Premios Eikon 2026

Categoría 21.3: Comunicación de Gestión de Gobierno Municipal

Capítulo: General

Región: Argentina

Título del programa: “El Giro Histórico: Cercanía, Transparencia y la Nueva Era de la Ciudad”

Nombre de la compañía o institución: Municipalidad de San Miguel de Tucumán

Área: Subsecretaría de Prensa y Comunicación Institucional

Persona/s responsable/s de la presentación del caso: Gabriela Gatica Ruiz & Asociados

CIUDAD
San Miguel
de Tucumán

Gabriela Gatica Ruiz

& Asociados

Descripción conceptual sintética:

A través de una estrategia multiplataforma basada en medios, redes sociales, acciones territoriales y modernización digital, el municipio reconstruyó la confianza con los vecinos. La comunicación acompañó las políticas públicas y se convirtió en una herramienta central para transparentar el impacto real de una nueva forma de gobernar. ***Porque gobernar un municipio no es solo administrar cemento, es cuidar la vida de una comunidad.***

Introducción:

Contexto Institucional: La Clínica de la Transformación Urbana

En octubre de 2023, San Miguel de Tucumán inició una etapa inédita con la llegada de la Dra. Rossana Chahla, primera intendenta mujer en la historia del municipio. El escenario era crítico: servicios públicos deteriorados y una profunda desconexión institucional con la ciudadanía.

Médica de profesión, Chahla trasladó a la administración pública una lógica basada en diagnóstico, empatía y capacidad de respuesta inmediata. Su gestión impulsó un nuevo paradigma donde gobernar significa cuidar, ordenar y transformar, convirtiendo al municipio en una estructura moderna, dinámica y orientada a responder eficientemente a la comunidad.

Presentación del caso:

Durante décadas, la comunicación de los gobiernos municipales en Argentina respondió a una lógica unidireccional, donde el Estado comunicaba decisiones sin construir un vínculo sostenido con la ciudadanía.

En 2023, San Miguel de Tucumán inició una transformación profunda en la forma de entender la comunicación pública. Con la llegada de la Dra. Rossana Chahla a la intendencia, surgió un nuevo paradigma donde la comunicación dejó de ser complementaria para convertirse en parte central del ejercicio de gobierno.

El diagnóstico inicial era crítico: el municipio carecía de estructura de comunicación profesionalizada, estrategia digital, producción audiovisual y herramientas de gobierno abierto. La comunicación seguía siendo reactiva y dependiente de la prensa tradicional, mientras la ciudad acumulaba déficits en salud, ambiente y espacio público.

La nueva gestión partió de una convicción central: gobernar no consiste solo en ejecutar políticas públicas, sino en construir confianza, generar cercanía, transparentar decisiones y fortalecer la relación entre Estado y comunidad. En ese contexto, la comunicación se convirtió en una herramienta central de gestión pública. **Porque gobernar un municipio no es sólo administrar cemento, es cuidar la vida de una comunidad.**

Presentación del caso:

El ***desafío***: construir un ecosistema integral de comunicación en un contexto de restricción presupuestaria, pasando de un modelo informativo pasivo a uno pedagógico, bidireccional y orientado a la movilización social.

La **estrategia comunicacional** se articuló en decisiones estructurales:

La profesionalización del área mediante la creación de la **Subsecretaría de Prensa y Comunicación Institucional**, con cuatro direcciones especializadas, incluyendo **Comunicación Digital** (redes sociales, producción audiovisual y portal comunicacionsmt.gob.ar)y **Comunicación No Tradicional** —formato único en municipios argentinos— responsable de campañas disruptivas, activaciones ciudadanas y narrativas no institucionales. Además, se impulsó un modelo de gobierno abierto con el portal smtendatos.gob.ar, con datos abiertos, mapa interactivo y rendición de cuentas.

Se desarrolló además un ecosistema de medios propios para comunicación directa con vecinos: portal de noticias, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsApp institucional, líneas de reclamos, pantallas urbanas y Spotify.

Los ***públicos estratégicos*** fueron vecinos de San Miguel de Tucumán, medios provinciales y nacionales como amplificadores, y la comunidad internacional de ciudades inteligentes como audiencia de posicionamiento institucional.

La gestión impulsó un cambio conceptual profundo: **convertir al vecino en protagonista activo de la transformación de la ciudad**.

La estrategia se ejecutó a través de varias campañas, producciones audiovisuales y acciones de comunicación que cubrieron todos los ejes de la gestión.

Al asumir, la ciudad enfrentaba desafíos estructurales que excedían la gestión tradicional. La limpieza urbana requería nuevos hábitos ciudadanos, la convivencia vial mayor participación, la seguridad nuevas herramientas tecnológicas y la transparencia institucional una comunicación clara y permanente.

A partir de este diagnóstico, la gestión instaló un nuevo paradigma de comunicación pública mediante campañas y acciones transversales que acompañaron todos los ejes de gobierno.

Comunicación para transparentar gestión y generar confianza: uno de los grandes objetivos centrales de la nueva gestión fue construir la confianza ciudadana en el municipio. Para ello, se reemplazaron las promesas por la metodología "*Ciclos de 180 Días*" con compromisos públicos, concretos y medibles. A los seis meses, la intendenta presentó ante la comunidad el cumplimiento de los cuatro ejes establecidos al asumir: la reapertura del espacio Asistencia Pública, la erradicación de basurales, el bacheo, y el reordenamiento del tránsito. Se utilizaron balances audiovisuales multiplataforma, transformando la comunicación en evidencia de gestión, que incluyó un video institucional en YouTube, y contenido adaptado a TikTok y difusión en redes sociales, alcanzando audiencias simultáneas en distintos formatos y generaciones.

La comunicación dejó de ser una promesa. Se transformó en evidencia: la ciudad estaba cambiando y los vecinos podían comprobarlo.

Comunicación para transformar hábitos ciudadanos: la gestión entendió que muchos de los problemas históricos de la ciudad exigían modificar conductas profundamente arraigadas, convirtiendo a la comunicación en una herramienta central para impulsar cambios concretos en el comportamiento ciudadano.

La campaña “*SEPARÁ*” buscó instalar una cultura de separación de residuos, promoviendo la conciencia ambiental, el reciclaje y la participación vecinal. El verdadero objetivo consistió en modificar la relación del vecino con el cuidado colectivo de la ciudad.

El programa de separación domiciliaria y recolección diferenciada de residuos sólidos urbanos fue acompañada por una estrategia multicanal que incluyó un jingle original en Spotify, un videoclip junto a la comunidad educativa de una escuela, reels, spots audiovisuales, cartelería urbana y eco-canjes itinerantes en distintos barrios. La campaña obtuvo como resultado +300% en recuperación de residuos secos (86.000 kg/mes) con alcance total en la ciudad.

Comunicación para construir ciudadanía participativa: la nueva gestión impulsó un modelo que incorporó a la ciudadanía como protagonista activa en la construcción del mensaje público. Lanzada en marzo de 2026 por la Dirección de Comunicación No Tradicional, “*SMT en Escena”* fue el primer concurso audiovisual municipal del país que transformó al ciudadano en creador de contenidos sobre seguridad vial. Vecinos mayores de 16 años produjeron reels de hasta 60 segundos. El certamen recibió 107 producciones y combinó un jurado con voto popular en redes sociales, ampliando el alcance orgánico de la campaña.

El gobierno invirtió el rol del vecino: de receptor a creador de contenido vial. El concurso rompió la verticalidad institucional y generó narrativas construidas junto a la comunidad.

Comunicación tecnológica aplicada a la vida urbana: la gestión de la Dra. Rossana Chahla incorporó una innovación inédita en gobiernos municipales argentinos, utilizando tecnología pública como herramienta directa de interacción ciudadana.

El sistema "*Ciudad Segura*" integró 500 cámaras Domo 360° con Inteligencia Artificial, consolidando la red de monitoreo urbano más importante del norte argentino. El programa "*Voz del COMM*" fortaleció la prevención, el monitoreo urbano y la capacidad de respuesta estatal. Con altavoces instalados en espacios públicos que permiten emitir mensajes en tiempo real, se detectan conductas que afectan la convivencia urbana o el patrimonio municipal. Bajo el concepto "*los ojos de la ciudad ahora tienen voz*", el Estado pasó de la reacción a la interacción preventiva en tiempo real, logrando viralización nacional y posicionamiento de vanguardia en ciudades inteligentes.

Comunicación de fechas históricas con emotividad: como Cuna de la Independencia Argentina, San Miguel de Tucumán transformó una de sus fechas más emblemáticas en una oportunidad de construcción identitaria y conexión emocional con la comunidad. En julio de 2024, se produjo un spot institucional orientado a reafirmar el rol histórico de la ciudad, promoviendo un mensaje de unidad y pertenencia colectiva. La pieza audiovisual "*¡Feliz Día de la Independencia!*" fue difundida en canales oficiales y obtuvo repercusión en medios nacionales.

La comunicación dejó de ser un área de difusión para convertirse en una herramienta de gestión. San Miguel de Tucumán demostró que la innovación institucional ocurre cuando la tecnología y la estrategia se articulan para transformar la relación entre el Estado y el vecino, convirtiendo a la ciudadanía en protagonista activa del desarrollo urbano.

Resultados

Aunque cada campaña respondió a objetivos particulares, en conjunto lograron consolidar una nueva identidad institucional basada en cercanía, transparencia, innovación, participación ciudadana y presencia estatal activa.

Fundamentalmente, comenzó a consolidarse una nueva relación entre la ciudadanía y el gobierno local.

La comunidad dejó de observar la transformación para convertirse en protagonista activa del cambio. En menos de dos años, el municipio logró construir un ecosistema de comunicación pública hoy reconocido a nivel regional.

En datos concretos: las campañas municipales generaron cobertura permanente en medios provinciales como La Gaceta, Canal 10, El Tucumano, LV7, Contexto Tucumán; y medios nacionales como Canal 26, Cadena 3, Infobae. La campaña “Voz del COMM” alcanzó viralización espontánea nacional, mientras que SMT en Escena movilizó a más de 100 creadores ciudadanos, ampliando el alcance más allá de medios propios.

El posicionamiento alcanzado trascendió fronteras: Rossana Chahla fue la única alcaldesa argentina convocada como disertante en **Smart Cities Latam 2025** en Medellín. Además, el municipio participó en **Bloomberg City Lab México** y **Smart City Paraguay 2025**, integrándose a redes globales como **City Data Alliance** y **City AI Connect**, validando internacionalmente este modelo de innovación pública y gobierno abierto.

La gestión de la Dra. Rossana Chahla impulsó en San Miguel de Tucumán un cambio que redefinió la administración municipal tradicional. A través de campañas públicas, innovación tecnológica, participación comunitaria y transparencia institucional, el municipio convirtió la comunicación en una herramienta central de gestión.

Porque transformar una ciudad no comienza únicamente cuando cambian las calles, sino cuando cambia la relación entre el Estado y su comunidad. Y en San Miguel de Tucumán, esa transformación comenzó comunicando distinto.