

María José Canel. *La comunicación de la administración pública: Para gobernar con la sociedad.* México: Fondo de Cultura Económica, 2018. 542 páginas. ISBN: 978-607-16-5942-2.

Alejandro MORENO

Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)

¿Cómo comunicar, desde la administración pública, las intenciones y acciones de gobierno en sociedades desconfiadas hacia la clase política, expuestas a una creciente politización de la comunicación y en ambientes de posverdad? ¿Hasta qué punto la comunicación correctamente planteada podría no ser efectiva ante esas circunstancias? Esas son las preguntas centrales que se abordan este volumen. Los retos de la comunicación gubernamental son enormes, nos dice la autora, y por ello, ofrece una rica colección de conceptos y estrategias para los encargados de la comunicación gubernamental y para todos los interesados en entenderla, incluidos los investigadores académicos y estudiantes.

La comunicación y la opinión pública están fuertemente relacionados. A través de las encuestas solemos estudiar los posibles efectos y alcances de la comunicación en las sociedades, pero ésta también requiere un entendimiento directo de su naturaleza, sus propósitos, sus recursos y sus formas. Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra, María José Canel Crespo ofrece un menú de opciones para ello, y en su libro desarrolla un marco conceptual, esquemas organizacionales prácticos, y ejemplos que buscan ilustrar qué funciona y qué no funciona en la comunicación actual.

El libro se compone de siete partes, con varios capítulos cada una. En la primera parte, Canel señala el equilibrio entre teoría y práctica que debe lograr la comunicación, y la necesidad de que ésta se convierta en un valor público. En la segunda parte se plantean las principales problemáticas a las que, según la autora, se enfrenta la comunicación actual: la desconfianza social, la posverdad y la politización de la comunicación. Bien pudiera aquí caber el tema de la desinformación. El declive de la confianza en el gobierno ha quedado documentado en diversas encuestas y no parece haber cambios al alza. Aunado a esa desconfianza también impera un ambiente de verdades alternativas que contribuyen, para citar lo que a su vez es una cita en el libro, “a una sistemática desconfiguración de la realidad”. Y, finalmente, la

politización de la comunicación, que refleja una constante labor por generar apoyos rumbo a elecciones, como si la comunicación tuviese un caudal que desemboca, siempre, en el delta de la urnas. Aquí podría también tener cabida el tema de la polarización.

La tercera parte del libro se enfoca al contexto de la comunicación actual en la era de Internet y las redes sociales, en las ventajas que éstas han abierto a los procesos de comunicación gobierno-ciudadanos en un esquema de horizontalidad, y en las dificultades y retos que ese mismo contexto significa. Como sería de esperarse, se abordan temas como el cambio generacional, big data y los nuevos hábitos, costumbres y expectativas de la era digital. En ese contexto, la transparencia se vuelve no solamente un tema vinculado a la gobernanza y la democracia, sino una realidad en el escrutinio y monitoreo cotidiano de ciudadanos al gobierno, con el elemento agregado de las redes sociales. Canel se pregunta: ¿Qué es y qué implica un gobierno abierto? ¿Qué papel juega la comunicación de la administración pública en un gobierno abierto?

La cuarta parte plantea la necesidad de escuchar para gobernar con la sociedad. Para Canel, esto significa una constante interacción entre la administración pública y la ciudadanía, entre el gobierno y la gente, y se señalan los costos y problemas de no escuchar. Pero, ¿cómo escuchar y qué escuchar? Quizás esta pregunta podría haber tenido respuestas más especializadas en el pasado, más focalizadas a ciertos públicos y ciertas temáticas, pero, según se plantea en el libro, la era de big data amplía la posibilidad de escuchar más y a más. Esto puede generar una riqueza analítica extraordinaria, pero también asuntos de privacidad y limitaciones éticas. ¿Cómo llegar a un buen balance?

La quinta parte se enfoca a las características organizacionales de la comunicación. En esa sección, el libro se convierte en un manual de lineamientos prácticos, logísticos y organizacionales para quienes, desde la administración pública, están encargados de la labor de comunicar. Eso incluye organigramas, división de tareas, la articulación de mensajes, la selección de palabras y frases, y la coordinación de la comunicación entre distintas ramas de la administración pública. Aquí se deja ver el entramado del flujo informativo dentro del “laberinto” de gobierno. Canel logra describirlo y simplificarlo, pero resalta la enorme complejidad de la comunicación gubernamental y los retos que tiene frente a sí. No es raro toparse con gobiernos que sufren descoordinación en su comunicación y que, ante las reacciones en redes sociales, recurren a la tarea de “apagafuegos”, como les llama Canel.

La sexta y séptima partes plantean la necesidad de evaluar la comunicación y su impacto. No basta con enviar el mensaje; también es necesario saber, en la medida de lo posible, hasta dónde y hasta quienes llega, y qué posibles efectos tiene. ¿Con qué opciones cuenta la administración pública para hacer ese tipo de evaluaciones? Canel reflexiona en torno a ejemplos de campañas de salud y concientización, lo cual resulta muy interesante dado que el libro se publicó por lo menos un año

y medio antes del surgimiento de la pandemia de COVID-19. Ha habido una gran curiosidad académica y práctica en cómo actuaron los gobiernos ante la pandemia, pero la atención en cómo comunicaron ha sido menor. El libro de Canel nos invita a valorarlo. Entre los retos futuros de la comunicación, la autora nos recuerda que las sociedades están cambiando rápida y continuamente, y por ello los ajustes en los procesos de comunicación son cruciales. Quizás es el cambio lo que más caracteriza a la sociedad actual y, hasta cierto punto, a los gobiernos. La pandemia no hace más que confirmar un patrón de cambios.

Termino esta breve reseña con una anécdota personal. Tuve la oportunidad de participar en la presentación del libro de María José Canel en la Ciudad de México, en octubre de 2018. Entre los presentadores también estuvieron dos personajes muy cercanos a la labor de comunicación gubernamental en México: Rubén Aguilar, quien fue vocero del Presidente Vicente Fox (2000-2006), y Jesús Ramírez, vocero en ese momento del Presidente electo, Andrés Manuel López Obrador, y encargado de Comunicación Social ya en el gobierno de AMLO (2018-2024). En el libro, Canel planteó la necesidad de un equilibrio entre la teoría y la práctica comunicacionales; en la presentación, me quedó la sensación de que también es fundamental un equilibrio entre acción y comunicación, la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace. Aunque Canel lo aborda de forma indirecta, quizás el aspecto que más percibo por su ausencia es una reflexión acerca las tenues fronteras entre comunicación y propaganda. Con todo, quienes buscan entender y documentar la opinión pública, sus nuevas dinámicas ante el cambio tecnológico, generacional e informativo, ante los replanteamientos de la democracia en un contexto de retóricas populistas y de verdades alternativas, y otros aspectos del complejo fenómeno de la comunicación política, recomiendo mirar el libro de Canel, ya sea entero o las secciones y capítulos que más respondan a la curiosidad del lector. Por su diseño didáctico, la obra tiene ese rasgo de referencia a la que se puede volver una y otra vez.

