

INFORME 2024

CONVERSATORIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PBA

**MINISTERIO DE
COMUNICACIÓN PÚBLICA**



**GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES**

Dirección de Formación y Vínculo con los municipios

Por primera vez el gobierno de la provincia de Buenos Aires decidió jerarquizar su área de comunicación y crear el Ministerio de Comunicación Pública, entendiendo que la Comunicación atraviesa toda la gestión. Bajo esa impronta surgieron estos conversatorios, como métodos posibles para mejorar -a través de herramientas comunicacionales- las relaciones internas y externas tanto en las vocerías provinciales como en las áreas de prensa de sus 135 municipios.

Axel Kicillof, gobernador de la Provincia de Buenos Aires

«Estamos comprometidos en continuar desarrollando la prensa, los medios y la comunicación en la provincia de Buenos Aires. Seguimos apoyando a los medios bonaerenses y la profesión periodística. Las problemáticas y las realidades de los y las bonaerenses tienen que conformar una agenda provincial. La prensa tiene un lugar central en la recuperación de la identidad de la provincia de Buenos Aires.

Nos pueden atacar, nos pueden injuriar, pueden mentir, pueden sacar los tanques a las redes. Nosotros vamos a seguir recorriendo todos los pueblos y seguir trabajando incansablemente para sostener y ampliar los derechos y por la justicia social. Lo que no pueden robarle a la provincia de Buenos Aires es su Derecho al Futuro.»

Jesica Rey, ministra de Comunicación Pública de la provincia de Buenos Aires

«Estamos trabajando con los compañeros en los territorios, fortaleciendo sus virtudes y atendiendo sus necesidades para construir

herramientas de comunicación en conjunto. Una de nuestras premisas es no perder el contacto con los y las bonaerenses, comunicarnos siempre y estar al alcance de los vecinos. Discutir los temas propios de la provincia es nuestro desafío y es parte del aporte que hacemos desde el Ministerio de Comunicación Pública.»

Ciclo Encuentros de Formación a cargo de la Dirección Provincial de Comunicación Institucional

Capacitación e intercambio de herramientas para fortalecer a las áreas de comunicación locales. Una iniciativa que impulsa la ministra de Comunicación Pública, Jesica Rey, ejecutada a través de la Subsecretaría de Control de Gestión y Comunicación Institucional a cargo de Laura Culot.

El ciclo se inscribe en el conjunto de herramientas y espacios de acompañamiento, formación e intercambio que propone la Provincia para las y los comunicadores en los 135 distritos.

En los encuentros con los equipos de prensa de cada uno de los municipios surge un conjunto de temáticas de interés que son comunes del trabajo de comunicación municipal en toda la Provincia.

Estos conversatorios son, en síntesis, la conjunción entre el intercambio de experiencias de trabajo y la posibilidad de desarrollar y aplicar conceptos teóricos en el área de comunicación.

La gestión de “prensa institucional” tiene su especificidad en cada distrito, y también, es un reflejo de una geografía extensa heterogénea, diversa y compleja de la Provincia.

La comunicación en los gobiernos municipales interviene en la problemática local de cada distrito, aunque, observada en el conjunto, también ayuda a vertebrar la heterogeneidad,

que es parte constitutiva del potencial infinito de la Provincia de Buenos Aires.

La gestión diaria muestra desafíos recurrentes con una sobrecarga de demandas, acciones y problemas que requieren profesionalismo para comunicar efectivamente. El trabajo de coordinación con todas las áreas de gestión, la jerarquización de información dentro de la Municipalidad, el diseño y edición de la página web oficial, los nuevos canales de comunicación que incluyen desde el whatsapp, grupos de difusión, mensajes en redes, etc. El éxito de la comunicación permite distinguir del resto y lograr cohesión en la gestión de cara a la comunidad.

Planificación estratégica

La planificación estratégica es la piedra angular de la gestión comunicacional y una de las preocupaciones que atraviesan a todos los jefes de prensa municipales es cómo proyectar el trabajo en medio de la vorágine de la gestión diaria que no da respiro.

Allí, en el péndulo entre la planificación y el trabajo diario está la clave para generar mensajes consistentes para una narrativa coherente que permita una comunicación efectiva de la gestión municipal. En el trabajo del equipo está la posibilidad de generar una identidad que trascienda en la comunidad.

Los directores de prensa de los municipios transitan generalmente las mismas problemáticas. La disputa por la “agenda pública” y la necesidad de integrar el gabinete municipal para ser partícipe de las decisiones de gestión; de allí surgen los insumos para una comunicación genuina.

En los distritos del interior provincial, la cercanía del dirigente político con sus comunidades y el pueblo es parte de la fortaleza de la gestión. La comunicación interpersonal que desarrollan los

intendentes es una herramienta poderosa de legitimación y confianza de la gestión gubernamental.

Y ahí se hace necesario el trabajo profesional de los equipos de prensa para lograr una estrategia comunicacional coherente y sin ruidos. Conseguir una comunicación política que conecte y emocione, que presente datos y que trascienda en historias reales. Un mundo de complejidades.

La dimensión personal del intendente habilita la empatía, pero también puede amplificar los problemas y vulnerar la legitimidad política. El equilibrio entre la espontaneidad y la estrategia de comunicación de la gestión es un tema medular que sale al debate en todos los conversatorios.

La subjetividad de la materia comunicación es un tema que trasciende a todos los distritos.

La comunicación interna es clave

La cohesión de la comunicación institucional comienza por el manejo de la información de cada área de gestión. Hay una preocupación constante, y es tema de debate de cada encuentro, el trabajo del director de comunicación y su equipo de prensa para lograr establecer vínculos de confianza efectivos con cada secretaría y dirección para contar de primera mano con los datos de la gestión.

La gestión de prensa se fortalece sólo con la información actualizada. Es una de las claves del éxito, o el fracaso, del Director de Comunicación. Así se logra un mensaje claro, producto de la coordinación con actores clave para comunicar eficazmente y así evitar, a posteriori, la necesidad de aclaraciones y correcciones cuando el daño ya está hecho.

Es la etapa de la comunicación interna. Allí surge recurrente la queja de “no nos envían la info”. El equipo de comunicación intenta obtener los

datos de cada área, identificar lo comunicable y volverlo noticiable. Los datos oficiales tienen un peso en el debate público, la clave es lograr imponerlos en tiempo y forma.

En cada encuentro surge esa pelea entre “contar o ser contados”. La disputa por quién logra enmarcar la discusión pública y debatir en un terreno más seguro y controlado. El silencio habilita versiones inexactas, pero también puede ser una estrategia para no sobredimensionar temas que no tienen relevancia para la gestión. Esa decisión es parte esencial del trabajo de comunicación.

Relaciones con los medios de comunicación

La relación con los periodistas locales es la piedra fundacional del área de prensa institucional. Es un trabajo básico del director de comunicación y en los conversatorios queda claro que esa ligazón es tan necesaria como conflictiva. Es vital lograr una relación fluida con los medios, con vínculos de “mutua necesidad” (hay consenso en esa materia).

También hay un trabajo para el equipo de prensa en la designación de voceros y voceras para los determinados temas específicos donde los profesionales de cada área son autoridades por conocimiento y experiencia.

Comunicar en la era digital

Las redes sociales son un capítulo ineludible de cada reunión con los equipos de prensa. Su irrupción transformó la dinámica de la comunicación institucional. Los desafíos de las redes atraviesan a todos los equipos de prensa que viven intentando comprender un fenómeno de época, donde la bibliografía se desactualiza al tiempo que se modifican los algoritmos.

En general hay un consenso que surge de la práctica diaria, la gestión de las redes sociales de los municipios debe ser ordenada e, idealmente, concentrada en una sola cabeza que unifique todos los criterios. La falta de cierta uniformidad, precisión, la dispersión y la improvisación atentan contra la idea de un mensaje claro y eficaz.

La dinámica exige una gestión comunicacional proactiva, pero también de escucha y respuesta lógica, con información verificada. La irrupción de las redes sociales se dió en todos los ámbitos de la vida.

Así, muchas veces, y esto se verifica en el trabajo con los equipos de prensa, surge la idea de algún allegado al gabinete municipal que se permite aconsejar que contraten a alguien que “tiene muchos seguidores y entiende la dinámica de las redes; es la figura del “amigo o pariente CM”. Sin embargo el trabajo de la comunicación en redes requiere el mismo profesionalismo y la visión estratégica que los canales de comunicación más tradicionales.

La complejidades y las ventajas de la comunicación en nuevas plataformas desvelan a los directores de comunicación. Allí confluyen la indignación, la esperanza y también la indiferencia, un cóctel indescifrable que se actualiza constante y aleatoriamente

La participación ciudadana y la transparencia se convierten en recursos fundamentales. La interacción digital genera una responsabilidad: contestar. Incluso los reclamos conllevan un mensaje positivo, hay alguien que tiene la expectativa de una respuesta.

Las redes sociales son un desafío constante para la gestión de prensa municipal. La dinámica de esas plataformas exige una gestión comunicacional proactiva. También es una fuente para detectar controversias que pueden escalar. Un posteo perdido en la red puede ser el embrión de una controversia latente en la comunidad.

La desinformación como herramienta política

Otro tema que surge en los encuentros son las fake news. La efectividad de las noticias falsas pone en debate todo el sistema de comunicación. Desde la imposibilidad de prever esos ataques en redes hasta cómo reaccionar ante la desinformación malintencionada.

El trabajo de la comunicación municipal se enfoca en construir una narrativa consistente a modo de escudo contra la desinformación. Hay un consenso sobre que la identidad de la gestión municipal puede funcionar como un antídoto para las fake news, aislarlas y ubicarlas en el terreno de lo inverosímil.

Para eso se trabaja con datos precisos, completos y genuinos. También allí funciona la red de difusión que construyen los equipos municipales con los medios locales, que respetan la fuente que les genera confianza y antes de publicar información falsa o legitimar un rumor, van a consultar a prensa del municipio.

La comunicación de Crisis

El ministerio de Comunicación de la provincia de Buenos Aires cuenta con la Dirección de Gestión en Comunicación de Crisis, un área específica para desarrollar estrategias comunicacionales y proponer abordajes a partir del diseño de protocolos de comunicación o planes de acción, tendientes a resolver de la mejor manera posible las situaciones de crisis que pudiera atravesar la administración provincial.

En cada encuentro surgen experiencias de crisis de gestión donde la comunicación institucional se tensionó y se transformó en la vorágine de un problema extraordinario. Se sabe que cualquiera tiene un plan hasta que te pegan en la cara, tal como es el título del libro de Mario Riorda y Silvia Bentolila, que justamente propone aprender de las crisis.

Ante el imperativo de actuar en emergencia, uno de los activos más importantes de la Institución es la confianza que haya generado el equipo de comunicación, tanto hacia adentro de la institución, como hacia el exterior de la misma, donde tiene que llegar el mensaje más claro y responsable posible.

Cada mensaje negativo debe ser tomado con la debida responsabilidad, pero entendiendo que existen niveles de peligrosidad a tener en cuenta. De los conversatorios surgen ejemplos de cómo se ha actuado ante contingencias que exigen respuestas rápidas.

Otras tareas de la Dirección

La dirección articula con otras Direcciones/áreas de la subsecretaría. Así participó en la concreción del programa de convenios de Radio Provincia con medios privados y municipales.

En la gestión con cada uno de los participantes del convenio se generó un vínculo directo que permite un seguimiento del intercambio de información.

También se trabajó en conjunto con la Dirección de Políticas Públicas en la convocatoria, contenidos y acompañamiento para instrumentar las Capacitaciones para Medios de Comunicación de los de los 135 municipios y grupos de interés, por caso talleres para Adultos Mayores.

La dirección ha logrado construir una red de interacciones entre los responsables de prensa de la Provincia, que se profundiza en el trabajo conjunto de los municipios por región.

De allí surgió la red de comunicadores de la provincia de Buenos Aires que interactúan diariamente con la Radio Pública y permiten contar con información y cobertura periodística precisa en todo el territorio bonaerense.

Detalle de visitas territoriales

- › **Municipio: Bragado**
- › **03 de abril de 2024. Teatro Municipal Florencio Constatino**
- › **Intendente: Sergio Barenghi**
- › **Director de Prensa: Agustín Ciotti**

En la reunión surgió nítido un tema común de las gestiones de comunicación en los distritos: la coordinación de cada una de las áreas de gestión con el Director de Comunicación.

Hay un trabajo para ordenar la difusión del gobierno, detectar los voceros calificados para cada tema de gestión y establecer un orden de prioridades de acuerdo a la estrategia diagramada.

Por ejemplo, Bragado tiene el Hospital Municipal San Luis, donde se organiza y se le da cohesión a la política de salud distrital. Las localidades del distrito de Bragado tienen su vida propia con comunidades de gran arraigo local que también deben ser integradas a la política de comunicación local.

Que el trabajo de cada área municipal tenga el espacio adecuado en la planificación de la comunicación lleva implícito una ardua tarea de coordinación interna donde la jerarquización de los temas a comunicar no termine lesionando a las áreas que sienten que “su tema” debe ser atendido en forma urgente por el área de prensa.

Bragado es una ciudad agroindustrial en el corazón productivo de la Provincia y el abandono de muchas políticas nacionales en el distrito profundizan la necesidad de estructurar men-

sajes hacia la comunidad que aporten certezas respecto de cada decisión de gestión local. Agustín Ciotti es un periodista con experiencia en un portal de noticias regional que conoce y entiende el ecosistema de medios que influyen en la comunidad local.

TESTIMONIOS

Agustín Ciotti - Bragado

¿Cómo analizas el encuentro de trabajo?

Un encuentro muy positivo, que nos permitió compartir las dificultades que enfrentamos en el día a día en la Dirección y darnos cuenta de que son similares a las que enfrentan otros equipos de Prensa de municipios vecinos.

¿Qué rescatás como lo más importante?

La camaradería y la predisposición a transmitirnos conocimiento y experiencia para mejorar en la función.

¿Hubo algún comentario del equipo de trabajo?

Para nuestro equipo fue una actividad novedosa, teniendo en cuenta que parte de sus integrantes venían trabajando desde la administración anterior y no habían tenido una jornada similar.

¿Hay algo que se deba ajustar para otras capacitaciones?

En líneas generales, nos sentimos conformes y nos resultó de utilidad.



Reunión en Bragado

- **Municipio: San Vicente**
- **11 de abril de 2024. Museo Histórico "17 de octubre"**
- **Intendente: Nicolás Mantegazza**
- **Jefe de Prensa: Fernando Rodríguez**

La reunión de trabajo en **San Vicente** coincidió con el comienzo de la gestión en la Dirección de prensa del Municipio de Fernando Rodríguez, un periodista que venía de trabajar en un medio regional con cobertura en municipios como Brandsen, San Vicente, Cañuelas, Presidente Perón, entre otros.

El encuentro, como casi todos, sirve como una caja de resonancia de muchas problemáticas comunes de los trabajadores de comunicación de cada municipio. Los ruidos de la



- **Municipio: Florencio Varela**
- **3 de mayo de 2024. Museo Comunitario de Artes Visuales e Histórico.**
- **Intendente: Andrés Watson**
- **Subsecretaría de Prensa y Comunicación: Noelia Piñeiro**

De la política de comunicación en los distritos del conurbano bonaerense siempre surge una problemática compartida: el desafío de construir mensajes y discursos que puedan describir y atender las problemáticas locales en ciudades donde la opinión pública está mediada por el impacto de medios nacionales que imponen debates que tienden a invisibilizar las gestiones municipales y plantear problemáticas locales con enfoques muy generales y en casos, ajenos.

comunicación interna, el desgaste que significa darle unicidad a la comunicación oficial de todas las áreas en cada distrito, entre otros temas que fueron surgiendo.

Fue una reunión regional en la que se intercambiaron modelos de gestión de la comunicación municipal de muchos jefes de prensa presentes, algunos con varios años de experiencia en el cargo.

La explosión de las redes sociales es un tema de todos los encuentros de comunicación oficial; se comparten las experiencias, aparecen problemáticas comunes, pero también se entiende que muchas veces en el relacionamiento en redes se hace camino al andar y se vive aprendiendo "on line", justamente.



Florencio Varela tiene su fortaleza en la producción frutihortícola, que abastece a mercados locales y regionales, en la presencia de parques industriales que generan empleos de calidad y desarrollo productivo. También en obras públicas siempre necesarias y en políticas de salud.

El trabajo implica desarrollar estrategias de comunicación local sólidas y efectivas como herramientas clave para visibilizar logros y comunicarse con los vecinos por encima de esa pelea desigual con el enfoque, muchas veces demonizador que proponen los medios nacionales y también las fake news sobre el conurbano provincial.

TESTIMONIOS

Andrés Watson: *“La decisión política del gobernador Axel Kicillof de aunar criterios en equipo con las distintas comunas y expandir, mediante su gabinete, los dispositivos indispensables para su labor. Es clave la difusión de información fidedigna a la ciudadanía.*

Estas jornadas fueron fructíferas por el intercambio de experiencias, ideas y cultivarse a través de los múltiples saberes. Un curso destinado a profesionales de diferentes gobiernos de la región donde adquirir nuevas estrategias e instrumentos tanto para la generación como tratamiento de contenidos multimedia’.

Noelia Piñeiro: *“El encuentro tuvo una impronta pedagógica y también es un ámbito de debate sobre el trabajo diario que ayuda a repensar la actividad de comunicación municipal. La presencia de colegas de Berazategui, Quilmes y Almirante Brown junto al equipo, integrantes del Ministerio comandado por Jéssica Rey generó un buen encuentro de trabajo donde se compartieron importantes enseñanzas en nuestro quehacer’.*



- **Municipio: Ramallo**
- **24 de mayo de 2024. Centro Universitario "José Orlando Gaeto"**
- **Intendente: Mauro Poletti**
- **Director de Prensa: Marcos Haedo**

El encuentro se realizó en el Centro Universitario recién inaugurado. En 2025 allí se van a implementar treinta carreras libres y gratuitas para la comunidad. Una noticia de tapa de cualquier medio que se interese en problemáticas locales, pero, claramente podría ocupar un lugar en sitios con repercusión provincial y nacional.

El acceso a la educación y la capacitación gratuita y de calidad en un distrito del interior provincial cobra más relevancia en el contexto nacional y la "batalla cultural" que se plantea en la coyuntura nacional.

Así el trabajo del equipo de comunicación del distrito tiene que desarrollar una estrategia para transmitir la gestión local. Encontrar caminos y espacios para mostrar la producción agroindustrial, por caso, el parque Industrial Comirsa, de los más importantes del país tie-

ne sede en Ramallo. También el perfil turístico de Ramallo, especialmente orientado hacia el turismo en pequeñas escala y la práctica de deportes acuáticos.

TESTIMONIOS

Marcos Poletti: *"La comunicación interna es fundamental para el funcionamiento del municipio y la comunicación externa nos permite llegar a la comunidad. Hoy tenemos una discusión pública en las redes sociales. Hay un bombardeo de información que es difícil de decodificar para todos los ciudadanos.*

Tenemos que trabajar en la comunicación porque es parte de la gestión. Es básico que lo que no se comunica, no se hizo. También vemos un desastre nacional que se sostiene con una estrategia comunicacional distractiva, mientras destruyen el país. El trabajo de la comunicación y el intercambio de experiencias entre los municipios es fundamental, estoy convencido que tenemos que profundizar el trabajo de la comunicación".



- **Municipio: Mar Chiquita**
- **6 de junio 2024. Centro Cultural de Santa Clara del Mar**
- **Intendente: Walter Wischnivetzky**
- **Secretario de Prensa y Comunicación: Marcos Ramundi**

El encuentro comenzó con una charla vía zoom con la Directora Provincial de Comunicación Digital del ministerio de Comunicación bonaerense, Yamila Luis. La conversación en redes, contenidos para postear, la idea de que cada red social tiene su público, la necesidad de tener un ida y vuelta con los usuarios y hasta la hora indicada para postear un mensaje fueron

parte de la disertación y de las preguntas de los participantes.

El municipio cuenta con la radio municipal, La Voz de Mar Chiquita FM 87.9/88.1 que tiene una inserción muy importante en la comunidad y se reparte en las localidades de Santa

Clara del Mar, Balneario Parque Mar Chiquita, Mar de Cobo, La Baliza, Atlántida, Camet Norte, Santa Elena, Playa Dorada, Frente Mar y La Caleta. Cómo articular la programación radial con las estrategias comunicacionales del municipio fueron parte del trabajo del día.



La Directora Provincial de comunicación digital del Ministerio de Comunicación bonaerense, Yamila Luis, abrió el conversatorio en Mar Chiquita



- › **Municipio: Mercedes**
- › **13 de junio. Teatro cultural Estación de Ferrocarril**
- › **Intendente: Juan Ignacio Ustarroz**
- › **Director de Prensa: Luciano Demergasso**

De la reunión participaron autoridades y trabajadores de prensa, además de funcionarios de Servicios Públicos, Adultos Mayores, Colegio de Arquitectos, Colegio de Abogados, Espacios Verdes, Secretaría de Educación, Turismo, Salud, Políticas Juveniles, estudiantes de comunicación política.

También estuvo presente la Directora de Prensa de Luján, Constanza Mavroyani. Nos encontramos con una gestión con mucha experiencia, en donde está claro el rol del Director de Comunicación. Se generó un buen debate sobre estrategias para redes, fragmentación de las audiencias, decisiones sobre cómo definir mensajes de acuerdo a las plataformas donde se van a volcar los mensajes. La importancia de la participación del DirCom en la reunión de gabinete. El trabajo de la identidad y la imagen.

Del encuentro surgieron demandas puntuales para el Ministerio como trabajar políticas públicas vinculadas a ludopatía infantil, una preocupación extendida también a otros distritos.

Finalmente solicitaron un segundo encuentro con convocatoria a más instituciones para poder trabajar en conjunto y que se pueda comprender mejor el sentido de la Prensa Institucional Municipal.

TESTIMONIOS

Constanza Mavroyani, directora de prensa de Luján

¿Cómo viste la experiencia? ¿Qué rescatás como lo más importante del encuentro?

“Un buen encuentro de trabajo, me sirvió para acercarme a una ciudad vecina y estar con pares en el área de comunicación y prensa. Lo mismo con los oradores del Ministerio provincial.

Hay cuestiones que algunos municipios tienen mayor inconveniente a la hora del manejo de la información en medios nacionales, buscar reforzar herramientas que permitan anticipar situaciones más complejas.

Son encuentros que enriquecen. Las redes sociales tapan cualquier otro tipo de comunicación, es necesario en estos espacios trabajar para desarrollar más herramientas para trabajar en la comunicación digital”.



Carolina De Marziani y Luciano Demergasso, director de Prensa de la Municipalidad de Mercedes

- **Municipio: Partido de la Costa**
- **11 de julio de 2024. Secretaría de Turismo**
- **Intendente: Juan de Jesús**
- **Directora de Prensa: Irma Lidia Galarza**
- **Subdirector de Prensa: Pablo Nulli.**
- **Localidad: Costa del Este**

La actividad tuvo dos puntos: la comunicación con acento en la identidad del lugar y la fortaleza del turismo como eje rector del distrito. Se trabajó en el consenso de una tarea conjunta en redes sociales que no distorsione las prioridades comunicacionales.

Participaron funcionarios y equipo de prensa del Partido de la Costa, periodistas, jefes de prensa de otras instituciones y del municipio. También estuvo presente parte del equipo de prensa de Villa Gesell.

También en el partido de la Costa se concretó una reunión con estudiantes del Instituto Superior de Formación Docente y Técnica N°89 "Dr René Favalaro".

TESTIMONIOS

Gala Galarza, Directora de Prensa

"Desde la Dirección de Prensa de la Municipalidad de La Costa valoramos profundamente la capacitación en gestión de la comunicación institucional y turística que se desarrolló en Costa del Este, el pasado mes de julio del 2024, a cargo del Ministerio de Comunicación Pública de la Provincia de Buenos Aires. Fue una jor-

nada realmente productiva en la que analizamos temas cruciales para el fortalecimiento de nuestra labor como la planificación efectiva, la construcción de identidad institucional y la gestión de crisis. Agradecemos la oportunidad y el compromiso de los capacitadores Carolina De Marziani, Marcelo Carignano y Francisco Muntaner, y estamos entusiasmados por continuar participando en estas instancias de profesionalización que tan valiosas resultan para el desarrollo de nuestra comunidad".

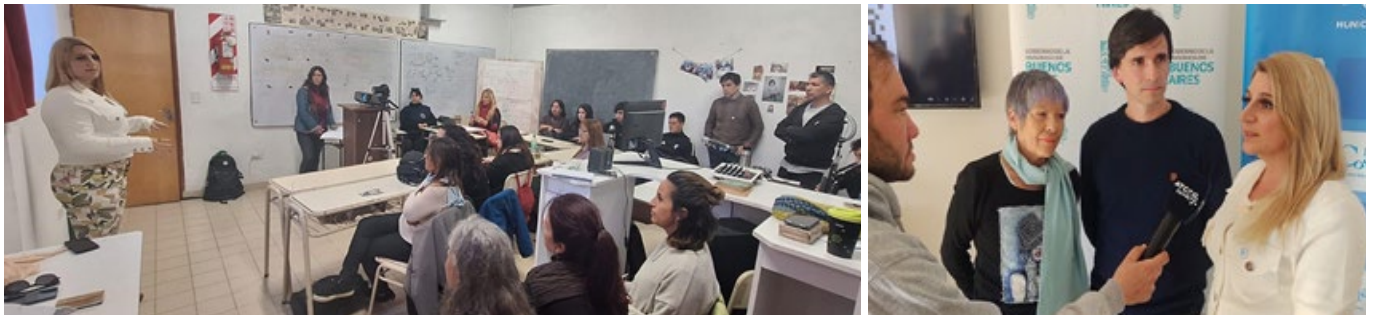
Darío, Director de prensa de Villa Gesell

"Una muy buena experiencia, interesante la charla y productivo el encuentro entre compañeros que estamos inmersos en la misma problemática, enfrentando las mismas inquietudes y problemas.

Sería interesante pasar del formato capacitaciones al formato "taller", en el sentido de abordar prácticamente ciertos desafíos que entiendo tenemos todos en las Direcciones o Secretarías de Prensa: los medios locales, las redes sociales, la producción audiovisual cada vez más relevante, las cuentas oficiales versus las cuentas de las áreas, la jerarquización de información dentro de la Municipalidad, la página web versus los nuevos canales de comunicación (grupos de whatsapp o canales de difusión, mensajería instantánea en redes y/o atención al vecino por whatsapp, etc).

Y todas las problemáticas con las que nos enfrentamos todos los días, digamos, y a las que uno va resolviendo artesanalmente, como se puede, a los tumbos y muchas veces sin "ayuda" (o no resolviendo porque la coyuntura nos pasa por arriba). Para incluir: el gran tema de los "trolls".





Directora Lic. Analia Degange. ISFDyT N°89 Dr. René Favalaro
Regente: Lic. Miguela Portales

- **Municipio: Azul**
- **9 de agosto de 2024. Teatro Municipal de Azul**
- **Intendente: Nelson Sombra**
- **Director de Prensa: Pablo Vera**

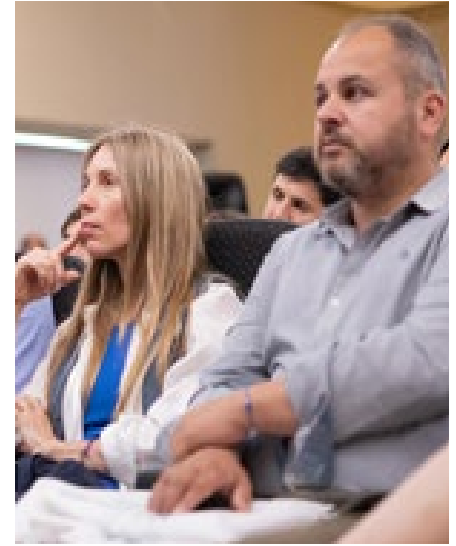
La diversidad del auditorio fue un desafío extra al conversatorio. Estuvieron presentes integrantes representantes de entidades intermedias de la comunidad de Azul. De allí surgió la demanda de herramientas de comunicación para esos sectores de la sociedad que quieren dejar una marca en la agenda de la comunidad.

Participaron y contaron su experiencia de comunicación institucional interna y externa desde

un grupo de teatro de la ciudad, clubes de voley, integrantes de la Radio Pública de Azul, periodistas de medios independientes y el equipo de prensa del Municipio que encabeza Pablo Vera.

Las demandas atravesaron interrogantes sobre cómo comunicar desde la Asociación de Árbitros de Azul, cómo fijar posturas sobre cuestiones reglamentarias del juego y también defender y explicar la actuación de sus asociados en la fecha del fútbol local. También autoridades de una escuela secundaria contaron sus estrategias para comunicarse con la comunidad educativa y consultaron cómo articular su trabajo en redes sociales.



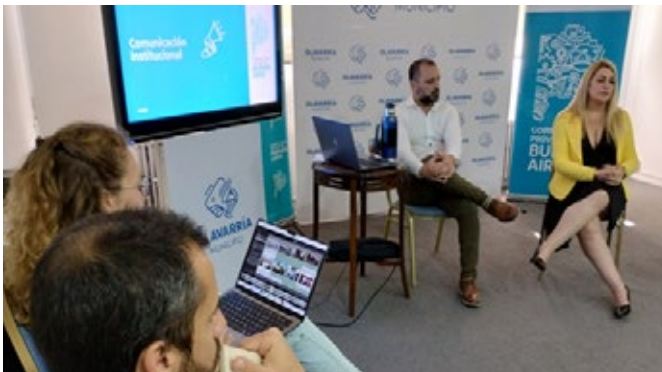


- › **Municipio: Olavarría**
- › **18 de octubre de 2024. Palacio Municipal**
- › **Intendente: Maximiliano Wesner**
- › **Director de Prensa: Lucía Palacios**

Participaron autoridades de prensa del municipio. Una gestión de comunicación que está fundada en la confianza que les brindó

el intendente desde antes de ser electo en el cargo.

Hay un trabajo consciente para profesionalizar la comunicación institucional del municipio. También se conversó mucho sobre el trabajo en redes sociales y la comunicación interna como herramienta para fortalecer los mensajes del gobierno.



- › **Municipio: San Vicente**
- › **15 de Noviembre 2024. Museo Histórico "17 de Octubre" Quinta San Vicente**
- › **Intendente: Nicolás Mantegazza**
- › **Secretario de Prensa y Comunicación: Fernando Rodríguez**

Además del equipo de comunicación, participaron trabajadores de prensa del distrito y periodistas de la región. El intendente remarcó la necesidad de trabajar en la comunicación de las políticas públicas desde cada área del gobierno municipal para delinear un perfil de gestión claro, que pueda transmitir las prioridades que se marcaron en presupuesto municipal de cara a la sociedad que espera respuestas en momentos de mucha confusión.

Surgió el tema de la necesidad de precisar los datos de la gestión, la coordinación para un manejo más efectivo de las redes sociales. Construir mensajes que permitan remarcar la identidad del distrito del sur del conurbano bonaerense que ha crecido exponencialmente

en la última década. El desarrollo inmobiliario y la instalación de empresas en el Parque Industrial son parte de la nueva identidad del partido.

Mantegazza abrió el encuentro y, junto a sus funcionarios de la gestión permaneció en el auditorio durante un tramo importante del taller, lo que permitió un ejercicio práctico y directo sobre la necesidad de profundizar la relación con los equipos de prensa y comunicación.

El intendente aseguró que: *"la Provincia nos permite tener un espacio de trabajo para mejorar nuestras herramientas y construir puentes entre el área de comunicación y el resto de las áreas de gestión del municipio. Este taller nos ayuda a mejorar al conjunto de la gestión, de cara a todos los sanvicentinos en tiempos de cada vez mayores exigencias"*.

Carolina De Marziani destacó que: *"La presencia del intendente y los funcionarios de gobierno comunal mejoran la calidad del encuentro de trabajo sobre comunicación municipal y gestión, porque ambas son caras de la misma moneda"*.





► ENCUESTRO PRESENCIAL

ENCUENTRO DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

📅 **Viernes 3 de mayo** ⌚ **10:00 a 15:00 horas**

📍 **Museo Comunitario de Artes Visuales e Histórico**
25 de mayo esq. Chacabuco- Florencio Varela

Temario: Comunicación institucional, el rol del DirCom, táctica y estrategia, identidad e imagen. Comunicación de Crisis. Eventos.

► ENCUESTRO PRESENCIAL

ENCUENTRO DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

📅 **Jueves 11 de abril** ⌚ **10:00 a 15:00 horas**

📍 **Museo Histórico "17 de octubre"**
Quinta San Vicente, Lavalle 800-San Vicente

Temario: Comunicación institucional, el rol del DirCom, táctica y estrategia, identidad e imagen. Comunicación de Crisis. Eventos.

► ENCUESTRO PRESENCIAL

ENCUENTRO DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

📅 **Miércoles 3/04** ⌚ **10:00 a 15:00 horas**

📍 **Centro Cultural Florencio Constantino**
Belgrano 1260, Bragado

Temario: Comunicación institucional, el rol del DirCom, táctica y estrategia, identidad e imagen. Comunicación de Crisis. Eventos.

► ENCUESTRO PRESENCIAL

ENCUENTRO DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

📅 **Viernes 24 de mayo** ⌚ **10:00 a 15:00 horas**

📍 **Centro Universitario**
Oliva 1210- Ramallo

Temario: Comunicación institucional, el rol del DirCom, táctica y estrategia, identidad e imagen. Comunicación de Crisis. Eventos.

► ENCUESTRO PRESENCIAL

ENCUENTRO DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

📅 **Jueves 11 de abril** ⌚ **10:00 a 15:00 horas**

📍 **Museo Histórico "17 de octubre"**
Quinta San Vicente, Lavalle 800-San Vicente

Temario: Comunicación institucional, el rol del DirCom, táctica y estrategia, identidad e imagen. Comunicación de Crisis. Eventos.

► ENCUESTRO PRESENCIAL

ENCUENTRO DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

📅 **Jueves 13 de junio** ⌚ **10:00 a 14:00 horas**

📍 **Complejo Cultural La Trocha**
Mercedes

Temario: Comunicación institucional, el rol del DirCom, táctica y estrategia, identidad e imagen. Comunicación de Crisis. Eventos.

**MINISTERIO DE
COMUNICACIÓN
PÚBLICA**



**GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
BUENOS
AIRES**