



Serie OPINIONES FIASEP

Nº 4/2020

“Tribunales de cuentas y redes sociales: ¿Por qué no?”

Fermín Erbiti Zabalza
Responsable de Comunicación
Cámara de Comptos de Navarra/Nafarroako Kontuen Ganbera

Junio, 2020

Introducción

En la planta noble del hermoso caserón de la Cámara de Comptos de Navarra, donde trabajo como responsable de Comunicación, tenemos expuestas dos máquinas de escribir antiguas. Son parte de la decoración de un espacio que incluye también los retratos de los expresidentes de la institución, además de algún bargueño cedido por el Museo de Navarra.

El nuestro es un edificio del siglo XIII, de gran valor histórico y artístico.¹ Así que aprovechamos esa circunstancia para abrir las puertas de la sede, darla a conocer y, por supuesto, informar sobre nuestra labor de control. El programa de visitas a grupos incluye una explicación en esa estancia. Si los invitados son jóvenes, contemplan las máquinas de escribir como lo que son para ellos: piezas de museo. Cuando el grupo lo componen jubilados, comparan esos modelos con los que utilizaron en su día y algunos todavía conservan en su hogar.

Al autor de estas líneas, *cicerone* en esas visitas, le gustaría estar más cerca del primer grupo que de los jubilados. Pero no es así. Y es que yo también utilicé máquina de escribir, tanto en mi época de estudiante como en los primeros años de mi vida profesional.

Cuando acabado el segundo curso de Periodismo entré por primera vez en la redacción de un periódico, me cautivó aquel peculiar concierto de teclas. Era lo más característico de las viejas redacciones, junto a la densa nube de humo producida por los *plumillas*, fumadores empedernidos. Aquello es historia, la nuestra. En las actuales redacciones, tan silenciosas, no se oye el teclear de las máquinas. Y, por supuesto, nadie fuma.

La radical transformación de las redacciones se puede aplicar a la comunicación en general. Hubo un tiempo nada lejano en el que la estrategia de comunicación de cualquier entidad –pública o privada– pasaba única y necesariamente por los medios tradicionales: prensa, radio y televisión. Todos los gabinetes de Comunicación dependían de dichos medios para hacer llegar su mensaje a la ciudadanía.

¹ <https://camaradecomptos.navarra.es/es/nuestra-sede>

Aun siendo todavía importantes, esos medios han perdido el monopolio de la información. Actualmente, todas las entidades tienen una página web para trasladar directamente sus mensajes a la sociedad. Por supuesto, se han multiplicado los medios de comunicación, muchos de ellos de carácter digital, y han irrumpido en nuestras vidas las redes sociales como ágoras del siglo XXI. Ahí se congrega la ciudadanía para informarse, discutir, polemizar...

La comunicación, en definitiva, ha cambiado radicalmente en las dos últimas décadas. Si en un tiempo relativamente cercano la información era un elemento escaso, y por lo tanto muy valioso, las nuevas tecnologías han traído una impresionante avalancha de datos, noticias y opiniones. Internet es un inmenso océano con informaciones de todo tipo y calidad. Así que el problema actual no es tanto conseguir información, sino elegirla bien. O lo que es lo mismo: saber desecharla. Y esto plantea un reto para cualquier institución, tanto pública como privada: convertirse en fuente de información interesante y fiable.

Ese es también el reto de las instituciones de control que, lógicamente, deben adaptar su estrategia de comunicación a la nueva realidad. ¿Incluyendo también su participación en las redes sociales? En mi opinión, la respuesta está relacionada con nuestra actitud ante la comunicación. La cuestión básica es si apostamos por la transparencia o preferimos la no comunicación, que no deja de ser una estrategia. Aclarada esa premisa, la pregunta sobre las redes sociales tiene una respuesta obvia.

Yo estoy convencido de que las instituciones de control tienen que apostar por la comunicación. Primero, porque se pronuncian sobre la gestión del dinero de todos los ciudadanos.² Así que éticamente parece obligado dar a conocer a la sociedad el resultado de su labor. Y, en segundo lugar, porque la comunicación fortalece nuestra labor y nuestras instituciones, las hace más eficaces.

Por tanto, si consideramos que las redes sociales son un canal de comunicación interesante, un buen aliado para las instituciones de control, la discusión no tiene mucho sentido. Podemos y debemos utilizarlas, siempre de una manera seria y prudente.

² http://asocex.es/wp-content/uploads/PDF/200306_30_4.pdf

La experiencia de la Cámara de Comptos

La Cámara de Comptos inició su experiencia en las redes sociales en 2011, cuando decidimos abrir una cuenta en Twitter. Antes que nada, una doble confesión. En primer lugar, yo no soy un gran aficionado a las redes sociales. Si me introduje en las mismas fue por analizar su utilidad en nuestra estrategia de comunicación. Aunque si he de ser sincero, y aquí viene la segunda confesión, tengo que decir que no hubo una profunda reflexión al respecto. Pudo más la intuición de que las redes sociales, en todo caso, sumarían a favor de la Cámara de Comptos.

En nuestra institución siempre hemos tenido clara la apuesta por la comunicación, tanto por una cuestión ética como de eficacia. Sabiendo que no tenemos que forzar nuestra presencia en los medios, pero sí informar de lo que merece la pena. Cuando las redes sociales comenzaron a popularizarse, pensamos que también teníamos que estar ahí. Era un canal más desde el que llegar a la ciudadanía, una oportunidad para dar a conocer nuestra labor a través de otra vía.³

Pero, además, queríamos lanzar un guiño a la sociedad, un mensaje que juzgamos interesante: estamos en las redes sociales porque somos una institución que vive el presente y mira al futuro.

Desde el principio teníamos claro que utilizaríamos Twitter para comunicar nuestros mensajes, absteniéndonos de entrar en discusiones ni polémicas con nadie.

Empezamos a colgar mensajes anunciando la publicación de informes, con el vínculo correspondiente a nuestra página web. De esa manera, nuestros seguidores pueden acceder directamente tanto al resumen escrito del informe como al vídeo-resumen⁴ y, por supuesto, también al informe completo. Además, desde el principio informamos sobre comparecencias parlamentarias, visitas de grupos a nuestra sede, iniciativas de formación, publicaciones...

³Marta Riera López, además de proponer la utilización de las redes sociales para dar a conocer la labor de los tribunales de cuentas de nuestro entorno, ha analizado la estrategia seguida en ese ámbito por organismos de control de otros estados. <http://asocex.es/ocex-y-redes-sociales-necesidad-o-reto>

⁴ Desde 2019, la Cámara de Comptos edita un vídeo de un minuto sobre los informes más interesantes en el que, de una manera didáctica, se resume su contenido. El primero fue el de las cuentas generales de 2018: <https://bit.ly/3bzw0os>

Y para nuestra sorpresa, el nuevo canal de comunicación se convirtió enseguida en un eficaz medio de difusión de nuestra actividad. Recuerdo que al poco de comenzar nuestra andadura en las redes sociales, llamé al redactor jefe de un periódico para anunciarle que esa semana teníamos previsto publicar dos informes interesantes. Él ya lo sabía, lo había leído en Twitter. Entonces intuí el valor de las redes sociales, también para una institución como la nuestra. Podían servir para algo más que lanzar un guiño cómplice a la sociedad.

El número de seguidores fue creciendo hasta superar los 500. Una cifra modesta en las redes sociales, pero digna de tener en cuenta al tratarse de un órgano de control externo. Obviamente, la naturaleza de nuestro trabajo es incompatible con récord de seguidores. Descartada la cantidad, lo importante era la calidad: llegar a personas interesadas en nuestra labor, convertir a Twitter en un aliado más desde el que trabajar nuestra estrategia de comunicación.

Creo que hemos conseguido ese objetivo. Nuestro medio millar de seguidores son, fundamentalmente, políticos, periodistas y responsables de instituciones de ámbito económico y social. Pero, además, entre ellos hay perfiles de personas que nunca hubiésemos imaginado interesadas en nuestra labor. Sin las redes sociales no recibirían información sobre la Cámara de Comptos de Navarra.

Criterio fundamental: prudencia

Evidentemente, la utilización de las redes sociales exige a las administraciones públicas actuar con responsabilidad y prudencia.⁵ Tratándose de mensajes que se envían de manera inmediata, existe el riesgo de cometer errores. Lo importante, en mi opinión, es tener claro que cualquier mensaje enviado a través de las redes sociales tiene el mismo valor que un comunicado remitido a los medios. Es una declaración oficial que, por tanto, podría volverse en contra de la institución si no se actuara con responsabilidad.

⁵ "Twitter es una plataforma de comunicación pública que debe usarse siempre con prudencia. Hay que cuidar el contenido que se publica y también el lenguaje que se emplea". *Mundo Twitter*, José Luis Orohuela. Alienta Editorial, 2011 (página 86).

No obstante, si nuestra participación en Twitter se limita a difundir informes y dar cuenta de nuestras iniciativas y actividades, dicho riesgo es muy relativo.

Además de enviar mensajes, Twitter permite acceder a muchas informaciones y opiniones sobre nuestra institución y su labor. Algo que tampoco nos debe obsesionar, aunque algunas veces puede aportarnos ideas interesantes.

Creo, en definitiva, que la utilización de redes sociales refleja voluntad de transparencia y apertura a la sociedad, especialmente a las generaciones más jóvenes. Considero que también las instituciones de control deberían acercarse a esos nuevos canales de comunicación. Y hacerlo, lógicamente, eligiendo las redes más eficaces, manteniendo un perfil moderado, un tono adecuado y con la prudencia exigible a todas las administraciones públicas.