



# La Comunicación Gubernamental en situaciones de crisis (el institucionalismo)

Dra. Mercedes Cancelo Sanmartín  
Universidad de Málaga

# Introducción



San Agustín: “en la vida práctica debemos nuestras creencias a la autoridad”

# El institucionalismo



- Desconfianza basada en la forma de actuar (instituciones del sector público, instituciones del sector privado y sin ánimo de lucro)(ejemplo USA Baby Boom-desde finales de los años 50’).
- Incidencia del institucionalismo en la agenda: educación, pobreza, regeneración urbanística (ciudades amigables), sanidad, protección medioambiental integral, justicia étnica, igualdad, aspectos relacionados con la seguridad del consumidor.
- Evaluación y valoración del rendimiento del Estado de Bienestar y su aplicación

# El institucionalismo



- Miras en el tercer sector (ONGD's) como elemento corrector de los excesos del crecimiento de la actividad estatal y del “capitalismo irresponsable”.
- Las crisis de las ONGD's, casos en USA The United Way y la Cruz Roja. United Way sustracción de fondos por parte de directivos para usos particulares(2004-2005). Cruz Roja, uso de campañas de emergencia para desastres, uso de fondos para asignación a otros gastos de la organización (victimas del 11-s, 500 millones de dólares para otros usos, dimisión de Dra. Bernadine Healy)



# El institucionalismo

- Visión de Hecló (2010): “porque los hombres no somos ángeles, recurrimos a las instituciones y a sus normas y criterios: para que ayuden a frenar y canalizar los habituales impulsos humanos que nos incitan a mentir, hacer trampa y robar....Cuando las instituciones se convierten en escenarios para expresar y facilitar la codicia, la lujuria, la cobardía y el egoísmo, lo que contemplamos no es algo natural, sino corrompido “



## El ciudadano institucional

- La sensación ciudadana ante los fallos de confianza institucionales es de falta de fe en el sistema y posteriormente en deslegitimación del aparato institucional. La comunicación es la pieza clave para mantener la confianza y reconstruir la reputación de las organizaciones ante la ciudadanía.
- Percepción de que hay más deslegitimación.

# El ciudadano institucional

- El actuar ciudadano como elemento clave en el desarrollo institucional.
- La normalización del proceso a través de la acción ciudadana. Su incidencia en la agenda (nuevos medios).
- El conocimiento longevo de la institucionalización social como efecto definidor de los comportamientos aceptados en el marco de la ética ciudadana. (visión crítica)



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

# Las organizaciones en el marco institucional

- El Efecto Escala (Charles Ponzi) en la actualidad la interacción tecnológica posibilita extender las acciones a una vasta población, con consecuencias complejas y de alto impacto)
- El Efecto Demostración (Walter Lippman) “la prensa servía una imagen dramatizada de las noticias y los estereotipos generando en la cabeza de los ciudadanos una idea de su cotidianeidad”. Desde entonces hemos creado un inmenso y omnipresente sistema de comunicación que proporciona no sólo las imágenes, sino también los procesos y los comentarios que tratan de indicar al público en general lo que ha de pensar.





# Las organizaciones en el marco institucional

- El Efecto de Relaciones Públicas. Es más importante el reconocimiento popular que la realidad omnipresente. Desde la labor proselitista después de la IGM. Desde 1960 la penetración de la televisión en los hogares afianza un complejo sistema de gabinetes de comunicación que busco consolidar la dinámica institucional.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

# Las organizaciones en el marco institucional

- Estrategias:
  - ✓ Ceñirse a un mensaje sencillo (en lugar de abordar realidades complejas)
  - ✓ Apelar a las emociones (en lugar de razonar con el público)
  - ✓ Enmarcar los temas para guiar a la gente a la conclusión deseada(en vez de informar y buscar entendimiento)
  - ✓ Proyectar seguridad y tranquilidad (realidad y si existe incertidumbre)
  - ✓ Contraatacar y cambiar de tema en lugar de dar respuestas a preguntas difíciles)



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

# Las organizaciones en el marco institucional

- Estrategias:
  - ✓ Evitar la autocrítica (en vez de corregir los propios errores)
  - ✓ Proclamarse en posesión de la totalidad de la respuesta (en vez de admitir opiniones independientes expertas disidentes)
  - ✓ Hablar para ganar (en lugar de hablar para llegar a la verdad de la cuestión-solución mixta)



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

# Los medios desde la perspectiva institucional- Acción Pública

- En busca de una Fe democrática más amplia (desde la teoría)
- Agentes de cambio desde una perspectiva ética
- Creación de un agenda desparcializada
- Dejar de ser entes privados para ser entes sociales
- Ciudadanía activa (agente ciudadano versus actor paraestatal)





UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

- El foco básico de la organización social que regula los problemas perennes de cualquier sociedad (la reproducción, la socialización, la producción, la distribución, comunicación, etc..) a través de patrones definidos y continuos que son sustentados por unas normas y por las sanciones que éstas imponen.



MUCHAS GRACIAS

Actividad Científica realizada con Fondos de ayuda de: Universidad de Málaga