

Universidad del Salvador  
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social.  
Ciclo de Licenciatura en Periodismo (CLPE)  
Sede: Instituto Superior “Antonio Ruiz de Montoya” (ISARM).

## **TÉSIS MONOGRÁFICA**

*Comunicación política del Gobierno de la Provincia de Misiones.*

*Estrategias de comunicación a través de los medios de  
comunicación de Posadas.*

**Realizado por:** Guillermo Ariel Sayas.

**Directora de la Carrera de Periodismo:** Prof. Lic. Erica Walter.

**Tutor de la tésina monográfica:** Prof. Lic. Edgar Zavala.

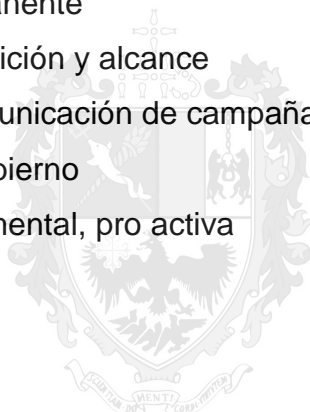
Posadas, Misiones, 21 de Junio de 2007.

**TELÉFONO:** 03752-15617755- 437624.  
guillermo.sayas@mail.salvador.edu.ar

## ÌNDICE

<b>Introducción</b>	1
<b>Capítulo 1: Metodología</b>	3
<b>Capítulo 2: Análisis jurídico del término: difusión de actos públicos</b>	5
2.1. Constitución de la República Argentina y Constitución de la Provincia de Misiones	6
2.2. Publicidad de los actos de Gobierno	8
2.3. Principio de publicidad y Opinión Pública en un Estado de Derecho	11
2.4. El caso Gambier	13
2.5. Derecho a la información	15
2.6. Acceso a la información. Legislación Argentina	16
2.7. Publicidad de los actos de Gobierno en Brasil y Chile	19
2.8. Uso del término Publicidad y Propaganda en las Constituciones Argentinas	23
2.9. En Misiones solicitan transparencia en la difusión de actos de Gobierno	26
<b>Capítulo 3: Concepto de Comunicación Política Gubernamental</b>	28
3.1. El Espacio Público Político	29
3.2. Concepto de Comunicación Política	31
3.3. Instrumentos de la Comunicación Política Gubernamental	32
<b>Capítulo 4: Estrategias de Comunicación Política</b>	42
4.1. La comunicación Política en el nuevo contexto	43
4.2. La actividad mediadora y un modelo sistémico de la mediación en comunicación	46
4.3. Comunicación estratégica con la ciudadanía	49
4.4. Comunicación indirecta con la ciudadanía	52
4.5. Gobierno Electrónico, como estrategia de comunicación política	59
4.6. Acerca de las recomendaciones de contenido mínimo del sitio institucional del organismo	65

<b>Capítulo 5: El Gobierno como actor en la formación de la Opinión Pública</b>	69
5.1. Concepto de Opinión Pública	70
5.2. Manejo de crisis: Caso del incendio de la Municipalidad de San Vicente	74
5.3. Control de la agenda. Impacto de los medios de comunicación en la gestión	82
<b>Capítulo 6: Mediatización de actos institucionales</b>	89
6.1. Los medios de comunicación como recreadores simbólicos de la realidad	90
<b>Capítulo 7: Campaña permanente</b>	111
7.1. Marketing Político. Definición y alcance	112
7.2. Diferencias entre la comunicación de campaña y la comunicación de gobierno	115
7.3. Comunicación gubernamental, pro activa	121
<b>Conclusiones</b>	128
<b>Bibliografía</b>	132
<b>Otras fuentes</b>	136



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

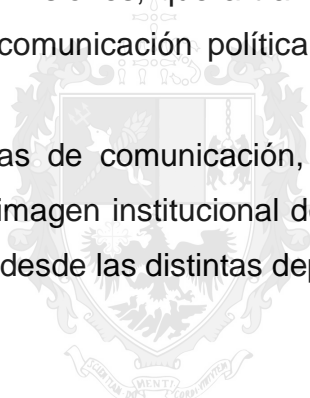
## **Resumen**

El presente trabajo de investigación: “Estrategias de comunicación política del Gobierno de la Provincia de Misiones”, comprueba la hipótesis de que el Gobierno de la Provincia de Misiones comunica sus acciones políticas y responde críticas de la oposición a través de la difusión de actos públicos. El período analizado es desde el 1º de enero al 1º de mayo de 2006.

La utilización de este espacio institucional, pilar de uno de los principios republicanos de gobierno, es utilizado en forma propagandística y electoral, en un esquema de campaña partidaria permanente.

El espacio público político en Misiones está dado por el marco de los medios de comunicación de Misiones, que a través de la cobertura de los actos institucionales mediatiza la comunicación política unidireccional del Gobernador Carlos Rovira.

Otra de las estrategias de comunicación, es la utilización del Gobierno electrónico, fortaleciendo la imagen institucional de Misiones, brindando servicios de información al ciudadano desde las distintas dependencias provinciales.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

**Palabras claves:** publicidad de actos de gobierno. Comunicación política. Misiones.

## **Agradecimientos**

A la comunidad educativa de la Universidad del Salvador, que de alguna u otra manera han colaborado con este trabajo. Pero especialmente al profesor tutor de la tesina, el Lic. Edgar Zavala, por su dedicación constante en la supervisión del trabajo, a la Directora de la Carrera de Periodismo, Lic. Erica Walter, y a todos los profesores y autoridades de la Universidad del Salvador que me han ayudado en este proceso de formación académica.

A mis padres, Guillermo Valentín Sayas y Nilda Pereyra, a mis hermanos Guido Rosmán y María Celina, por su apoyo permanente e incondicional.

A Alicia Jeannette Baumann, por el apoyo especial, y el tiempo compartido durante todo este tiempo.

A todos, muchas gracias.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

**Guillermo Ariel Sayas**



## INTRODUCCIÓN



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

La presente tesina de grado correspondiente a la carrera de Licenciatura en Periodismo de la Universidad del Salvador se titula: “Estrategias de comunicación política del Gobierno de la provincia de Misiones”.

En el primer capítulo del trabajo se presenta un análisis jurídico del término “difusión de actos públicos” y su correspondiente alcance legal, marcando diferencias con la estrategia de “campaña permanente”.

En el segundo capítulo se aborda el concepto de Comunicación Política Gubernamental y su alcance.

En el tercer capítulo se analizan las diferentes estrategias de comunicación política en el nuevo contexto, elementos indispensables de la estrategia, comunicación directa e indirecta con la ciudadanía, instrumentos de la comunicación política gubernamental.

En el capítulo cuarto se analiza al Gobierno Provincial como actor en la formación de la opinión pública, control de la agenda, manejo de crisis.

En el capítulo quinto el tema central es la mediatización de actos institucionales, en este capítulo se analiza el discurso del Gobernador de la Provincia de Misiones, Ing. Carlos Eduardo Rovira en los diferentes actos públicos en las distintas localidades de la Provincia de Misiones.

En el último capítulo se profundiza la estrategia de “campaña permanente”, concepto de Marketing político aplicado, diferencias entre comunicación de campaña y comunicación de Gobierno, comunicación reactiva y pro activa.

En el presente trabajo se incluye además distintas actividades operativas como ser entrevistas a diferentes asesores de comunicación del Gobierno Provincial, como así también diferentes abogados constitucionalistas.



## **CAPITULO 1:**

## **METODOLOGÍA.**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

El presente trabajo de investigación plantea el siguiente problema: el Gobierno de Misiones utiliza diferentes estrategias de comunicación para dar a publicidad los actos públicos, confundiendo ésta con una alta mediatización de los mismos y emparentándose con una campaña electoral permanente.

Los objetivos específicos de la tesina son: determinar las estrategias comunicacionales del actual Gobierno de la Provincia de Misiones, a cargo del Gobernador, Ingeniero Carlos Eduardo Rovira.

Además establecer las diferencias entre la “publicidad de los actos de Gobierno” (elemento indispensable en la forma republicana que adopta constitucionalmente la República Argentina) y la estrategia de marketing político de “campaña permanente” sugerida por varios consultores políticos.

El marco referencial adoptado es el análisis de los discursos del Gobernador Rovira en el período que va desde el 1º de Enero de 2006 hasta el 1º de Mayo del mismo año.

Asimismo, las correspondientes campañas publicitarias gráficas de los diferentes organismos provinciales publicados en los periódicos analizados.

Se tomaron como referencia los archivos periodísticos de los siguientes diarios de Misiones: Diario Noticias de la Calle, diario “Misiones On Line”, diario “El Territorio”.

También se incluyeron entrevistas al ex Secretario de Prensa de Misiones durante el período que abarca desde 1997 hasta 1999, el periodista Carlos Correa y al Director General de Prensa de la Subsecretaría de Prensa de Misiones desde 1999 hasta la presente fecha análisis de la tesina, el periodista Alberto Navor Álvarez.

El marco teórico utilizado es el de la teoría de la Agenda Setting, teoría de la Comunicación Política y Teoría de la Propaganda.

La hipótesis planteada es la siguiente: “El Gobierno de la provincia de Misiones comunica sus acciones políticas y responde críticas de la oposición a través de discursos durante la difusión de actos públicos

## CAPÍTULO 2:

Análisis jurídico del término: difusión de actos públicos.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **2.1 Constitución de la República Argentina y Constitución de la Provincia de Misiones.**

La Constitución de la Nación Argentina en su primera parte, capítulo I, Declaraciones, Derechos y Garantías, establece: *“La Nación Argentina adopta para su Gobierno la forma representativa, republicana y federal, según se establece la presente Constitución”*.<sup>1</sup>

El ámbito nacional unifica a la soberanía, representa a la Federación y es el poder articulador de la dinámica provincial.

En primer lugar, el artículo primero de la referida norma define nuestra forma de Gobierno como republicana, es decir que el principio de la publicidad de los actos de Gobierno está en la definición inicial, primera, de nuestra carta magna.

Esta toma de posición por parte de los constituyentes significa, por varias razones, el principio de transparencia en la toma de decisiones y el principio de la difusión de los actos de gobierno.

La Constitución de la Provincia de Misiones en su Primera Parte, Declaraciones, Derechos, Deberes y Garantías, Título Primero, Principios Generales, Forma de Gobierno, establece: *“La Provincia de Misiones, con los límites que históricamente y por derecho le corresponden y como parte integrante e inseparable de la Nación Argentina, al restituirse al ejercicio de los derechos no delegados al gobierno de la Nación, organiza sus poderes bajo el sistema republicano democrático y representativo de Gobierno, de acuerdo con los principios, derechos, deberes y garantías consignados en la constitución Nacional”*.<sup>2</sup>

Uno de los pilares políticos, jurídicos y filosóficos del Estado democrático es la posibilidad de que los ciudadanos dispongan de una amplia y libre información sobre la actividad del gobierno y la administración.

Desde los orígenes del sistema republicano *“la publicidad de los actos de gobierno”* se consideró un principio esencial, en contraposición con el secreto y la oscuridad en el ejercicio de poder y en los manejos burocráticos propios de los regímenes pre- constitucionales.

---

<sup>1</sup> Constitución de la Nación Argentina, Posadas, Ed. Multiguías.com, 2003.

<sup>2</sup> Constitución de la provincia de Misiones, Posadas, Ed. Multiguías.com, 2003.

Entre las obligaciones del Estado que se derivan de este principio, se encuentra la edición de publicaciones oficiales que contienen toda la legislación y las normas administrativas más relevantes, los debates y propuestas parlamentarias, los fallos judiciales, etc.

En el proceso de afianzamiento de las instituciones democráticas se ha ido avanzando progresivamente en tal sentido, y tanto la complejidad de la vida moderna como el desarrollo tecnológico, han planteado la necesidad y la posibilidad de permitir un cada vez más franco acceso a la información sobre el gobierno y a los datos de fuente oficial.

El concepto de transparencia, aplicado al funcionamiento de los poderes del Estado, da cuenta de una verdadera demanda social que se ha reflejado en la legislación.

En el sentido en que utilizamos este término, abarca la idea de facilitar a la ciudadanía el conocimiento a la labor de los gobernantes, a fin de prevenir irregularidades, abusos e incluso delitos, haciendo factible el control de la opinión pública sobre su desempeño oficial.

Es una vieja aspiración que se plantea con nueva intensidad. *“En una economía cada vez más penetrada por las mafias y en una política cada vez más vulnerable a la corrupción, la limpieza administrativa es, probablemente, el principio de gobierno más importante”, y para ello “los controles internos al Estado no bastan. Son necesarios controles externos, anclados en la sociedad”.*<sup>3</sup>

Pero además, la transparencia ha comenzado a convertirse en una precisa y concreta obligación jurídica para los agentes estatales.

Se trata del deber de informar del modo más amplio posible- dentro de ciertos límites que se relacionan con la salvaguarda de otros intereses públicos o privados- acerca de los conocimientos o datos que son producto de la función estatal.

Al derecho del ciudadano a ser informado corresponde el deber de la administración gubernamental de informar con veracidad.

Si bien este principio no es novedoso, sí lo son los progresos legislativos en algunos países para establecer normas claras y eficaces sobre la apertura de

---

<sup>3</sup> GERSTLÉ, Jacques, *La Communication Politique*, Ed.Presses Universitaires de France, Paris, 1992

archivos y la atención de solicitudes de información que formule cualquier ciudadano.

El principio general es que la información de las reparticiones gubernamentales en última instancia no tiene otro dueño legítimo que el pueblo, según la fórmula acuñada por la legislación norteamericana.

## **2.2 Publicidad de los actos de Gobierno.**

Éste es un requisito esencial de todos los actos emanados de cualquier órgano del Estado.

*“Publicidad, en este contexto, significa que tales actos deben ser comunicados a la opinión pública, para que los ciudadanos tengan la posibilidad de tomar conocimiento de aquellos, de su contenido, de su gestación y de su concreción, para ejercer el control del poder que les compete. El acto que no ha sido dado a publicidad, salvo estrictas excepciones, no puede generar derechos ni obligaciones”.*<sup>4</sup>

No se puede concebir un régimen republicano en el cual este principio cardinal no sea respetado inexorablemente, ya que los derechos de participación y de control son inviables si no están acompañados de un eficaz derecho a la información.

La propia Constitución Nacional contempla la comunicación a los medios de comunicación de los resultados de los actos de Gobierno (arts.83 y 99, INC. 3).

Art. 83: *“Desechado en el todo o en parte un proyecto por el Poder Ejecutivo, vuelve con sus objeciones a la Cámara de su origen; esta lo discute de nuevo, y si lo confirma por mayoría de dos tercios de votos, pasa otra vez a la Cámara de revisión. Si ambas Cámaras lo sancionan por igual mayoría, el proyecto es ley y pasa al Poder Ejecutivo para su promulgación. Las votaciones de ambas Cámaras serán en este caso nominales, por si o por no, y tanto los hombres y los fundamentos de los sufragantes, como las objeciones del Poder Ejecutivo, se publicarán inmediatamente por la prensa. Si las Cámaras difieren sobre las objeciones, el proyecto no podrá repetirse en las sesiones de ese año”.*<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> EKMEDJIAN, Miguel Ángel, *Tratado de Derecho Constitucional*. Ed, Depalma, Bs. As., 1996.

<sup>5</sup> Constitución de la Nación Argentina, op cit., p.22.