



G CONSELLERIA
O HISENDA
I I ADMINISTRACIONS
B PÚBLIQUES
/ ESCOLA BALEAR
ADMINISTRACIÓ
PÚBLICA

EBAP Occasional Paper
Nº 3
Sèrie: 3
Abril 2018

Jornades de comunicació de Calvià: punt de trobada per a professionals del sector públic

Resum

Més d'un centenar de professionals de la comunicació del sector públic es van citar els dies 16 i 17 de novembre de 2017 a les I Jornades de Comunicació organitzades per l'Ajuntament de Calvià, en les quals es van analitzar les claus de la comunicació pública en el context de l'actual transformació digital. L'esdeveniment va reunir ponents de la talla d'Imma Aguilar, Amalia López Acera, Mayte Vañó, Víctor Almonacid i Míriam Riera, i va acollir taules de debat i tallers participatius per donar resposta als reptes de la comunicació des de les administracions públiques que giren entorn de l'ús de les xarxes socials, la gestió estratègica, el paper dels mitjans de comunicació públics municipals i la gestió transparent i eficient de la publicitat institucional.

Paraules clau

Comunicació, transformació digital, govern obert

Autora

Encarna Hernández Rodríguez és directora de comunicació de NovaGob (la xarxa social de l'Administració pública). Llicenciada en periodisme, màster en estudis sobre la Unió Europea i màster en govern, administració i polítiques públiques, cursa estudis de doctorat a la Universitat de Múrcia, dins el programa de Ciència Política i Administració Pública. És especialista en gestió de mitjans socials i en màrqueting digital.

Sobre EBAP Occasional Paper

EBAP Occasional Paper és una publicació de divulgació tècnica científica que edita l'Escola Balear d'Administració Pública en el marc de les seves competències. Com és habitual en aquest tipus de publicacions no té periodicitat, ni extensió o format reglats, els /les autors /es de cada un dels treballs són els únics responsables del seu contingut, i la seva reproducció està subjecta només a la menció del seu origen i autors / es .

Jornades de comunicació de Calvià: punt de trobada per a professionals del sector públic

La comunicació de les administracions públiques es troba sota un nou paradigma, que ve marcat per la irrupció de les noves tecnologies de la informació i la comunicació i els mateixos processos d'obertura i digitalització que viuen les organitzacions.

La presència a les xarxes socials, la necessària gestió estratègica de la comunicació, el paper que poden continuar exercint els mitjans públics tradicionals en aquest context i la gestió transparent i eficient de la publicitat institucional van ser els principals ítems abordats durant els dies 16 i 17 de novembre a les I Jornades de Comunicació des de les Administracions Públiques.

L'esdeveniment, organitzat per l'Ajuntament de Calvià amb la col·laboració de l'Escola Balear d'Administració Pública (EBAP) i la Universitat de les Illes Balears (UIB), va reunir durant dos dies més de cent professionals de la comunicació del sector públic vinguts des de diferents punts d'Espanya, i va acollir igualment la trobada de ràdios municipals que emeten a les Illes Balears, que va ser coordinat per IB3 amb motiu del 30è aniversari de Ràdio Calvià.

Les Jornades de Comunicació, a través de conferències, plafons de persones expertes, taules de debat i tallers participatius, aspiren a convertir-se ja des de la seva primera edició en un referent per a la divulgació, el debat i la reflexió sobre la comunicació de les

institucions públiques en l'era digital i del govern obert.

Tots els vídeos de les Jornades estan disponibles a la pàgina web creada a aquest efecte per la UIB.

En clau de comunicació pública

La conferència de la periodista i consultora de comunicació Imma Aguilar va obrir les Jornades, la qual va plantejar a les persones assistents un panorama de la comunicació institucional i política marcat per l'escenari digital, mòbil i en xarxa. L'espai públic es troba dominat per la imatge, per la pèrdua de protagonisme dels actors tradicionals, les emocions col·lectives, la incertesa i la volatilitat, i es gestiona ara des de la tecnopolítica, entesa com un «espai de relacions orientat a la mobilització que utilitza catalitzadors tecnològics i eines digitals per a la comunicació en xarxa».

Les xarxes socials es presenten com un dels focus més disruptius per a la comunicació de les administracions públiques. El desembarcament de les institucions públiques en aquests canals va ser abordat per Amalia López Acera (periodista de l'Ajuntament de Calp) i està suposant una transformació radical en la manera d'entendre la comunicació (oberta al diàleg amb la ciutadania) i de gestionar-la dins l'organització (com a element transversal).

L'escenari dibuixat entorn de la comunicació a través de les plataformes socials va ser analitzat sota la perspectiva de la gestió estratègica per Mayte Vañó, gestora de continguts del web El Campello Turismo i consultora d'estratègia de mitjans socials,

que va incidir en la necessitat de deixar enrere figures com la del cap de premsa i avançar en una gestió integral, global i a llarg termini a través del departament de comunicació. La definició d'objectius, la concreció de públics, la formació (dirigida a tot el conjunt de l'organització), la planificació de continguts i l'avaluació són aspectes clau d'una comunicació estratègica.

Per la seva banda, el secretari general de Consell Insular d'Eivissa, Víctor Almonacid, va aportar una visió especialment crítica de la comunicació institucional en l'era en què hauria d'estar dominada pels valors del govern obert, tenint en compte codis ètics i donant prioritat al servei públic. Una comunicació honesta, eficaç i eficient, que tanmateix es veu constreta pels interessos polítics, la demagògia i la manipulació.

Míriam Riera, la darrera de les panelistes, va abordar un altre dels reptes més presents en la gestió de la comunicació pública local: com transformar els mitjans tradicionals com ràdios, televisions o revistes a les exigències de la digitalització? Per a Riera, la clau rau a transformar, una cosa que no té res a veure amb adaptar continguts. Digitalitzar una revista pública municipal, per exemple, no és penjar-la en format PDF al web municipal, sinó cercar compromís (engagement) amb la comunitat treballant amb els continguts amb un enfocament diferent, més actualitzat i pròxim.

La comunicació de les administracions públiques a debat

Els debats de les I Jornades de Comunicació de Calvià van començar a la seua virtual allotjada a la Xarxa Social NovaGob. D'aquí

van sorgir diferents qüestions prèvies que van ser analitzades amb més profunditat a les Jornades en quatre taules en les quals es va debatre sobre els aspectes jurídics de l'ús de les xarxes socials per part d'Administracions i personal al servei públic, les noves competències digitals dels equips de comunicació, els nous models de gestió de la publicitat institucional i també el disseny i la gestió de continguts de webs públics centrats en la ciutadania.

La presència de les administracions públiques i del seu personal a les plataformes socials ens duu a plantejar-nos qüestions relacionades amb la responsabilitat del que es publica per aquests mitjans. En aquest sentit, les guies d'ús i estil es consideren essencials per regular i planificar la presència d'una institució pública als diferents canals, vitals per a la comunicació i el diàleg amb la ciutadania. Per la seva part, és més que positiu que el funcionariat treballi la seva marca personal a les xarxes socials, no només per promoure una imatge més propera i realista del treball públic, sinó també per incentivar lideratges dins l'organització.

En aquest context, en què les tecnologies socials estan transformant les maneres de fer i de relacionar-se amb la ciutadania, és vital plantejar la reflexió sobre les noves competències digitals que necessiten els equips de comunicació dins l'Administració pública. Aquí és clau la formació, el reciclatge professional, però per davant de tot un canvi de la cultura organitzativa que proporcioni el lideratge necessari per motivar i implicar totes les persones de la institució.

És igualment important dissenyar una estratègia de comunicació clara i dotar-se de recursos per implementar-la. I, dins

d'aquesta, emprendre la gestió de la publicitat institucional sota l'enfocament d'una comunicació més transparent i efectiva. L'estratègia publicitària d'una Administració Pública s'ha d'imprimir d'un marcat caràcter de servei públic i d'atenció a les demandes i les necessitats de la ciutadania.

La creixent demanda d'informació per part de la ciutadania i l'augment dels canals a través dels quals transmetre aquesta informació ens porta al debat sobre el paper dels webs públics per oferir informació centrada en les persones usuàries. En aquest punt, la clau rau a comprendre l'estructura dual dels webs públics (serveis i informació corporativa o institucional) i la necessitat d'atendre ambdós fronts comptant amb equips de comunicació preparats per fer la informació accessible, comprensible i adaptada als diferents segments de població a què es dirigeix cada informació concreta.

Els reptes de la comunicació des del sector públic

Els plafons i les taules de debat van donar pas al protagonisme de les persones professionals assistents a les Jornades amb el desenvolupament paral·lel de quatre tallers que a través de metodologies pròpies de laboratori d'innovació (cocreació) van abordar la resolució de diferents reptes de la comunicació de les administracions públiques. D'aquesta manera, amb les aportacions de les persones participants, guiades per una persona dinamitzadora, es van desenvolupar tempestes d'idees, es van cercar consensos per prioritzar-les, es van madurar i es van conceptualitzar en plans d'acció concrets.

El primer dels reptes plantejats es va centrar en «Com millorar la comunicació des dels canals municipals» i va atendre la diversitat d'eines disponibles (mitjans digitals i tradicionals) i els enfocaments tant de la comunicació interna com externa. Es va aprofundir en qüestions com la transversalització de la comunicació i en el treball de coordinació intern com a primer requisit per millorar l'eficàcia de la comunicació cap a fora.

Un altre grup va aprofundir en el repte relatiu a «Com implantar la gestió integral i estratègica de la comunicació pública a través del pla de comunicació?» incloent igualment tant el vessant intern com extern de la comunicació, i molt especialment el treball de planificació previ per definir objectius que més tard es puguin analitzar i mesurar. La implicació de tota l'organització en el pla de comunicació va ser també identificada com un element decisiu.

Les xarxes socials i «Com aprofitar-les per a una reeixida gestió de crisi?» van tornar a la palestra en un tercer repte en el qual va destacar l'exigència de disposar d'una visió proactiva (prevenció), constituir un gabinet de crisi (consensos i responsabilitats compartides), disposar d'una representació única (imatge coherent) i definir una estratègia clara per transmetre informació immediata i veraç.

L'últim dels reptes va reprendre la qüestió recurrent sobre «Com planificar la inversió publicitària de manera eficaç i transparent en una Administració pública». Van sorgir aquí propostes com la realització d'un estudi balear de mitjans i el desenvolupament d'una eina tècnica per a la presa de decisions en el repartiment de la publicitat institucional.

Tampoc no van faltar les referències a elements transversals com el canvi cultural dins l'organització i la coordinació interdepartamental i interinstitucional.

A tall de conclusió: principals aprenentatges

Les I Jornades de Comunicació des de les Administracions Públiques que tengueren lloc a Calvià ens van deixar un important cúmul d'aprenentatges que atenen 5 claus (no hi són totes, però hi ha les que hi ha):

1. Els escenaris de la comunicació digital i en xarxa exigeixen un canvi de xip a les institucions públiques. Comunicació bidireccional, escolta activa, actualització contínua, segmentació, comunitats i, abans de res, assumir que el poder sobre la comunicació ja no és només patrimoni institucional.
2. La conversa sobre la institució a Internet es desenvoluparà amb la seva presència o sense. Millor estar preparats. No ser a les xarxes socials ja no és una opció. El que determinarà l'èxit de la comunicació són les decisions sobre la seva planificació estratègica.
3. Per prendre bones decisions, envolta't de bons professionals. Les noves competències digitals exigeixen un esforç en recursos per a la formació dirigida al conjunt de l'organització.

4. La comunicació és un esforç transversal. Això implica canvis en la cultura organitzativa per implicar tots els departaments i persones en la comunicació de la institució i ser capaços de motivar i incentivar lideratges.
5. Per millorar la comunicació externa, primer millora la comunicació interna. Podríem dir que tots els camins de la comunicació condueixen a Roma, i Roma és la comunicació interna.

Linkoteca

<http://www.uibcongres.org/jornadescomunicacio/ficha.es.html>