



J. Jair G. Torres
Alumno Doctorado en Investigación de la Comunicación
jair_gtt1@hotmail.com



Rogelio del Prado Flores
Académico e investigador del CICA
Rogelio.delprado2@anahuac.mx

INTRODUCCIÓN

Todo Gobierno tiene una función de desarrollo de políticas públicas para un Estado que busca su mejora con una Comunicación Gubernamental, en donde debe existir retroalimentación con una comunicación bidireccional y no unidireccional entre un líder de un cargo público y la ciudadanía. La ética es un factor que puede ser crucial para la convivencia y el desarrollo de una población. Sin ella, muchos factores de acciones y decisiones pudieran llegar a ser la diferencia de un impacto social. Uno de los objetivos de este estudio es hacer referencia a resultados de un líder en un cargo público, donde su código deontológico denote variables de importancia y una reacción ante la ciudadanía que lidera. Se miden variables de ética, reputación, imagen, responsabilidad y diálogo social. Con ello, se busca tener un principio de credibilidad, en el cual se deba guiar un líder y que sea medido a través de ciertos resultados o solo sea un aspecto emocional poco racional para seguir a un representante público. El objetivo general es un análisis comparativo entre municipios del Estado de México: Huixquilucan, Toluca, Metepec, Zinacantepec y Ecatepec, para entender la comunicación gubernamental dentro de los códigos deontológicos.



MATERIAL Y MÉTODO

Se analizaron cinco páginas Web, donde se identificaron los códigos deontológicos de los gobiernos municipales. Las variables que se utilizaron para medir los códigos deontológicos son la ética, transparencia y buen gobierno, y comportamiento de sus representantes. Es una investigación cuantitativa, ya que se realizó a través de un análisis de contenido de las páginas Web de los cinco municipios, identificando si cuentan con códigos deontológicos y, de ser así, definir sus características.

RESULTADOS

Se observó que ninguno de los gobiernos municipales cuenta con información de códigos deontológicos en sus páginas Web. La única variable que se encontró en los cinco municipios, y de la cual si se despliega información, es la de transparencia.

DISCUSIÓN

Se observa que las organizaciones gubernamentales, desde dependencias estatales, nacionales y gobiernos municipales, al estar expuestas a la opinión pública ciudadana, han transparentado por ley sus acciones. Por ello, todas cuentan con un apartado de transparencia, donde cualquier ciudadano puede acceder a cierta información. Sin embargo, no es del todo transparente, ya que gran parte de la información es restringida y para obtenerla es necesario seguir un largo proceso burocrático.

Todo esto significa que los gobiernos no están demostrando congruencia en sus acciones éticas y tienen mucho por trabajar para comunicar todas las variables que conllevan a un verdadero código deontológico ya que la ética no implica solamente un proceso de transparencia, sino otros valores como la honradez, el respeto a los ciudadanos, al medio ambiente, el buen uso de los recursos económicos, materiales etcétera. Así, los gobiernos enfrentan retos y áreas de oportunidad para desarrollar verdaderos códigos deontológicos a los cuales los ciudadanos tengan acceso y que sirvan de guía para que los trabajadores se conduzcan con ética y generen un impacto positivo, ya que fueron elegidos para conducir una nación, estado o municipio con el único fin de servir al ciudadano y no servirse del poder.

REFERENCIAS

1. Bautista OD. (2009). Los códigos éticos de gobierno. Toluca, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México; 2009.
2. Canel M, Sanders K. Para estudiar la comunicación de los gobiernos. *Comunicación y Sociedad*. 2010;XXIII(1):7-48.
3. Doger GE. Gobierno Estatal. México: Porrúa; 2013.
4. Lerma KA, Bárcena JS, Vite LR. Marketing Político. México: Cengage; 2016.
5. Loaiza GH. Estado, Gobierno y Gerencia Pública. Bogotá: Universidad Santo Tomás; 2004.
6. Mancera JA. Desafíos de la comunicación gubernamental en el cambio de época para las instituciones de Chimborazo, Ecuador. *Austral Comunicación*, 2016:229-251.
7. Rebeil CM, Arévalo MR. Las organizaciones y sus procesos de comunicación: una visión integral. En Arévalo MR, Guillén OG. *La comunicación para las organizaciones en México*. México: Tirant humanidades; 2017, p. 25-40.
8. Rizo GM. (2008). La Psicología Social como fuente científica histórica de una comunicología posible. En Galindo CJ, et al. *Comunicación, Ciencia e Historia*. España: Mc Graw Hill, 2008, p. 289-342.
9. Silvestre MJ, Zorrilla S, Monroy F. *Dinámica Social de las organizaciones*. México: Mc Graw Hill; 1993.
10. Villoro L. *El poder y el valor: fundamentos de una ética política*. México: Fondo de Cultura Económica; 2006.