

Clara:

*un Símbolo de Pedagogía Cívica,
Participación Ciudadana y Prevención
de la Corrupción.*



Pilar 3. Apertura Gubernamental. Impulso de un gobierno municipal transparente y abierto que facilite el acceso a la información pública y fomente la rendición de cuentas y las políticas públicas basadas en datos y evidencia

Pilar 4. Integridad Pública. Establecer un marco ético explícito para el manejo de datos e inteligencia artificial en el servicio público.

Mtra. Alejandra G. Hernández Santillan - Contralora Ciudadana de Guadalajara

Correo: alejandra.hernandez@guadalajara.gob.mx

Telefono: 3351247748 ext. 1536

II. Descripción de la buena práctica municipal

a) Diagnóstico

Previo a 2025, la Contraloría Ciudadana de Guadalajara enfrentaba un desafío estructural: era percibida como un ente lejano, sancionador y de difícil acceso.

Además, ante una falta de comunicación efectiva se alimentaba la percepción de impunidad, debilitando la credibilidad del organismo, y a pesar de contar con múltiples canales de denuncia, la ciudadanía no los utilizaba por desconocimiento o por considerarlos inaccesibles. Todo en medio de un contexto en el que los principios del código de ética y la cultura de la integridad y la legalidad eran percibidos como abstractos, complejos y sin aplicación práctica en la vida cotidiana y el servicio público.

Esta situación evidenciaba la urgencia de un cambio de paradigma: pasar de una Contraloría reactiva a una Contraloría abierta, vigilante y pedagógica, que hiciera de la prevención y la participación ciudadana sus ejes rectores a través de una estrategia de comunicación que formaría parte de una política transversal para acercar el trabajo sustantivo de la institución a las y los tapatíos.

b) Acciones implementadas

Para romper esta barrera, la Contraloría Ciudadana diseñó e implementó una Estrategia Integral de Pedagogía Cívica anclada en un Plan de Comunicación con objetivos claros y un tono institucional cuidadosamente construido.

Uno de los elementos principales de esta estrategia fue la construcción de “Clara la Lechuza”, en su desarrollo, no se pensó como un logo, sino como un personaje simbólico que encarna la vigilancia, la sabiduría y la cercanía. Su propósito es informar, explicar y acompañar,

traduciendo el lenguaje técnico de la Contraloría Ciudadana en mensajes claros y humanos. El tono de Clara equilibra la sutileza, la prevención, la cercanía y la autoridad, transmitiendo que la institución vigila al gobierno para proteger a la ciudad, pero con un sentido de pertenencia y cuidado. Desde la contraloría ciudadana se ha llevado a Clara tanto al espacio digital como al territorio garantizando que su imagen y mensaje llegue a los distintos tipos de audiencias.

En la Contraloría Ciudadana Clara es quien da la bienvenida en la puerta de entrada al edificio, humanizando el acceso y generando confianza desde el primer contacto. También se encuentra su presencia en los buzones físicos de denuncia en dependencias y en la instalación de módulos itinerantes de atención presencial en puntos estratégicos de alta demanda para asesorar directamente a la ciudadanía, inhibir malas prácticas, acercar los 7 mecanismos de denuncia, explicar cómo utilizarlos y repartir material informativo, demostrando que la vigilancia también está presente en los espacios de convivencia.

La imagen de Clara se ha consolidado así como la referencia de que la Contraloría está presente y cerca de la gente. En plano digital se estableció una ruta de comunicación estratégica con líneas temáticas claras para fomentar las funciones de la Contraloría Ciudadana y fomentar la participación:

- **Ética Clara.** Boletín mensual con Clara la lechuza que, a través de casos prácticos, "Tips de Clara" y frases reflexivas, internaliza los principios del Código de Ética en el servicio público. Se distribuye por correo institucional y en puntos físicos de las dependencias, llegando a todas y todos los funcionarios del Gobierno de Guadalajara.
- **Guadalajara Clara.** Campaña para informar las etapas de la Programación Anual de Auditorías y los beneficios ciudadanos, involucrando a la sociedad en la definición de prioridades de fiscalización a través de encuestas y consultas.

- **Clara Presenta.** Serie de videos para posicionar las áreas y responsables de la Contraloría, humanizando la institución y mostrando su equipo.
- **En Voz Alta.** Frases cortas y citas memorables para posicionar ideas clave sobre transparencia, participación ciudadana, rendición de cuentas, integridad y cultura de la legalidad.
- **Pedagogía cívica y lenguaje accesible.** Clara la lechuza se consolidó como un puente que explica el “qué”, el “porqué” y el “para qué” de la integridad pública y el combate a la corrupción, haciendo especial énfasis en el “cómo” volverlo práctico y ejecutable.

A través de herramientas en las redes sociales de la Contraloría se distribuyen los mensajes con un lenguaje coloquial, positivo e inclusivo, evitando el tecnicismo jurídico. Para que todas las personas se sientan incluidas y capaces de participar en la construcción de una Guadalajara honesta.

c) Insumos utilizados y actores involucrados

- **Recursos humanos:** Equipo multidisciplinario de la Contraloría: Dirección de Vigilancia y Control Estratégico, Dirección de Responsabilidades, Unidad de Denuncias y Unidad de Ética en coordinación con la Jefatura de Comunicación y Cercanía Ciudadana
- **Recursos materiales:** Infraestructura para módulos, materiales impresos, plataformas digitales (Facebook, Instagram, Telegram, correo institucional), y el personaje de Clara en diversos formatos.
- **Actores involucrados:** Ciudadanía en general, personas servidoras públicas del Gobierno de Guadalajara, dependencias municipales.

d) Tiempo de implementación

La estrategia es un proceso de mejora continua que arrancó formalmente en marzo de 2025 con el lanzamiento del Boletín de Ética Clara. Se ha ido expandiendo y consolidando a lo largo de 2025 y 2026 en canales digitales, territorio y dependencias municipales

e) Limitaciones, retos y desafíos

La implementación de una estrategia de esta naturaleza no estuvo exenta de obstáculos. El principal desafío fue de orden cultural: transformar la percepción arraigada que tanto el personal municipal como la ciudadanía tenían de la Contraloría. Pasar de lo que históricamente se ha considerado como un ente sancionador y distante, a uno con el rol de acompañamiento, guía y pedagogía. Este esfuerzo requería no solo un cambio de discurso, sino una modificación profunda en las prácticas cotidianas y en la forma de relacionarse con las y los tapatíos. Lograr que las y los servidores públicos se apropiaran de este nuevo enfoque y que la población comenzara a ver a Clara como una aliada, y no como una amenaza, fue un proceso paulatino que exigió constancia, coherencia y una comunicación interna paralela a la externa.

Otro reto significativo fue garantizar que el mensaje llegara de manera efectiva a todos los sectores de la población, especialmente a aquellos con menor acceso a herramientas digitales. Si bien las redes sociales permitieron un alcance amplio y medible, no podían ser el único canal. Por ello, la estrategia tuvo que desplegar un esfuerzo complementario en territorio, con módulos itinerantes, materiales impresos y activaciones en eventos masivos, lo que implicó una logística más compleja y una inversión de recursos humanos y materiales.

Finalmente, la sostenibilidad del personaje y del interés ciudadano a largo plazo ha representado un desafío creativo permanente. Mantener la frescura, la relevancia y el impacto de Clara sin que se convierta en un elemento repetitivo o desgastado requiere una renovación constante de contenidos, formatos y enfoques temáticos, así como una escucha activa de las reacciones y necesidades de la audiencia.

f) Lecciones, resultados y beneficios alcanzados

La implementación de la estrategia "Clara la Lechuza" dejó enseñanzas profundas que trascienden el ámbito comunicacional. La primera y más relevante es que la pedagogía cívica no es un complemento de la vigilancia, sino su condición de posibilidad. Una ciudadanía informada y empoderada es el mejor aliado con el que cuenta una contraloría para prevenir actos de corrupción, porque el control social efectivo solo ocurre cuando las personas comprenden sus derechos, identifican las irregularidades y confían en los canales para denunciarlas.

La experiencia demostró que el uso de un personaje amigable, acompañado de un lenguaje coloquial y cercano, humaniza y desdramatiza el control institucional, facilitando su apropiación por parte de la sociedad y derribando barreras que durante años mantuvieron a la Contraloría en un lugar de lejanía y desconfianza. Asimismo, se confirmó que la combinación de canales digitales y presencia física en el territorio no es un lujo, sino una necesidad: las redes sociales amplifican el mensaje y permiten llegar a audiencias jóvenes y conectadas, pero los módulos itinerantes, los buzones renovados y las activaciones en espacios públicos son insustituibles para tocar a quienes viven al margen de lo digital y para generar encuentros cara a cara que construyen confianza de manera más sólida y duradera.

En términos de resultados concretos, la estrategia logró posicionar a la Contraloría Ciudadana como una institución cercana, confiable y pedagógica. Durante 2025 y la primera mitad del 2026 se publicaron cerca de 150 contenidos en redes sociales, que superaron las 166,000 visualizaciones y generaron más de 5,400 interacciones, con un incremento significativo en el número de seguidores en Facebook e Instagram. Las más de 8,800 visitas a los perfiles de ambas redes reflejan un interés genuino por conocer el quehacer institucional y encontrar respuestas a demandas ciudadanas.

Paralelamente, el boletín "Ética Clara" logró internalizar los principios del Código de Ética en el servicio público, traduciendo conceptos abstractos en consejos prácticos y casos ilustrativos que resonaron en las personas servidoras públicas de todas las áreas municipales. La campaña "Clara te aclara", ha acercado los siete mecanismos de denuncia a la ciudadanía, facilitando el ejercicio de la corresponsabilidad y generando un efecto inhibitorio sobre malas prácticas en los puntos de mayor interacción con el público.

Con esta estrategia transversal se ha fortalecido la cultura de la legalidad y la integridad pública, no solo entre el personal municipal, sino también en la sociedad tapatía, que ahora cuenta con herramientas claras para participar en la vigilancia del gobierno. Se ha mejorado la percepción de independencia y autoridad de la Contraloría Ciudadana, lo que contribuye a una mejor gobernanza y al fortalecimiento del Estado de derecho.

La visibilidad y el reconocimiento obtenidos han permitido establecer alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil y otras instituciones, amplificando el impacto del mensaje y creando un ecosistema de colaboración en torno a la promoción de la integridad, la rendición de cuentas y el combate a la corrupción. En suma, "Clara la Lechuza" ha demostrado que la comunicación estratégica, cuando es concebida como un eje transversal puede transformar la relación entre gobierno y ciudadanía, convirtiendo a la

vigilancia en un acto compartido y a la integridad en un valor fundamental de la vida cotidiana.

III. Evidencias

- Plan de Comunicación y Cercanía Ciudadana 2025 y 2026 de la Contraloría Ciudadana.
- Estrategia Transversal: Difusión y Acercamiento Ciudadano (informe 2025).
- Brief del proyecto "Boletín de Ética del Gobierno de Guadalajara" .
- Publicaciones en redes sociales oficiales (Facebook e Instagram de la Contraloría Ciudadana) con Clara la Lechuza y En Voz Alta".
- Fotografías y materiales de los módulos itinerantes, la bienvenida institucional, la presencia en Fiestas de Octubre, y los buzones de denuncia renovados.
- Boletín de Ética "Ética Clara" (versiones internas y para RRSS).
- Métricas de redes sociales del 2025 y 2026, capturas extraídas directamente de Meta.

Liga a evidencias:

https://drive.google.com/drive/folders/1nhgKhA_wvdnvT2dD7kuEhpl9n-5aBwOY?usp=sharing