Premios EIKON 2026

El Giro Histórico: Cercanía, Transparencia y la Nueva Era de la Ciudad

CIUDAD San Miguel de Tucumán

Gabriela Gatica Ruiz

& Asociados

Categoría 21.3: Comunicación de Gestión de Gobierno Municipal
Capítulo: General
Región: Argentina

Premios EIKON 2026

introducción

A través de un despliegue multi-plataforma que combinó una relación transparente y fluida con los medios de comunicación, gestión de redes sociales basada en la cercanía y la escucha la activa, acciones de grassroots en territorio y herramientas de modernización digital, el municipio restableció el contrato de confianza con los vecinos. **Porque gobernar un municipio no es solo administrar cemento, es cuidar la vida de una comunidad.**



introducción

La Clínica de la Transformación Urbana





Durante décadas, la comunicación de los gobiernos municipales en Argentina respondió a una lógica informativa y unidireccional: el Estado comunicaba decisiones, anunciaba obras, difundía actividades y transmitía mensajes institucionales que rara vez lograban establecer un vínculo genuino y sostenido con la ciudadanía.

La nueva gestión partió de una convicción central: gobernar no consiste únicamente en administrar recursos públicos o ejecutar políticas concretas. Gobernar implica construir confianza, generar cercanía, modificar hábitos ciudadanos, transparentar decisiones, fortalecer la participación comunitaria y establecer una conversación permanente entre el Estado y la comunidad.

propuesta

El **desafío central** era doble: construir desde cero un ecosistema de comunicación que diera cuenta de una gestión ambiciosa, y hacerlo en un contexto de restricción presupuestaria, convirtiendo la comunicación en herramienta de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana activa.

Desde el inicio de la administración se diseñó un ecosistema integral de comunicación orientado a acompañar la transformación profunda que atravesaba la ciudad. Este nuevo paradigma implicó abandonar el modelo tradicional de comunicación gubernamental centrado en informar acciones para evolucionar hacia un modelo dinámico, participativo, pedagógico y bidireccional donde cada política pública se apoyara en una estrategia comunicacional capaz de movilizar conductas sociales concretas.

La estrategia comunicacional de la gestión se articuló en decisiones estructurales.



Subsecretaría de Prensa y Comunicación Institucional
Profesionalización del área que suman cuatro direcciones especializadas: Comunicación, Comunicación Digital, Radio Municipal y Comunicación No Tradicional

Portal SMTenDatos
Se apostó a un gobierno abierto y una gestión basada en datos. Cuenta con mapa interactivo de los 20 distritos, panel de desempeño y boletín de rendición de cuentas

Ecosistema de medios
comunicación directa con los vecinos: portal de noticias con actualización diaria, canal de YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp institucional, líneas temáticas para reclamos y consultas, circuito de pantallas digitales urbanas y un canal de Spotify para difusión de contenidos sonoros.



ejecución

A diferencia de modelos tradicionales donde la ciudadanía actúa como receptora pasiva del mensaje gubernamental, la nueva gestión municipal impulsó un cambio conceptual profundo: convertir al vecino en protagonista activo de la transformación de la ciudad.

- **180 días**

la gestión adoptó como metodología pública los ciclos de 180 días con compromisos explícitos y medibles. A los 6 meses, la intendenta presentó ante los vecinos el balance de cumplimiento de los cuatro ejes comprometidos al asumir

- **SEPARÁ**

buscó instalar por primera vez una cultura de separación de residuos, promoviendo conciencia ambiental, economía circular y participación vecinal en el nuevo sistema integral de gestión urbana. El objetivo consistió en modificar la relación del vecino con el cuidado colectivo de la ciudad.

- **SMT en Escena**

Primer concurso audiovisual municipal de Argentina que invirtió el rol del ciudadano: de receptor pasivo de campañas de tránsito a creador activo de contenido de concientización vial.

- **Centro de Operaciones y Monitoreo, y Voz del COMM**

Se incorporaron 300 nuevas cámaras tipo Domo 360° con soporte de inteligencia artificial, que se sumaron a las más de 200 ya existentes, proyectando una capacidad total de 500 cámaras activas y posicionando al sistema como el mayor del norte argentino

- **¡Feliz día de la Independencia!**

Se reafirmó a la ciudad como protagonista histórica del relato nacional, con un mensaje a la altura del evento más significativo del año creando un mensaje de unidad y una construcción colectiva.

resultados

Aunque cada campaña respondió a objetivos particulares, en conjunto comenzaron a producir un efecto sistémico sobre la percepción pública del municipio.

- **Se consolidó una nueva identidad institucional asociada a la cercanía, la transparencia, la innovación y la participación ciudadana**
- **Se lograron instalar nuevos hábitos comunitarios vinculados al cuidado ambiental y responsabilidad colectiva.**
- **Se amplificó la participación ciudadana en campañas públicas a través de formatos digitales participativos.**
- **Se posicionó al municipio como actor innovador en incorporación tecnológica aplicada a la vida urbana.**







resultados

Las campañas y producciones del municipio generaron cobertura permanente en medios provinciales (La Gaceta, Canal 10, El Tucumano, LV7, Contexto Tucumán) y nacionales (Canal 26, Cadena 3, Infobae). La campaña "Voz del COM" alcanzó viralización espontánea a nivel nacional. SMT en Escena movilizó a 107 creadores ciudadanos, extendiendo el alcance comunicacional más allá de los medios propios.
La gestión de la Dra. Rossana Chahla transformó la comunicación pública en una herramienta de gestión. La comunicación dejó de ser un canal accesorio dentro del gobierno y pasó a ser uno de los prinicipales motores del cambio.

Premios EIKON 2026

180 días

a campaña “180 días” sintetizó este proceso con un video institucional en YouTube, contenido adaptado a TikTok y difusión en redes sociales, alcanzando audiencias simultáneas en distintos formatos y generaciones.





SEPARÁ

El programa de separación domiciliaria y recolección diferenciada de residuos sólidos urbanos fue comunicado con una estrategia multicanal que incluyó un jingle original disponible en Spotify, un videoclip producido con la comunidad educativa de la Escuela Municipal Alfonsina Storni, reels, spots audiovisuales, cartelería en paradas de colectivo y sistema eco-canjes itinerantes semanales en distintos barrios de la ciudad.





Premios EIKON 2026

SMT en Escena

primer concurso audiovisual municipal de Argentina que invirtió el rol del ciudadano: de receptor pasivo de campañas de tránsito a creador activo de contenido de concientización vial. Los vecinos mayores de 16 años produjeron reels de hasta 60 segundos con mensajes sobre seguridad vial. El certamen recibió 107 producciones ciudadanas. La evaluación combinó el voto de un jurado con el voto popular en redes sociales, extendiendo el alcance orgánico de la campaña.



Enlace a Instagram

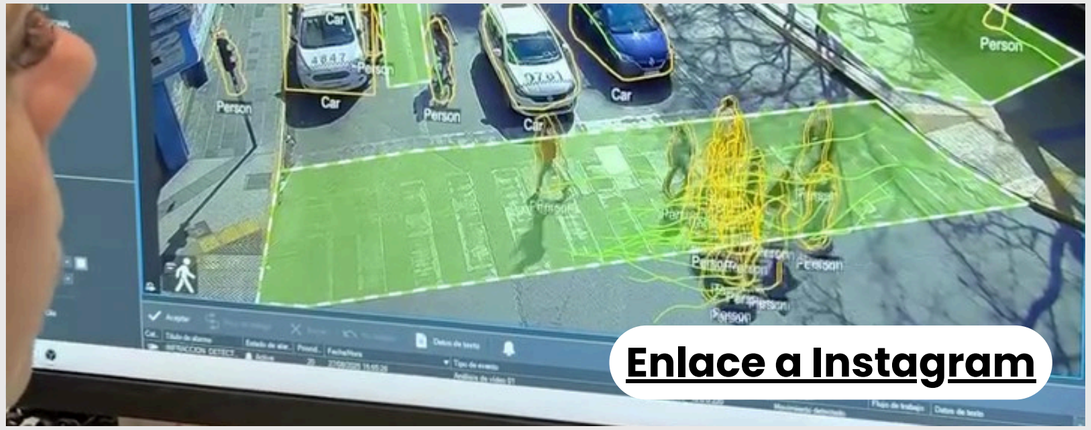


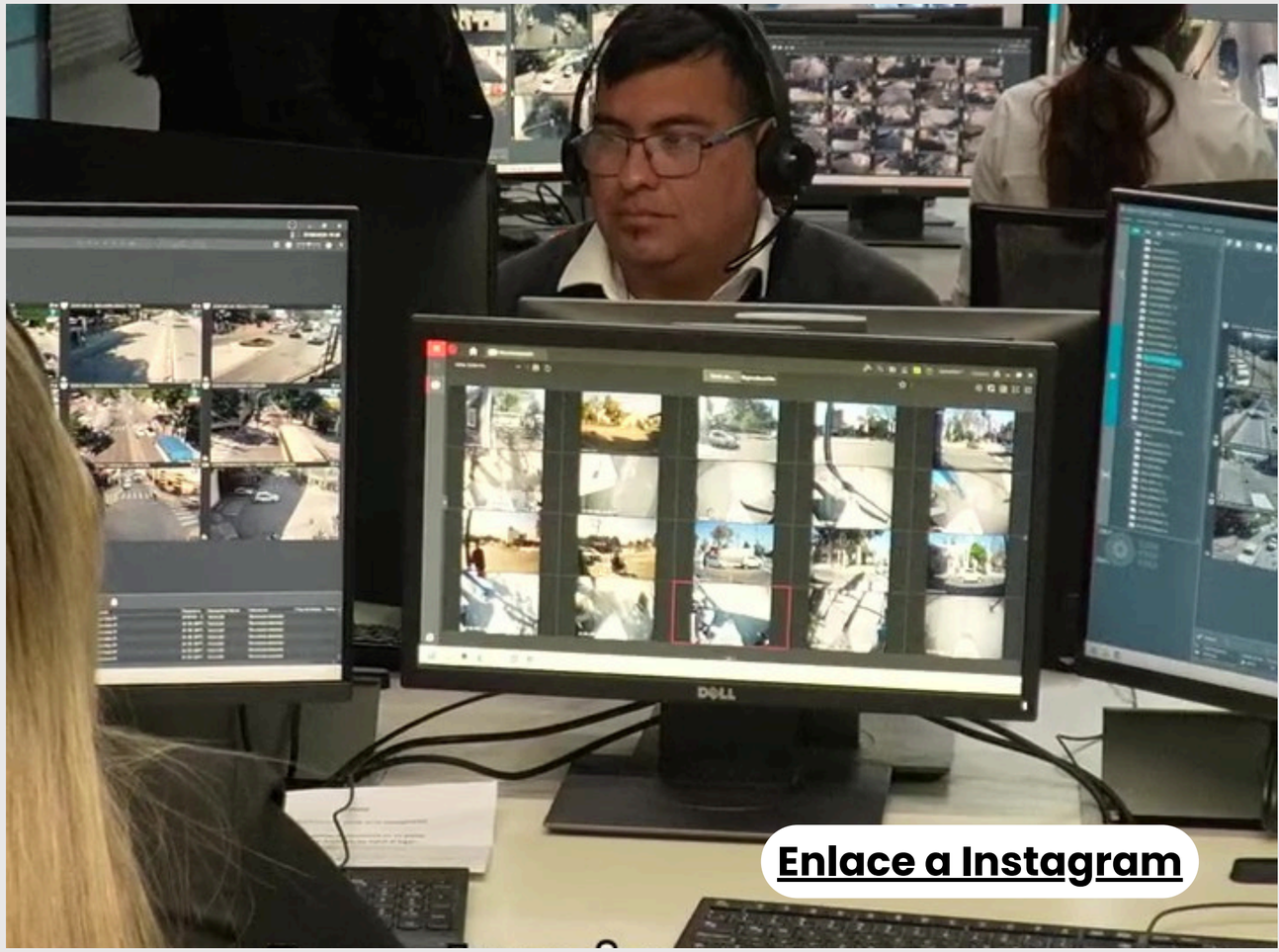
Enlace a Instagram

Premios EIKON 2026

COMM y Voz del COMM

El sistema fue presentado en redes sociales con el concepto “los ojos de la ciudad ahora tienen voz”, generando viralización orgánica a nivel nacional con cobertura en medios como Infobae y Canal 26, y posicionando a San Miguel de Tucumán como ciudad pionera en el uso de la tecnología de monitoreo con comunicación activa





Premios EIKON 2026

Día de la Independencia

Con un mensaje a la altura del evento más significativo del año creando un mensaje de unidad y una construcción colectiva, la pieza audiovisual **“¡Feliz Día de la Independencia!”** se difundió en todos los canales propios y obtuvo cobertura en medios nacionales.



Enlace a YouTube



Premios EIKON 2026

CIUDAD
San Miguel
de Tucumán

Gabriela Gatica Ruiz

& Asociados