

COMUNICAR LA TRANSPARENCIA

por Javier Callejo

En amplios sectores de la Administración Pública se tiene la opinión de que la conocida como Ley de la Transparencia terminará generando una radical transformación en las formas de hacer y trabajar de los servicios públicos.

De momento, y ante el control que se deriva de la misma, quienes tienen que decidir sobre una convocatoria o un concurso público dedican mucho más tiempo del habitual a que todos los detalles se encuentren conforme a la ley, de manera que el mínimo arañazo en el proceso conlleva su paralización hasta la subsanación.

Firmar se ha convertido en un acto de profunda reflexión. Tal vez ralentice los procesos, puesto que ya no se pueden tomar ese tipo de decisiones en las que antes, ante pequeños errores, se miraba para otro lado con tal de no detener el acto administrativo; pero se ha ganado en seguridad y, a la larga, seguramente en democracia.

Ahora bien, la transparencia no es solo una manera de actuar. Es también un producto. Para ser más precisos: un producto comunicativo. Se produce transparencia a través de la comunicación. En este proceso, lo más transparente ha de ser precisamente el propio proceso de producción, de la misma manera que el cristal más transparente es el que no se ve, del que no se percibe su existencia. Por lo tanto, transparencia no es dejar ver todo sino, sobre todo, enseñar.

Así ahora están los gabinetes de comunicación de ministerios, organismos, consejerías, ayuntamientos, y demás entes públicos, produciendo transparencia con la estrategia de enseñar. Es cierto que todavía hay bastante que pulir; pero la suerte está echada, y no parece que haya marcha atrás.

Uno de los canales que mayor protagonismo está teniendo en este nuevo abrazo a la transparencia es el de las redes sociales. A través de ellas, se emite información de una convocatoria, de un acto en directo, de unas declaraciones oficiales, etc.

Hay una tendencia hacia la institucionalización, a convertirse en espejo de lo que vulgarmente se llama “lo oficial”, como indicando que se trata de una realidad formal, frente a una realidad material potencialmente distinta. Sin embargo, se intenta salvar la interactividad del medio, haciendo tal vez lo más difícil, como es convertirlo prácticamente en unidireccional.

Son los primeros pasos de transparencia a través de las redes sociales; pero la ciudadanía ya pide más. ¿Hasta dónde puede llegar la interactividad abierta en las redes sociales de las administraciones públicas? ¿caben protocolos? Preguntas que muestran algunos de los retos que tiene la nueva comunicación de las administraciones públicas y, de paso, la relación que se abre entre administradores y administrados.