

**La comunicación institucional y las políticas públicas:  
los actores corporativos  
en la discusión de agenda pública**

Lic. Adriana Amado Suárez  
“La Comunicación de Políticas Públicas. El punto de  
vista académico”  
SEMINARIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL  
Asociación de Periodistas Institucionales / Facultad  
de Periodismo de la UNLP

22 de setiembre de 2003  
catedra\_amado@yahoo.com

---

---

---

---

---

---

---

---

**Comunicación política y  
empresas**

- ◆ Dimensión política de la comunicación institucional: El discurso institucional es una toma de posición.
- ◆ Las acciones de comunicación construyen la legitimidad de la posición social y política de una institución social.

Adriana Amado Suárez, “Comunicación Institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

**Nuevos actores globales**



Adriana Amado Suárez, “Comunicación Institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

### Visibilidad de otros actores sociales

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

### Activismo y agenda pública

- ◆ “Los **grupos activistas** han estimulado el proceso de *agenda-setting* porque determinaron los cambios que desearían ver operados en la **esfera de la política pública**”.
- ◆ “Estos grupos no poseían ningún poder especial. Pero **analizaron objetivos** y deseos, **formularon esperas** (potenciales), **buscaron su legitimación** e intentaron captar la **atención de los medios y el público clave**”.
- ◆ “Lo que los grupos activistas estuvieron haciendo durante años es precisamente lo que las compañías necesitan hacer. (...) La estrategia de los grupos activistas es ofensiva: trata de **crear una política** antes que vencer tendencias o medidas políticas indeseables”.

Beauchamp M., “Comunicación política y empresas”, en Gauthier y ots., *Comunicación y política*

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

### De empresa a actor social

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

### Espera societal

- ◆ Espacio público de articulación entre los intereses comunitarios y las necesidades corporativas de grupos de interés.
- ◆ Función de la comunicación corporativa: Discusión y articulación con los intereses de la sociedad.
- ◆ *Issue management*: “Gestión de esperas societales”: acciones encaradas por las empresas para dar respuestas a las presiones de su entorno.

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

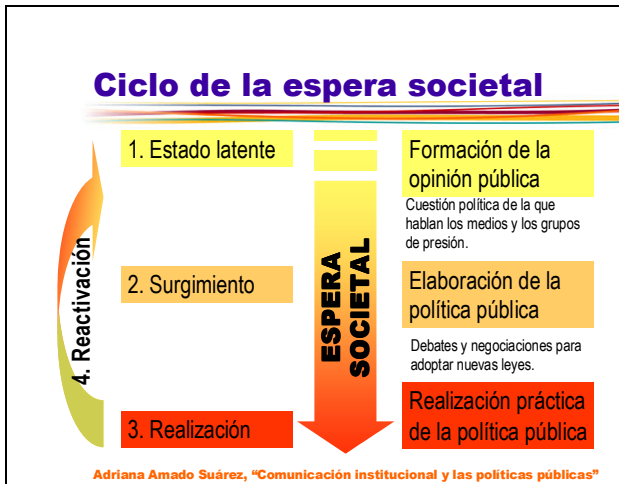
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

### Comunicación para la opinión pública

**Actividades de comunicación**

- ◆ Relaciones con los medios:
  - *Agenda setting*
- ◆ Publicidad institucional.
- ◆ Publicidad institucional de alegato:
  - Ideológica.
  - Defensa empresarial.
  - Derecho de réplica.
  - Posición de la empresa.
  - Reclutamiento de aliados.

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

### Impulso de la política pública

- ◆ **Cabildeo (Lobbying)**
  - ◆ Cabildeo directo:
    - Contactos personales
  - ◆ Cabildeo indirecto:
    - Correo
    - Relaciones públicas
  - ◆ Cabildeo financiero:
    - Contribuciones a campañas políticas.
  - ◆ Organización de coaliciones con otros grupos de presión.
  - ◆ Prácticas dudosas:
    - Cooptación de adversarios
    - Procedimientos dilatorios
    - Deformación de hechos

Formación de la opinión pública

Elaboración de la política pública

Realización práctica de la política pública

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

### Ante la política pública

- ◆ **Estrategia de acomodación**
  - ◆ Cooperación con organismos oficiales
  - ◆ Resistencia

Formación de la opinión pública

Elaboración de la política pública

Realización práctica de la política pública

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

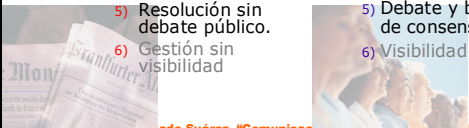
---

---

---

### Proceso de opinión pública

- ◆ **Agenda mediática**
  - 1) Espacio público mediático
  - 2) Temas de grupos de interés
  - 3) Información que defiende la posición en disputa
  - 4) Participación de los actores corporativos
  - 5) Resolución sin debate público.
  - 6) Gestión sin visibilidad
- ◆ **Agenda ciudadana**
  - 1) Un espacio público.
  - 2) Temas que capten la atención del público
  - 3) Información que alimenta el debate
  - 4) Participación del ciudadano común
  - 5) Debate y búsqueda de consensos
  - 6) Visibilidad pública



Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

## Agenda ciudadana

- ◆ Ciudadanos en calidad de sujetos políticos que ponen temas de interés público.
- ◆ Agenda pública que contribuya con tres tipos de temas:
  - La de poder
  - La de medios de comunicación
  - La de ciudadanos
- ◆ El periodismo cívico, trata de que los ciudadanos no solo impacten en la agenda de los medios de comunicación, sino, en la agenda pública misma.

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

## Agenda ciudadana

- ◆ Es una agenda de tipo menos frenético que las noticias.
- ◆ Es claro el énfasis que el periodismo público hace en la construcción de la agenda con el ciudadano del común y no de la sociedad organizada.
- ◆ Existen dos tipos de agenda:
  - **Agenda crítica:** se ocupa de hacer una reflexión de como se han venido haciendo las cosas.
  - **Agenda propositiva:** intensifica el trabajo, es en el que la ciudadanía expresa sus propuestas sobre el tema en debate, incluso abarca las acciones del Estado.

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

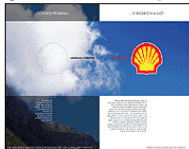
## Responder a la expectativa social



- ◆ El ingreso anual de la petrolera Shell, duplica al PBI de Venezuela.
- ◆ Denuncias de presiones a gobiernos.
  - 1995: Apoyo a la dictadura nigeriana.
- ◆ Degradación del medioambiente.
  - 1995: Hundimiento de la Brent Spar
  - 1999: Desastre ambiental en Magdalena.
  - 2003: El Intendente de Magdalena reclama en la Asamblea de Accionistas la indemnización.



**Campaña Shell 2000:**  
“Ganancias o principios, ¿debe haber una opción?”



Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2002: Empresas privatizadas y aumento de tarifas

- ◆ **Edenor: Campaña Agosto/Setiembre de 2002**
  - **“10 años invirtiendo en la gente”**: enumeración de sus contribuciones a la comunidad (inversiones en infraestructura, programas educativos, mecenazgos culturales, etc.).
  - **“Queremos seguir dando luz a millones de personas”**: datos para apoyar la necesidad del aumento tarifario (cuadro comparativo, donde la tarifa Argentina se mostraba como la más barata, al compararla con Japón, Alemania, Estados Unidos...).
- ◆ **Edesur, doble página, domingo 1 de setiembre de 2002.**
  - **“Todo esto lo hicimos en 10 años. Hoy queremos que Usted lo sepa”**: la empresa enumera sus “contribuciones sociales” (tributación de impuestos, capacitación de su personal, inversiones para mejorar el servicio y la atención a sus clientes).
- ◆ **En ambos casos, las empresas postulan como méritos a ser reconocidos por la sociedad, cuestiones que no son más que el cumplimiento de sus obligaciones sociales.**

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---

## La comunicación institucional en los nuevos escenarios

*“En los años sesenta y setenta los medios ayudan a producir en el meta-espacio social, al actor de la sociedad de consumo abundante. En el centro de esta producción la pareja marca/consumidor (...)  
Se habían jurado amor eterno, pero bueno, ya sabemos cómo son estas cosas”*

Eliseo Verón, *Espacios mentales*

Adriana Amado Suárez, “Comunicación institucional y las políticas públicas”

---

---

---

---

---

---

---

---