

La crisis de las Redes Sociales de Gobierno

José Alberto García Aguilar

lic.josegarcia@gmail.com

Universidad de Guadalajara

Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, "Redes sociales y diversidad".
Año 2, Número 3, septiembre-enero 2012-2013.

Recibido: 16-08-2012

Aceptado para su publicación: 27-08-2012

José Alberto García Aguilar, posee el grado académico de Maestro en Comunicación Social e Institucional por la Universidad del Valle de Atemajac, actualmente cursa el segundo semestre de la Maestría en Gestión de Servicios Públicos en Ambientes Virtuales del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara. Funge desde hace cuatro años como Coordinador de Comunicación e Imagen de clubes Atlas, en donde ha diseñado la presencia de Clubes Atlas en entornos virtuales, coordina y gestiona contenidos para los distintos medios de comunicación.

La crisis de las Redes Sociales de Gobierno

José Alberto García Aguilar

TELCHAK

Resumen

Este documento pretende con su contenido ofrecer al lector en primer término, un breve panorama de la penetración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en México, con la finalidad, de que estos datos le permitan tener una mejor noción del estado actual del entorno que circunda a los medios de comunicación a través de Internet.

Posteriormente presenta un análisis sobre las redes sociales, como actores fundamentales de las estrategias de comunicación en Internet de los gobiernos en México a nivel local, estatal, federal. También se hace un comparativo con las plataformas de otros países, a partir de una serie de ejercicios y resultados aplicados a distintas herramientas de comunicación del gobierno electrónico; con lo cual, posterior a la revisión de las pruebas presentadas, el lector pueda decidir si las actuales prácticas del Gobierno Electrónico en nuestro país, incluyendo a las redes sociales, son las correctas para establecer un puente virtual entre gobernantes y gobernados. Una conexión que además de permitir la retroalimentación de ambas partes, sirva para impactar positivamente la calidad de vida de la ciudadanía, a través de la correcta entrega de información, comunicación y servicios. Posteriormente se expone la conclusión del autor.

Palabras clave

Redes Sociales, Gobierno Electrónico, Comunicación.

Abstract

This document in first term, pretend to provide the reader a quick glance of the penetration of Information and Communications Technologies in Mexico, these data will allow him to build its own image of the current status of the social communications thru Internet.

Afterwards, it presents an analysis of social media networks, as key players in the Internet communication strategies of governments in Mexico at the local, state and federal level, and also a comparison with other countries accounts, different exercises applied to a variety communication tools of electronic government and its results. After a review of the evidence, the reader would be able to decide whether the current practices in social media networks on e-government platforms in Mexico, are the correct ones to establish a virtual bridge between rulers and ruled, a connection that besides allowing feedback to both sides, allows to impact positively the quality of life of citizens, through the proper delivery of information, communication and services, or not. Subsequently, the author draws the conclusion.

Keywords

Social Media, Electronic Government, Communication.

Introducción

Al día de hoy, las redes sociales han construido un paradigma sobre la forma en que se comunica el ser humano. En México, ya hace algunos años comenzó a circular el rumor de una nueva red en Internet que es la panacea con respecto a la forma de establecer conexiones sociales, una red que permitía a través de una interfaz amigable que cualquiera podía utilizar sin requerir estudios especializados: subir fotografías, compartirlas, conectar con amigos, conversar con ellos y establecer amistad con amigos de los amigos. A marzo de 2012, Facebook reportó 901 millones de usuarios activos mensuales.

Y es que si bien estos medios sociales no representan la última frontera en el rubro de la transmisión de mensajes, hoy han desbancado a muchos de los medios tradicionales de comunicación con respecto a la inmediatez de la difusión, y gracias a su capacidad de interacción entre los usuarios, algo imposible de llevarse a cabo a través de los medios masivos de comunicación.

Hoy las noticias son publicadas en Twitter antes que en otro medio de comunicación, hoy las publicaciones en redes sociales de líderes de opinión y personajes famosos se convierten en noticias en la televisión y la radio, ¿Qué dijo quién y por qué medio? es el pan nuestro de cada día, y es que el fenómeno como tal, dejando de lado los nombres y apellidos de las plataformas es impresionante, nunca imaginamos tener una línea directa para conocer el pensamiento de los nombres más importantes a nivel internacional en 140 caracteres.

Sin embargo, las redes cobraron mayor importancia cuando se concibieron plataformas especialmente diseñadas, como medio de difusión comercial para que las marcas dieran a conocer sus productos y servicios, convirtiéndose en objetivo general, el establecer un lugar en el ciberespacio donde los consumidores pudieran intercambiar mensajes con la marca, la cual a la vez pueda atender quejas y sugerencias y darle seguimiento a casos en particular.

Estos beneficios no pasaron desapercibidos para los Gobiernos en México y todo el mundo, quienes vieron en estas plataformas un canal informativo a bajo costo, con alto potencial e impacto medible, el cual podía rápidamente incorporarse al arsenal de herramientas de Gobierno Electrónico a su servicio. Finalmente, una marca pudiera considerarse sinónimo a un partido político en turno en el poder, el pago a la marca es la compra de sus productos y servicios, y el pago al partido son los votos en la próxima elección.

Actualmente usted podrá comprobar que muchas, si no es que la mayoría de las empresas cuentan con enlaces a redes sociales en sus medios de promoción o publicidad, lo mismo sucede con las entidades gubernamentales. La mayoría de entidades de gobierno se encuentran en pañales en el manejo eficiente de sus herramientas electrónicas, las dependencias fueron sorprendidas y consumidas por la vorágine que generaron las redes sociales y terminaron por subirse al tren que exitosamente dirige un empresario de 28 años.

En este documento se analizará de manera somera la administración de las redes sociales Gubernamentales, como instrumento integrador de las estrategias de Gobierno Electrónico, este análisis cobra importancia en tiempos electorales, ya que parece que los actores políticos y sus estrategias de comunicación, buscaron convertir cualquier medio de comunicación en pedestal político para replicar su discurso; este análisis pues, se centrará en la plataforma Facebook, ya que como más adelante se describirá es la red con mayor número de usuarios en nuestro país, pudiendo también involucrar algunas otras medios de comunicación electrónicos, al término del análisis el lector podrá discernir si las actuales prácticas gubernamentales en estos medios, son benéficas o generan un impacto para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Desarrollo

¿Qué representa Internet y Facebook?

Al mes de mayo de 2011, en el mundo existían 1,374 millones de personas conectadas a la red de redes, un 10% más que el año anterior, la región de Asia -Pacífico aumentó un 15% con respecto al 2010 sumando un total de 562 millones de internautas, le sigue la región Europea, Norteamérica, Medio Oriente- África y finalmente Latinoamérica con 118 millones de usuarios¹.

En nuestra región el usuario es joven, lo cual representa que el mercado Latinoamericano aún está en etapa de maduración y esto significa crecimiento, el 62% de la audiencia de Internet en la zona tiene entre 15 y 35 años de edad.

En 2010 la plataforma E-Mexico reportó como indicadores básicos de la Sociedad de la Información y el conocimiento, que el país contaba con 32.8 millones de usuarios de Internet, 6.2 millones de hogares con conexión a Internet, 89.9 millones de usuarios de telefonía móvil, 10.8 millones de suscriptores de banda ancha², al cierre de 2011 la COFETEL reporta que en México existen 40.6³ millones de usuarios de Internet. Estas cifras permiten dimensionar el mercado meta que tienen en nuestro país las aplicaciones, interfases, programas y tipos de redes sociales que constantemente se están lanzando en el mundo de la tecnología.

Del universo retratado con antelación, más de 115 millones de visitantes de redes sociales provienen de Latinoamérica, siendo las 5 redes más visitadas en orden de mayor a menor: Facebook, Windows Live Profile, Orkut y Twitter⁴.

1 Redes Sociales en México y Latinoamérica 2011. Septiembre, 2011 México, Distrito Federal. AMIPCI. En www.amipci.org.mx Recuperado el 10 de junio de 2012 de <http://www.amipci.org.mx/?P=estnatecnologia>

2 Sociedad de la Información y el Conocimiento, Cobertura social. Plataforma e-México 2012. En www.e-mexico.gob.mx Recuperado el 10 de junio de 2012 de <http://www.e-mexico.gob.mx/inicio>

3 Agenda Digital MX. En www.agendadigital.mx Recuperado el 10 de mayo de 2012 de <http://www.agendadigital.mx/descargas/AgendaDigitalmx.pdf>

4 Estudios AMIPCI. En www.amipci.org.mx Recuperado el 27 de junio de 2012 de <http://www.amipci.org.mx/?P=estnatecnologia>

En el ámbito mundial la red Facebook reporta a marzo de 2012: 901 millones de usuarios activos mensuales, 80% de estos se ubican fuera de EEUU y Canadá, un promedio de 526 millones de usuarios diarios, 500 millones de usuarios activos al mes que utilizan la plataforma en dispositivos móviles, 398 millones de usuarios que utilizan la plataforma por lo menos 6 horas, 7 días a la semana⁵.

En 2011 el mercado en nuestro país reporta que 6 de cada 10 internautas mexicanos acceden a alguna red Social, el 60% de estos lo hace diariamente, Facebook se erige como la red social más utilizada por el 39% de los usuarios, Youtube como segunda con el 28% y Twitter en tercer lugar con el 20%. 9 de cada 10 personas utilizan las Redes Sociales para comunicarse con familiares y amigos, con respecto a Facebook el 36% establece una conexión a estas redes con duración de 1 a 3 horas, es importante destacar que casi el 40% de los internautas en México se encuentran de acuerdo con la publicidad dentro de las Redes Sociales, en contraste del 17% que les disgusta⁶.

Esta tendencia global, ha llevado y llamado a que las compañías, instituciones privadas o públicas y gobiernos de todo el mundo, incursionen en las redes

sociales, un terreno para la gran mayoría desconocido, esto ha causado que constantemente incurran en malas prácticas, en este entorno el consumidor de información ha tomado un rol preponderante, como participante activo en la construcción de la imagen de las marcas léase también: partidos políticos.

Malas Prácticas

La problemática parece emerger cuando las herramientas de Comunicación del Gobierno Electrónico, pierden su objetivo que es permitir la comunicación entre Gobierno-Ciudadanía y viceversa. ¿Qué implica la Comunicación?, implica interacción, que es la acción de intercambiar información entre emisor y receptor-, y sufren una mutación para convertirse en medios de promoción política, esto desde luego incluye también a las redes sociales.

Con la finalidad de conocer un poco el comportamiento de las entes gubernamentales en las redes,

5 Newsroom. Key Facts. Facebook. En www.facebook.com Recuperado el 18 de junio de 2012 de <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>

6 Hábitos de los usuarios de Internet en México. Mayo 17 de 2011. AMIPCI. En www.amipci.org.mx Recuperado el 27 de junio de 2012 de <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=102&Type=1>



se llevó a cabo un análisis a 6 cuentas de redes sociales de distintos niveles de gobierno: municipal, estatal, federal e internacional, considerándolas medios de comunicación e interacción que fomentan la participación ciudadana y la construcción de la democracia, casi todas las entidades analizadas cuentan con estos medios, excepto la delegación Magdalena Contreras del Distrito Federal, las plataformas más utilizadas de mayor a menor frecuencia son Facebook, Twitter y Youtube.

Sin embargo, el hecho de que cuenten con estos medios no garantiza su correcto uso, el cual debe estar encaminado a la atención e interacción con la ciudadanía, las únicas entidades nacionales dentro del análisis que se pudieran clasificar como comprometidas con la participación ciudadana fueron, Querétaro y Bahía de Banderas, quienes responden todos los comentarios ciudadanos en sus redes, las otras se puede considerar que tienen nivel de interacción bajo, ya que la gran mayoría utilizan estos medios únicamente como tableros de avisos electrónicos y en el peor de los casos como pedestal de promoción política, en muchos casos las plataformas están interconectadas y al publicar una nota, en cascada se actualizan todas, pero no interactúan, no orientan y no canalizan al ciudadano.

En México no existe una cuenta de Facebook institucional para la Presidencia de la República, el enlace encontrado en el sitio web www.presidencia.gob.mx dirige a la cuenta de Felipe Calderón Hinojosa, Presidente de la República Mexicana⁷ con 414000 "me

gusta", ésta, se utiliza únicamente para publicar información unidireccional y no establece una interacción con la ciudadanía, permitiendo que los visitantes ciudadanos exclusivamente comenten las noticias que ahí se publican; en la cuenta del Gobierno del Estado de Jalisco⁸ que cuenta con 7921 "me gusta", permiten que los visitantes publiquen, pero no ofrecen respuestas a cualquier tipo de comentario, esta cuenta es utilizada como un monólogo electrónico que replica información generada en la bitácora en línea <http://noticiasdelgobiernodejalisco.blogspot.com/>, en el contexto internacional el mismo fenómeno se presenta en la plataforma del Gobierno Chileno⁹.

Por fortuna no todos los gobiernos ostentan esta mala práctica, el caso de los Estados Unidos de Norteamérica¹⁰ es distinto, su plataforma de facebook responde a la mayoría de los comentarios de la ciudadanía y también permite que generen publicaciones en el muro principal del sitio web, ninguna otra de las cuentas gubernamentales lo permite, con ello, logran que la sociedad perciba atención por parte del gobierno, aumenta considerablemente los niveles y calidad de la participación ciudadana facilitada por las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC).

La implementación correcta de las TIC, contribuye a aumentar la transparencia de los gobiernos de cualquier país, mejora la rendición de cuentas y el derecho a la información. Las herramientas de comunicación que estas tecnologías disponen al ciudadano, constituyen per se un avance.

7 <https://www.facebook.com/presidentefelipe-calderonhinojosa>

Facebook. En www.facebook.com Recuperado el 27 de junio de 2012

8 <http://www.facebook.com/GobiernoJalisco> Facebook. En www.facebook.com Recuperado el 27 de junio de 2012.

9 <https://www.facebook.com/gobiernodechile> Facebook. En www.facebook.com Recuperado el 27 de junio de 2012.

10 <https://www.facebook.com/USAgov> Facebook. En www.facebook.com Recuperado el 27 de junio de 2012.



El gobierno electrónico debe trascender como el móvil para ofrecer una mejor prestación de servicios públicos, y mejor atención a los ciudadanos, sin embargo, es preciso interactuar y comunicarse con la ciudadanía, la implantación de los medios de comunicación electrónica, puede resultar negativa cuando el usuario descubre que la mayoría de las herramientas en línea no funcionan, esta percepción afecta de manera permanente la imagen del gobierno.

Las redes sociales no son la única herramienta que los gobiernos no utilizan de la mejor forma, instrumentos de comunicación tan elementales como los correos electrónicos, fichas de contacto y enlaces en tiempo real (chat), sufren también de malas prácticas, como prueba los siguientes ejercicios ejecutados tanto en el portal www.jalisco.gob.mx y www.zapopan.gob.mx.

1. Fueron enviados correos electrónicos a 6 Secretarios del Gobierno del estado de Jalisco y al Gobernador, en esta comunicación se les solicitó dieran respuesta a la pregunta ¿qué impacto genera la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y las estrategias de Gobierno Electrónico en los ciudadanos?, los funcionarios seleccionados al azar fueron:

- Carlos Eduardo Anguiano Gómez / Secretario de Planeación
- Emilio González Márquez / Gobernador del Estado
- Víctor Manuel González Romero / Secretario General de Gobierno
- Diego Monraz Villaseñor / Secretario de Vialidad y Transporte
- Miguel García Santana / Secretario de Desarrollo Humano
- Jesús Alejandro Cravioto García / Secretario de Cultura
- Jaime Eduardo Martínez Flores / Secretario de Promoción Económica.

La solicitud de comunicación les fue enviada el martes 28 de febrero de 2012 a los correos publicados en el sitio www.jalisco.gob.mx¹¹, el 03 de marzo de 2012 el único comunicado que se había recibido fue el de Arq. Elvira Ponce de León Pérez, Directora de Planeación

Municipal en representación de Carlos Eduardo Anguiano Gómez, Secretario de Planeación del estado de Jalisco, en el correo ella mencionó lo siguiente:

El presente Gobierno de Jalisco adoptó compromisos estatales en cuanto a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) que se alinean a la estrategia nacional e-México para reducir la brecha digital, comprometida por México y países miembros de la ONU, en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, en Ginebra, 2003 y Túnez 2005 y que se materializaron en la generación y puesta en marcha de la Agenda Digital de Jalisco 2013 (ADJ 2013), misma que se puede consultar en: <http://seplan.app.jalisco.gob.mx/biblioteca/ficha/ver/528>

Si bien, únicamente el representante de un secretario de gobierno respondió al cuestionamiento, esta respuesta representa tan solo un 16% de retroalimentación en el proceso de la comunicación, a través de una de las herramientas básicas para establecer un dialogo en Internet, el hecho se torna preocupante cuando uno de los objetivos del Gobierno Electrónico, es establecer canales de interacción y retroalimentación entre emisor y receptor, y otro emanado de las políticas de la Agenda Digital MX, es acercar el gobierno a la ciudadanía, lo anterior nos genera los siguientes cuestionamientos, ¿cómo pretenden los gobernantes que la sociedad se comuniquen con ellos?, ¿cuál es el fin de publicar sus direcciones de correos electrónicos?

El ejercicio realizado se llevó a cabo a través de correos electrónicos, éstos, son una herramienta básica del Gobierno Electrónico, si este canal de comunicación no cumple su finalidad eficazmente, ¿qué puede el ciudadano esperar de los otros medios?

2. Durante el análisis de algunos de los enlaces a redes sociales, previos a los comicios electorales del 1 de julio de 2012, nos encontramos muchos hipervínculos rotos y existía una leyenda que indicaba que por disposiciones del IFE no se podía proporcionar información, en el caso específico del sitio del gobierno del municipio de Zapopan¹², al in-

11 Directorio de Funcionarios. Gobierno de Jalisco. En www.jalisco.gob.mx Recuperado el 28 de febrero de 2012 de http://www.jalisco.gob.mx/wps/portal/!ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3ifEB8PY68gIwN_Ex9jAyM3fx9HlyBXAxMfI6B8JE551CCgOxxkH379I-HkDHMDRQN_PiZ83Vb8gN8Igy8RREQCNUwxh/dl3/d3/L2dJQSEvUU-t3Q59ZQnZ3LzZFTFRMSDNKujIwMDIIMDBJMDFFRUIVREJHSjQ/

12 H. Ayuntamiento de Zapopan. En www.zapopan.gob.mx Recuperado el 27 de junio de 2012 de www.zapopan.gob.mx

gresar en la sección principal había un cartel electrónico que informaba lo siguiente:

En términos a lo dispuesto por el artículo 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, durante el tiempo que comprendan las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada comicial, debe suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental. Por ello del 30 de marzo al 1 de julio de 2012, inclusive, se suspenderá el acceso a las secciones de este portal de Internet que contienen difusión de programas, acciones, obras o logros de gobierno.

Ante este hecho y como parte de este ejercicio, se tomó la decisión de solicitar asistencia con un operador del enlace de comunicación en vivo (chat), con la finalidad de conocer el por qué suspendieron el uso de su red social Facebook, si la Constitución Política¹³ de nuestro país, especifica únicamente suspender la difusión de propaganda gubernamental, lo cual no implica la comunicación entre el gobierno y la ciudadanía, a continuación podrá usted apreciar el dialogo que se llevó a cabo:

- Operador: *Hola, buena tarde le atiende Mónica López ¿Puedo orientarlo en algo?*
- Ciudadano: *Por qué suspenden la difusión en redes sociales?*
- Operador: *Disculpe las molestias, pero se debe a las Campañas Electorales que se están llevando acabo.*
- Ciudadano: *si pero me puede explicar por qué la información que publican afecta a las campañas?*
- Operador: *porque si así fuera, solo contaríamos con información del partido que rige Zapopan, y eso es desleal para los otros partidos, por esa razón.*
- Ciudadano: *Pero entonces, la información que normalmente publican que obviamente es de interés de todos los que habitamos en este municipio independientemente de las elecciones es tendenciosa y le da promoción al partido en turno?*
- Operador: *Así es.*
- Ciudadano: *Gracias.*

Las herramientas del Gobierno Electrónico dentro de las que se incluyen las redes sociales, tienen el potencial para constituirse como excelentes medios de comunicación al servicio de la ciudadanía, entre gobiernos y con el sector privado, desafortunadamente, en la actualidad hemos constatado que las malas prácticas de los actores de la gestión pública en sus herramientas electrónicas, han desvirtuado en su totalidad el objetivo tanto del Gobierno Electrónico, -que busca la implementación, adaptación y medición de las herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en la gestión pública para el beneficio de la sociedad-, como de Facebook, la red que más se utiliza en nuestro país, la cual tiene como meta hacer un mundo más abierto y conectado¹⁴.

Si visualizamos la búsqueda del impacto social positivo y benéfico para la sociedad, como móvil para el uso estas tecnologías, nos lleva a cuestionarnos si el manejo actual de las redes sociales ¿es el correcto para ayudar establecer una interacción entre el gobierno y la ciudadanía?, una interacción entre emisor y receptor, en la que fluya la información y a su vez intercambien roles en el proceso comunicativo. Cuando los titulares de una dependencia gubernamental no responden algo tan sencillo como un correo electrónico ¿qué impacto se genera en el ciudadano?

Más allá del uso erróneo de las herramientas en si, se detectó un problema comunicativo que agobia a todos los niveles de gobierno en nuestro país, su discurso mediático es tendencioso en favor al partido político en turno, cuando este debería ser imparcial, en consecuencia el gobierno durante los comicios políticos coarta el flujo de la información a la ciudadanía, porque sabe y considera propaganda política su información, eso no debería suceder, los medios de comunicación gubernamentales destinados a mantener informados a la ciudadanía, no deben ser rehenes de colores partidistas.

El uso que algunos países le dan a estos canales, debe ser ejemplo para muchos gobiernos en México y en América Latina, resulta inquietante que la constante pareciera ser, que los actores de la gestión pública en nuestro país lo que menos buscan es tender redes para socializar

13 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. En www.diputados.gob.mx Recuperado el 27 de junio de 2012 de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>

14 Facebook, Misión, 4 de febrero de 2004. En www.facebook.com Recuperado el 02 de marzo de 2012 de <http://es-es.facebook.com/facebook/info>

con la gente, es necesario que los administradores de estas plataformas constantemente se documenten de las mejores prácticas y con base en su público meta, adapten los procesos comunicativos a través de estos medios, pero es más importante aún que

quien es gobernante, deje de tenerle miedo al flujo libre de información objetiva hacia la ciudadanía, y permita que estos medios salgan de su crisis, comiencen de cero y puedan ser moldeados por su audiencia, para que empiecen a cumplir su función primaria: Comunicar.

¿Cómo citar?

GARCÍA AGUILAR, J. A. (2012, septiembre). La crisis de las Redes Sociales de Gobierno, en *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Año 2, Número 3, septiembre-enero 2012-213.