación antidemocrática.

Entrevistado 3: Pues, todo lo, la antítesis, ¿no? No disponible, difícil de acceder, que no tiene datos ciertos, datos, o no está bien procesada desde las entidades, ¿no? Entonces, demasiadas trabas para obtener la información, ¿no? Y esto, discriminación de los sujetos a los que se les proporciona y a quienes no se les proporciona la información, son esos, ¿no? Y esto, y pues que falten a la verdad, ¿no? Bueno, ¿algo más que usted quisiera aportar, maestro? Creo que sería todo, pues nada más que si nos falta mucho por avanzar con, en el ámbito de la modernización del Estado, enfocado en que se debe producir o se debe generar comunicación que ayude o que acompañe las políticas y los programas, pero también que permita al ciudadano involucrarse, a que puedan participar en estas políticas y programas, ¿no? Entonces, que no mire al ciudadano solo como receptores, sino como actores activos y, por lo tanto, se convierta en un canal de doble vía, ¿no?

Robles: Ok, bueno, pues muchísimas gracias, le agradezco por su tiempo y, bueno, con esto ya me ha ayudado bastante.

Entrevistado 3: Muchísimas gracias. Ok, ha sido un placer.

## Anexo V. Entrevistado 4

Robles: Podemos empezar con las preguntas y con esta plática, ¿no? Que la idea es que es una plática fluida, relajada y tranquila, ¿no? De enfoque, pues, académico y vivencial, ¿no? Mi estimado, cuando hablamos de comunicación gubernamental, ¿qué representa esto para ti?

Entrevistado 4: Yo creo que la comunicación gubernamental tiene varias vertientes. Una es la comunicación que tiene que dar el que está gobernando a los ciudadanos, tiene que ser muy transparente y tiene que ser muy directa para que se entienda en lo personal. También está hoy, que vivimos otra etapa con nuestro presidente de la República, que está dando una comunicación gubernamental de lo que acontece dentro de la política pública del país, que antes no se hacía, tú te enterabas a través de las noticias o de los medios, o en la secretaría o en cada gobierno, pues hay una comunicación gubernamental dirigida a los ciudadanos de manera institucional a través de las secretarías que correspondan.

Robles: Ok, entonces, en ese sentido, haciendo la anotación de lo que se hacía antes y lo que se hace ahora, ¿qué características tú podrías mencionar que corresponden a una buena comunicación gubernamental?

Entrevistado 4: Las características, una, informar bien, verazmente, transparentemente, directamente, y con una facilidad de palabra entendible hacia la ciudadanía, no palabras rebuscadas ni algo por el estilo. Obvio, hay iniciativas de ley que tienen que explicarse tal cual, jurídicamente, pero para mí es lo que necesita algo en cuanto a tu pregunta, tal cual como te lo comenté.

Robles: Y en negativo, ¿qué podría ser lo que tú digas? ¿Esto es una mala comunicación de gobierno?

Entrevistado 4: Pues una mala comunicación de gobierno, pues viene la otra parte, ¿no? Pues que obviamente no sea expresa en tiempo, en forma, que no sea veraz, porque a veces puedes dar una noticia y después te la cambian. Y has de recordar una cuestión que salía Fox, salía Rubén, que era el asesor, el que decía, lo que quiso decir Fox fue, ¿no? O sea, a veces podía confundir el tema. Entonces, yo creo que algo que no es comunicación es que la gente no le informen en tiempo ni en forma y con esa veracidad que requiere.

Robles: Ok, y bueno, ¿qué influencia consideras tú que esta comunicación de gobierno puede tener en la vida democrática de un país?

Entrevistado 4: La influencia, mira, va a haber un antes y un después de que acabe este gobierno con nuestro presidente Andrés Manuel López Obrador. No lo digo yo, lo dicen politólogos de analistas políticos, que es un mago y un extraordinario comunicador. Y eso la gente se acostumbró estos seis años. No sé quién llegue, el partido que sea o la persona que llegue, no sé si tenga que hacerlo o no. Sin embargo, si yo fuera cualquiera de los que llegara, yo haría algo similar con mi toque, pero sí informarle a la ciudadanía constantemente. Tal vez puede ser con un vocero, con un secretario, en algunas ocasiones yo directamente como presidente de la República, pero creo que si hay un antes y un después y ahora el presidente está dejando un precedente para la comunidad, para la sociedad. Como tú sabes, en México un gran porcentaje tienen televisión, entonces eso permite que estén informados a través del presidente. Entonces yo creo que si va a haber un antes y un después.

Robles: Y va a generar un estándar, ¿no? Para presidentes futuros.

Entrevistado 4: Sí, y yo creo que el tema de la transparencia es muy importante, es muy importante y yo creo que es fundamental en política el decir las cosas que haces. Y siempre lo decimos los políticos o los que estamos en la administración pública, hay que carackear el huevo, hay que decir las cosas, pero también no se debe de crear confusión, tiene que ser muy concreto y muy objetivo.

Robles: Ok. Oye, ya ves que a veces se puede hablar en ciencia política sobre democratización de países, de territorios, de estados, no? Hablando de comunicación gubernamental, ¿consideras que se puede hablar de una democratización?

Entrevistado 4: Sí, la democracia es una parte fundamental para cualquier sociedad, aunque hay muchos países, como tú bien sabes, pues que se dicen demócratas y no lo son, ¿no? Sin embargo, yo creo que nuestro país está totalmente avanzando muy bien en tema democrático y creo que a pesar de que duró muchos años el poder del PRI, que fue un partido hegemónico y que mantuvo mucho poder, en el 2000, en el 97 se pierde la primera cámara, que se vuelve tripartita, que nadie lo creía y luego en el 2000 hay un cambio de gobierno con nuestro presidente Fox y luego con nuestro presidente Calderón, dándole continuidad a un solo partido que gobernaba, que era el PAN. Sin embargo, tan es así que hemos avanzado en la democracia, que pues hubo una alternancia con un tercer partido que ya hoy conocemos como Morena y que seguramente en el 2030 o en el 2036 puede haber un cambio de partido, sin duda, porque eso es lo que nos permite la democracia y creo que en comunicación gubernamental es válido que esté planteado justamente este tipo de comunicación hacia los ciudadanos y que la democracia se mantenga y persista en nuestro país, como siempre ha permanecido, de una manera lo más transparente, que ha costado trabajo, pero eso ya nos tocó a nosotros. Yo te puedo decir, las veces que he votado ha sido pues totalmente libre y mi familia y todos los conocidos nunca me ha tocado algo fuera de lo común o como en Venezuela o en otros países que tal vez no quisiera mencionarlos, pero que a final del día pues sí están completamente complicados en tema democrático.

Robles: Claro, y la comunicación gubernamental democratizada, ¿a qué te suena eso?

Entrevistado 4: Yo creo que la cuestión gubernamental, comunicación gubernamental democratizada, quiere decir que también tiene que ver con el espacio que deben de tener todos los partidos políticos y la sociedad en general para tener una mejor

comunicación entre ellos, es decir, los partidos con la sociedad, la sociedad con la propia sociedad, pero también con los partidos, y que sea gubernamental, es decir, que cada instituto político inclusive tenga una forma de transmitir democráticamente sin un veto directamente de la presidencia o de la Secretaría de Gobernación. Como tú bien sabes, la Secretaría de Gobernación dice que si pasa y que no pasa, inclusive en el tema de algunos noticieros.

Robles: Ok, un poco más enfocado en la libertad de expresión, tener derecho a la libertad, ok. ¿Y qué elementos podrías decir puntualmente que debería tener una comunicación para poderla llamar democratizada? Libertad, ¿qué otra lista de características podrías mencionar?

Entrevistado 4: Pues, aparte de la libertad, yo creo que, justamente, que haya ya un tema de... podrías ser... me pones a pensar, porque la libertad es fundamental, evidentemente, para una comunicación gubernamental, pero yo creo que el libre albedrío, que a veces no se tiene, por parte, justamente, de ciertos espacios que quieren decir algo y no lo pueden decir, justamente, por este sesgo jurídico que inclusive existe. Entonces, el libre albedrío. También que exista... pues, sin duda, que sea veraz, o sea, si tiene que ser sí o sí, algo veraz. Y te voy a poner un ejemplo muy breve que pasa ahorita con el tema de Acapulco. Dijeron, es que hay retenes, nos están quitando las cosas. Ayer las noticias dijeron, a ver, de verdad, no confundan a la gente, porque entre audios que sí son, que no son ciertos, la gente no está yendo y no está llevando cosas. Independientemente que el gobierno lo haga, ya nos está mostrando la solidaridad que tenían los mexicanos cuando pasaba algo, como cuando pasó en Oaxaca, si me explico. Por ese tipo de desinformación, evidentemente, no cubre esa característica y no permite que sea democrático, porque no hay una veracidad. Entonces, tiene que ser totalmente veraz, oportuna, de buena fe, libre albedrío y no sé qué otro agregarte.

Robles: No, vamos, vamos bien. Yo no te puedo decir porque luego sesgo aquí la onda y al final lo platicamos si gustas. Sí. Ahora bien, hablando ya de efectos e impactos.

¿Cree usted que la opinión de los ciudadanos que tienen sobre sus gobiernos tiene más que ver con la acción de gobierno o con la comunicación de gobierno?

Entrevistado 4: Con la comunicación. ¿Por qué? La yo yo lo viví desde la administración pública local. La acción de gobierno es muy buena, pero si tú no lo dices, no lo haces, aunque lo hayas hecho. Se oye contradictorio, pero así es. Y te voy a poner un ejemplo. Nosotros cada vez que hacíamos algo, aparte que llamamos a la comunidad, hacíamos una comida como una tipo verbena para decirle a la gente lo que hicimos y la gente que estaba hasta el fondo de la cuadra, aunque se haya pavimentado, a veces no sabía quién lo había hecho. Entonces es más de comunicación que de acción, aunque tú lo hagas y no lo dices, es como si no lo hubieras hecho o alguien lo hizo, pero parece como si fuera magia. La gente no sabe quién lo hizo. Si el gobierno federal, estatal o municipal, entonces la comunicación es hiper importante.

Robles: Ok. Y hablando del ciudadano, del individuo, ¿tú consideras que la comunicación de los gobiernos puede influir en su forma individual de entender, confiar y participar en política?

Entrevistado 4: Sí, por supuesto. Y más hoy con la tecnología. Hoy te vuelvo a repetir. Hoy los ciudadanos también se confunden. Tú manda un un un mensaje ahorita con tu voz diciendo algo y tendrás impacto, indudablemente, con cierto grupo. Entonces yo creo que es evidente lo que me estás comentando.

Robles: Yo creo que la comunicación de los gobiernos como tal, como la comunicación que emana oficialmente de un gobierno, es que tenga un impacto en el ciudadano cuando dice, oye, yo quiero participar en política. O sea, yo lo que recibo del gobierno, lo que veo en las noticias, lo que veo en las declaraciones, lo que los políticos publican en sus redes oficialmente hablando, ¿crees que pueda tener un impacto en la manera en la que afronta los problemas? Cuando dices, es que tengo un problema en el bacheo, déjame, voy a buscar a mi autoridad, o déjame tratar de organizarme con mis vecinos.

Entrevistado 4: No, no, evidentemente no. El ciudadano no cree en el político. El ciudadano no cree en los resultados, aunque estén. El ciudadano, por naturaleza, en nuestro país, al menos yo veo, nos quejamos de todo, aunque tengamos ciertas cosas. Si tú vives en Polanco y tienes alumbrado, sí, pero hace falta la poda. Sí, pero antes había tres patrullas, ahora veo dos o ahora hay cuatro, pero ya no dan tanto la vuelta. Entonces no tiene un impacto. ¿Por qué? Porque está muy, muy dañada la imagen del político. Entonces ellos se van evidentemente a lo que ven ahí sí, caminando, y dicen, no, pues, ¿sabes qué? Este, esto falta, o sí están haciendo, pero no lo exteriorizan, sino se lo quedan. Por eso hay tanto abstencionismo. Porque no se cree.

Robles: Ok. Ahora, a nivel de comunidad, ¿tú crees que la comunicación de un gobierno, por ejemplo, en este caso, la comunicación del presidente López, o en general, este, la comunicación de algún otro gobernador, ¿crees que a nivel comunidad, lo que el gobernante les dice, los puede motivar o desmotivar, o puede influir en su comportamiento para ejercer algunos derechos, participar en elecciones, agruparse para ir a pedir algo? O sea, ¿crees que lo que ven en la tele, lo que escuchan en el radio y lo que ven en las redes, dice, me motiva, o ¿sabes qué? No, no me motiva, ni siquiera me acerco.

Entrevistado 4: Yo te voy a decir por qué creo que sí, y en el caso sí voy a mencionar, tal vez, Andrés Manuel y a, y bueno, el Estado de Monterrey, Samuel, tiene más impacto con los jóvenes, pero más que nada, el presidente Andrés Manuel. Si no tuviera esa capacidad de movilización o de mover conciencias a través de sus discursos, cada vez que convoca él al Zócalo, independientemente que pueda ser una movilización partidaria y también interna, hay una comunicación muy fuerte, y creo que si la gente también se motiva o para no votar por esa persona o para votar por esa persona. Hay mucha gente que no quiere a Andrés Manuel por lo que comunica y hay otra gente que lo adora por lo que comunica. Entonces sí es un determinante para poder llegar directamente a la ciudadanía e influir sin duda. Tan es así que el parteaguas de esta comunicación que ahora es muy digital la implementó Obama, como tú lo sabes, en una campaña arrancó con con este tipo de movimiento que ahora ya si no tienes un

TikTok, si no tienes un Instagram como político o una plataforma de diálogo, es también muy complicado de que llegues, independientemente que puedes hacerlo a nivel territorio, y es otra forma también de comunicar, pero te tardas más.

Robles: Sí, claro. Ahora, sabemos que vivimos una sociedad hiper segmentada, pero también muy diversa. Tenemos a nivel cultural, económico, origen étnico, diversidad sexual, capacidades físicas, entonces toda esta diversidad requiere un tipo de comunicación dirigida, focalizada. ¿Tú crees que el día de hoy se hace? Que se le tomen en cuenta todos los segmentos de la población o los gobiernos normalmente comunican de forma masiva y pues que lo pesque quien pueda.

Entrevistado 4: Son directrices, cada partido inclusive, cada partido político tiene una directriz y tiene, se dirige a ciertos sectores, y Morena, como es un movimiento de regeneración nacional, si te das cuenta, pues apoya mucho el tema de género, el tema de la diversidad sexual, el tema de discapacidad, pero si tú te vas al PAN, el PAN es muy difícil que vaya a votar un aborto, un tema de aborto, ¿no? Es provida, pero no va enfocado a decir, bueno, pues voy a hablarle a esas mujeres que hagan conciencia que no aborten, sino sí, como que sí brincan esos temas medio complicados. Y yo creo que hay partidos que sí comunican más, también el PRI es más abierto, ¿no? Y creo que cada partido sí trae un sesgo y por eso agarran ciertos, ciertas personas se suman a ciertos partidos políticos según hasta el estrato social. Entonces, yo creo que cada partido ya trae una dinámica muy concreta, pero todos, todos quieren sumar lo más que se pueda los derechos humanos que marca nuestra Constitución. Entonces, al final del día quieren agarrar toro, sin embargo, no se meten en temas muy concretos cuando es muy particular el objetivo que pide alguna ciudadana o algún ciudadano en lo general, ¿no?

Robles: Y cuando ya es un gobierno, cuando, que recuerdas alguna experiencia de algún gobierno estatal, federal, local.

Entrevistado 4: Que se haya enfocado en algo o que no se haya enfocado.

Robles: Saber si tú crees que ellos diversifican su comunicación o no, si consideran todos los sectores o no.

Sí los consideran, los consideran porque es algo que se tiene que hacer porque la Constitución así lo marca. Sin embargo, en la comunicación los consideran, pero lo avientan muy al aire. O sea, no es luego segmentado, si me explico. No dicen, bueno, a ver, las personas con discapacidad esto, de diversidad sexual esto. No, sino a veces lo meten en un solo esquema y va como implícito, aunque no esté implícito. Entonces tú dices, ah, es que también va dirigido para mí. Y cuando llegas a la ventanilla, sabes que no. Y a veces es, oiga, si era también para mí, sí, claro. Pero porque no tuvieron esa certeza de comunicación. Yo creo que sí hace falta más dirigir a cada segmento las propuestas o la política pública que se requiere. Ese es indudable para que el ciudadano tenga el ABC de lo que está pidiendo y lo que necesita como ciudadano en particular.

Robles: Ok. Ahora, hablando de efectos que esto causa, ¿qué crees que ocurre cuando algún gobierno, del que sea, maneja datos que son imprecisos, que no se pueden verificar, que no están basados en indicadores? O que, por ejemplo, en situaciones de emergencia o situaciones muy importantes hay una ausencia de comunicación. ¿Qué efecto crees que ocurre o qué comportamientos crees que la ciudadanía puede tomar ante un gobierno de este tipo, sea municipal, sea estatal o sea federal?

Mira, es que si tú me dices. Qué gobierno ha sido transparente con la comunicación. Por el momento no veo uno sol. O sea, eh, con esa precisión ocultan datos y te voy a poner un ejemplo en el yo trabajé en el Sistema Nacional de Seguridad Pública Federal y cuando había el Consejo Nacional de Seguridad, los números estaban terribles. ¿Y qué crees que nos decían? Tenemos que maquillar las cifras. Estas cifras no se las podemos presentar al presidente. Y todos los gobernadores, todos, sin excepción, maquillaban las cifras. De homicidio culposo, doloso y tú dices. Híjole, pero ¿por qué? Si aquí están las cifras. O sea, díganle a la sociedad dónde estamos mal, por qué estamos mal. Entonces se hacían otros gráficos donde ya se maquillaban esas cifras y ya no se

veía tan mal. Si realmente todos los gobiernos transparentaran, podría haber mejores políticas públicas porque realmente verían como tú lo dijiste, con esa métrica, con ese proceso adecuado para dar un mejor resultado.

Pero si te esconden las cosas y tú dices está bien, entonces vamos por el buen camino. Exacto.

Robles: ¿Qué efecto crees que la gente te ocurre en el ciudadano cuando un gobierno?

Entrevistado 4: La gente dice me está mintiendo, traigo otros datos.

Robles: Y puede generar alguna actitud en ellos, enojo, enojar, incertidumbre o cosas así.

Entrevistado 4: Por eso también nuestro presidente hoy tiene también mucha, mucha popularidad, porque la gente mucha se siente informada, que no le ocultan las cosas que le dicen transparentemente, sea o no sea real, porque algunas cosas tal vez puedan ser con mayor veracidad y otras puede estar este totalmente sino maquilladas, si distorsionadas al estilo, a la forma de decirlo. Pero si tiene una repercusión indudable, pero indudable. La comunicación es la base fundamental. Tan es así que Goebbels lo replicó. Era una máxima “difama, difama que algo ha de quedar”. Así es en toda la comunicación política social desde hace muchos años. Entonces yo creo que sí repercute para bien o para mal, para una decisión, para una votación, para salir a votar, para no salir a votar. Pero eso depende del sector a que te dirijas. Vuelvo a repetir, el presidente se dirige a un sector muy particular, más que a otro sector y eso también tiene una repercusión democrática.

Robles: Ok. Bueno, maestro, ¿algo más que gustarás agregar antes de finalizar con la llamada?

Entrevistado 4: No, pues lo importante es que tenemos que ser libres de pensamiento, libres de acción. Tenemos que ser ciudadanos comprometidos, que amemos a nuestro municipio, a nuestro país, a nuestro estado, que tengamos amor, pasión y visión por las cosas. Con esos tres ingredientes, sin duda, de cada uno de los ciudadanos podríamos transformar este país y no echarle la culpa a un solo hombre o a treinta y dos hombres o a dos mil seiscientos cuarenta y dos alcaldes. No, es un compromiso de todos, de estos ciento veintitantos millones de mexicanos que hay. Estés donde estés, la educación que tengas, la formación que tengas, académica o no formación, todos tenemos que sembrar amor, pasión y visión para construir un mejor país. Sin eso, no lo vamos a poder hacer nunca. Eso te lo puedo garantizar.

Desde la trinchera que estemos, hagamos lo mejor de nosotros y lo más importante, sumarnos a tanto a la familia como a los que están afuera cuando hay un problema. Y lo más importante, ser éticamente profesional en donde estés.

Robles: Ok, muchas gracias. Si quieres, con esto dejo de grabar. Sí. Perfecto.