

LA COMUNICACIÓN COMO UN EJE TRANSVERSAL
DE LA GERENCIA SOCIAL

ADRIANA LORENA CAICEDO REYES

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
CENTRO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS
-CEILAT-
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL
SAN JUAN DE PASTO
2010

LA COMUNICACIÓN COMO UN EJE TRANSVERSAL
DE LA GERENCIA SOCIAL

ADRIANA LORENA CAICEDO REYES

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar
el título de Especialista en Gerencia Social

Asesora:
MARIANA DE JESÚS VALLEJO FUERTES
Magíster

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
CENTRO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS
-CEILAT-
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL
SAN JUAN DE PASTO
2010

“Las ideas y conclusiones aportadas en este presente trabajo de grado,
son de responsabilidad exclusiva del autor”

Artículo 1º del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966,
emanado del Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, 12 de febrero de 2010

DEDICATORIAS

*A mi mamá, por ser la artífice de muchos de mis sueños
y ante todo el modelo de seguridad a seguir.*

*A todos esos soñadores que no sólo duermen,
sino que aprenden a hacerlos realidad*

A Pasto, un pueblo digno de admiración y respeto.

A dos angelitos por los que quiero que el mundo
sea un lugar para vivir , BACO Y TARITA

AGRADECIMIENTOS

Al mejor y más grande patrimonio de Nariño, su Universidad

A la asesora de esta fantasía Mariana Vallejo

CONTENIDO	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. CAPÍTULO – GENERALIDADES	12
1.1. Problema de Investigación	12
1.1.1 Planteamiento del Problema	12
1.1.2 Formulación del Problema	12
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Objetivo General	12
1.2.2 Objetivos Específicos	12
1.3 Justificación	13
1.4 Marco de referencia	14
1.4.1 Marco Teórico	14
- La comunicación y sus alcances	14
- Comunicación V.S. Información	15
- La Gerencia Social	16
- La Necesidad de la Comunicación en la Gerencia Social	18
1.5 Hipótesis	19
1.6 Metodología	20
2. LA GERENCIA SOCIAL	21
3. COMUNICACIÓN	29
4. COMUNICACIÓN Y GERENCIA SOCIAL	33
CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	39

RESUMEN

La Gerencia Social y la Comunicación, son procesos que aportan a la sociedad espacios para la concertación y el dialogo, elementos determinantes para el sano desarrollo de la comunidad.

Por esto es importante reconocer el papel de la comunicación en la Gerencia Social, que más que una habilidad es un proceso que retroalimenta y permite el crecimiento tanto a nivel personal y por supuesto social, por lo que este trabajo trata de resaltar el rol que la comunicación no sólo desempeña en disciplinas que difieren lo social, sino como la necesidad constante de poner en común con el otro, un concepto, una emoción o aspectos de su entorno, que conforman la realidad.

La Gerencia Social por su parte es una disciplina que busca fortalecer los procesos en que la sociedad se ve reflejada y que además tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida de una comunidad que lo necesita.

La Gerencia Social y la comunicación son áreas que se complementan, que haciendo buen uso de ellas, puede traer consigo beneficios y cambios en la sociedad.

ABSTRACT

Social Management and Communication are processes that contribute to society in different places, in this case for agreements and dialogues. These elements are crucial to the healthy development of the community.

For that reason is important to recognize the responsibility of communication in social management, which is more than one skill. Understanding as a process that feeds and allows both personal growth and social course, hence this process wanted to highlight the role that communication not only plays in the social disciplines that others but the constant need to put in common with the other, a concept, an emotion or aspects of their environment that shape the reality.

The Social Management is a discipline that seeks to strengthen the processes in the society where is reflected. It also has the objective to improve the living conditions of the community needs.

Thus, Social Management and Communication are complementary areas that make good use of them, can bring benefits and changes in society.

INTRODUCCIÓN

Desde los inicios del hombre ha existido una necesidad latente por expresarse, o dicho de otra manera, comunicar sus ideas y a partir de esto propiciar canales para la interacción y la resignificación de algunos conceptos y de la misma sociedad.

La comunicación como un eje transversal de la gerencia social, no es una idea aislada de la realidad, sino por el contrario es una necesidad constante y que en ocasiones por ser un evento tan cíclico y cotidiano, parece ser obvio, pero es notoria la necesidad de hablar sobre el tema, y que la especialización le dé un espacio preponderante en la cátedra en la que no se escatimen esfuerzos por mejorar, los ámbitos de la Gerencia Social y ante todo permitir que se amplíe los espectros de una disciplina que requiere de constante innovación y estudio, que sólo con la investigación y la aplicación de estrategias comunicativas se puede lograr .

Este es un estudio novedoso para la Gerencia Social, puesto que como se decía anteriormente la Comunicación es tomada como un eje aislado, pero ante todo como una habilidad gerencial, que puede generar mayor eficacia en procesos que por lo general tienen que ver con lo financiero, más que como una necesidad, para que se puedan crear espacios para el dialogo y la construcción social, por lo tanto este trabajo trata de resaltar una unión obvia pero a la vez necesaria, entre una acción interventora y de gestión, como un pilar de desarrollo como es la comunicación.

La relevancia de este estudio, radica en que la comunicación debe ser tomada como un eje transversal, como una competencia, además de una posibilidad de interactuar con la comunidad, conociendo sus costumbres, problemáticas y ante todo necesidades, y dar paso a una gestión más amplia para la Gerencia Social, y sea ésta una disciplina más aplicable, en una sociedad que lo necesita, que requiere de soluciones reales y que se adapten al entorno, no que el entorno sea el que se adapte a las teorías o a las estrategias.

La importancia de la comunicación está en sí misma, ya que es el proceso más humanizante, que permite la interacción de dos o más personas, que pueden interpretar el mensaje y convertirlo en una interpretación, que puede ser subjetiva, pero que da la posibilidad de conocer la realidad del otro, de comprenderlo y complementar, no sólo porque la comunicación es un elemento de la cotidianidad, sino por la importancia que tiene en la humanidad, requiere de estudios

constantes, para proponer alternativas para la consecución de espacios propicios para la interacción y la retroalimentación, como formas de aprendizaje mutuo y de construcción de conceptos, comunidad y sociedad.

Uno de los mayores limitantes en el proceso investigativo, fue la consecución de textos y documentos afines a la Gerencia Social, y el poco material existente en la ciudad está enfocado a disciplinas como la administración y el trabajo social, por lo que ha sido difícil conocer posturas de diferentes autores; en cuanto a la comunicación se puede decir que uno de los puntos a favor es que se tiene un conocimiento previo que permite discernir y tener conceptos estructurados sobre el qué hacer de la comunicación .

En este documento se encontraran datos útiles para el lector: en su primer capítulo se encontrará todo acerca del planteamiento del problema y justificación, en él que además era necesario abordar el recorrido teórico sobre la Gerencia Social y la Comunicación, textos breves pero de gran importancia para que el lector pueda guiarse sobre estos temas; en el segundo capítulo se encuentra una abstracción teórica de la autora sobre la Gerencia Social y lo que es más importante el porqué de la necesidad de la Gerencia Social en un país como Colombia y por supuesto en el departamento de Nariño y la ciudad de Pasto; en el tercer capítulo un recuento teórico de la comunicación y la realidad de ésta más allá de la teoría, extrapolando su necesidad al contexto; en el cuarto capítulo se encuentra la explicación de cómo la comunicación es un eje transversal para la Gerencia Social, y sobre todo se demuestra la necesidad de que se vea la comunicación como un proceso indispensable para la comunidad, que la dinamiza y la humaniza, es más es aquí donde teóricamente se puede describir una unión que por obvia que parezca, requiere de un estudio, planteamientos y aplicación.

En el quinto capítulo se encuentran las conclusiones sobre la gerencia y la comunicación como un proceso indispensable para que una sociedad pueda crecer a partir de las construcciones conjuntas de una comunidad, y esto permita entrever que la comunicación aparte de ser un eje transversal, es un fenómeno que da continuidad a los procesos y los integra a la realidad.

CAPÍTULO 1 GENERALIDADES

1.1 Problema de Investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema:

1.1.2 Formulación del Problema

¿Qué papel cumple la comunicación en la Gerencia social?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Reconocer el papel de la comunicación en la Gerencia Social

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar la pertinencia de la comunicación en la Gerencia Social
- Establecer el nexo entre la Comunicación y la Gerencia Social

1.3 Justificación

La comunicación es una herramienta para construir sociedad, porque ésta da la posibilidad de poner en común conceptos, sentimientos y demás cuestiones básicas del diario vivir, capaces de construir la realidad y el entorno, que trae consigo costumbres, rasgos y características comunes, que confirman la cultura.

La comunicación requiere de elementos como: los signos, un canal, el trasmisor y el receptor, además de un mensaje para que éste pueda transmitirse y llegue de la manera más eficaz a su fin último (retroalimentar el mensaje), sin embargo, en ocasiones éste proceso se transforma de lo horizontal a lo vertical y termina informando.

Lamentablemente en este mundo tan globalizado se requiere de respuestas inmediatas, y en ocasiones de procesos tan deshumanizantes como la información, el mensaje llega de manera vertical, porque no existen, ni se requiere de respuestas, es más tiene como finalidad dar un mensaje sin dar espacio a la retroalimentación, no existe la necesidad de conocer el punto de vista del otro, ni siquiera conocer si el mensaje ha sido interpretado.

La gerencia es el arte de direccionar una organización o una situación, en la que se requiere de tácticas y estrategias idóneas y sobretodo oportunas, para que en el caso de la alta gerencia deje excedentes y permita el crecimiento empresarial, o el posicionamiento de marca.

Por su parte la Gerencia Social es una nueva rama que aporta al aprovechamiento de los recursos y permite la aplicación de estrategias, para el mejoramiento o la parcial solución de necesidades de la comunidad. Sin embargo, es una constante que las lecturas y documentos planteen la comunicación más que como una necesidad y un eje transversal, para la aplicabilidad y en general para la Gerencia Social, para que la sociedad tenga la posibilidad de interactuar y reconocer sus fortalezas y debilidades, como un proceso que se da por sí solo y tan cotidiano, que se puede obviar.

1.4 Marco de Referencia

1.4.1 Marco Teórico

- **La Comunicación y sus Alcances**

La comunicación es el arte de poner en común diversas situaciones en las que es indispensable la interacción entre dos o más personas que harían el papel de transmisor y receptor y por ende cumpliría, con un requisito indispensable para que pueda llevarse a cabo este proceso, la retroalimentación lo que conllevaría al cumplimiento de su objetivo; *“Por comunicación o relación comunicacional entendemos aquella que produce (y supone a la vez) una interacción biunívoca del tipo del con-saber, lo cual es sólo posible cuando los dos polos de la estructura relacional (Transmisor y Receptor) rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor.”*¹

La comunicación es el eje transversal no sólo de algunas disciplinas, sino que es el motor para la existencia de la humanidad, porque permite el intercambio de signos y símbolos útiles para el hombre, pero la globalización se ha convertido en el modelo imperante, requiere de respuestas inmediatas *“La mundialización de intercambios de signos, en especial, se ha visto acelerada de un modo fabuloso gracias a la revolución de la informática y la comunicación.”*²

Es gracias a la comunicación que los procesos nacen y se fortalecen, pues el dialogo y el intercambio de puntos de vista *“un proceso social de circulación del conocimiento, proceso que en buena parte determina tanto la fortaleza externa de una sociedad, como su estructura interna”*³, por lo que se puede destacar que la comunicación es un eje imperante no sólo de disciplinas, sino de la comunidad en sí misma, es el alma y la forma como ésta se expresa.

Sin embargo la comunicación está atravesando por un momento histórico en el que ya no sólo confluye con otros ámbitos *“los procesos de comunicación se han convertido en un espacio estratégico de los procesos económicos, de los procesos políticos”*⁴, lo cual conlleva a la interacción de diferentes disciplinas que en ocasiones se consideran procesos dispersos y con poca empatía entre sí, pero que al final demuestran su afinidad con la realidad de una sociedad, que se ha olvidado de sí misma, porque no existen relatos de las historias, no se tiene una

¹ PASQUALI, Antonio (1980) Comunicación y cultura de masas. Venezuela, Monte Avila Editores. P. 612.

² RAMONET, Ignacio y otros (2002) ¿cómo nos venden la moto?. Colombia, FICA. P. 153.

³ FLAMEA TRABA, Fernando y otros(2004) La otra mirada. Colombia, FICA. P. 164.

⁴ MARTÍN BARBERO, Jesús. Perder el objeto para ganar el proceso. Documento digital. www.fastio.com.

bitácora, ni siquiera para evitar cometer errores del pasado *“Colombia está necesitada de un relato que se haga cargo de la memoria común, que es aquella desde la que será posible construir un imaginario de futuro que movilice todas las energías de construcción de este país, hoy dedicadas en un tanto por ciento gigantesco a destruirlo”*⁵.

Es necesario que Colombia empiece a reconstruir su propia historia y su presente desde los relatos propios, desde la memoria colectiva *“un relato que posibilite a los colombianos de todas las clases, razas, etnias y regiones, ubicar sus experiencias cotidianas en una mínima trama compartida de duelos y logros. Un relato que deje de colocar las violencias en la subhistoria de las catástrofes naturales, la de los cataclismos, o los puros revanchismos de facciones movidas por intereses irreconciliables, y empiece a tejer una memoria común, que como toda memoria social y cultural será siempre una memoria conflictiva pero anuladora”*⁶

- **Comunicación Vs Información**

En cierto momento los procesos comunicativos e informativos pueden confundirse, por la similitud en los procesos, sin embargo es necesario realizar anotaciones al respecto, que permitan clarificar estos conceptos, tan parecidos, pero distintos a la vez, la comunicación es tomada como fenómeno para el desarrollo, por las construcciones que ésta pueda acarrear, por los espacios que se propician para poner en común la situación de las personas de una sociedad; sin embargo, en la actualidad la información tiene un papel muy importante y tiene un espacio privilegiado *“la repetición constante, en todos los medios de comunicación, de este catecismo por parte de los periodistas de reverencia y de casi todos los políticos, de derecha como de izquierda confiere una fuerza de intimidación tan grande que ahora toda tentativa de reflexión libre y hace muy difícil la resistencia contra este nuevo oscurantismo”*⁷, la parcialidad con la que muchas noticias son manejadas, no dan tiempo a pensar la real situación de las cosas, sino por el contrario, los imperios informativos son ágiles en información continua y saturada, que en ocasiones desinforman.

Es así como se puede decir que los engranajes más grandes y fuertes se

⁵ MARTÍN BARBERO, Jesús y otros (2002) Cuadernos de nación Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Colombia, Ministerio de Cultura P. 105.

⁶ MARTÍN BARBERO, Jesús y otros (2002) Cuadernos de nación Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Colombia, Ministerio de Cultura P. 105.

⁷ RAMONET, Ignacio y otros (2002) ¿Cómo nos venden la moto?. Colombia, FICA.P. 153.

mueven alrededor de la comunicación y la información para llegar de manera masiva a distintos lugares y fortalecer el discurso de M'Bow *“por sí mismas, la comunicación y la información, entendidas en su más amplio sentido, es decir, como conjunto de actividades de manipulación de signos y símbolos, se están convirtiendo en el sector más dinámico en ciertas sociedades.”*⁸ Lo que permitiría entrever la importancia tanto de los modelos comunicativos e informativos no sólo en esta, sino en todas las sociedades en las que conocen el verdadero valor de la palabra *“Algunos consideran, por tanto, que la economía del mañana estará basada principalmente en la información y que ésta está en vías de convertirse en el recurso clave, llamado a desempeñar un papel mayor, aún más decisivo que las materias primas y la energía”*⁹

“Los medios de comunicación son constitutivos de la modernidad; ellos actúan como mediaciones entre las distintas partes que constituyen las sociedades modernas”¹⁰, pero ante todo son los espejos que muestran algunas de las problemáticas de la identidad, la integración nacional, la cultura popular, entre otras, sin embargo, son los medios los encargados de maquillar los problemas de fondo, de transformar los pensamientos de los desprevenidos.

Detrás de esos procesos de información se puede “describir estos poderes como un puñado de grandes empresas - a menudo unidas por alianzas estratégicas que administran una economía global que constituye, de hecho, una especie de mercantilismo corporativo que tiende al oligopolio en la mayoría de los sectores, abiertamente aliadas con el poder estatal en su tarea del riesgo y del coste y para la subyugación de los elementos recalcitrantes”¹¹ en los que los medios masivos de comunicación entran a jugar un papel determinante puesto para engranar los poderes y ante todo legitimar a los gobiernos.

- **La Gerencia Social**

La Gerencia es el arte de dirigir procesos, con respuestas proactivas, pero sobre todo con miras a la solución de problemas en los que las habilidades del gerente puede propender por el aprovechamiento de los recursos, es por esta razón, que se requiere de competencias dignas para el buen funcionamiento y el logro de

⁸ REIG, Ramón (1992) Sobre la comunicación como dominio. Seis paradigmas. España, Editorial Fundamentos. P. 148.

⁹ REIG, Ramón (1992) Sobre la comunicación como dominio. Seis Paradigmas. España, Editorial Fundamentos P. 148.

¹⁰ MARTÍN BARBERO, Jesús y otros (2002) Cuadernos de nación Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Colombia, Ministerio de Cultura P. 105.

¹¹ CHOMSKY, Noam (2000) El control de nuestras vidas. [http:// www.cgt.es/biblioteca.html](http://www.cgt.es/biblioteca.html).

objetivos gerenciales, más aún cuando la exigencia de actividades y tareas coordinadas, serán la guía de navegación del gerente.

La Gerencia Social como bien lo explica Bernardo Kliksberg: *“significa en la práctica cotidiana enfrentar “singularidades”... no es una operación organizacional “tubular”, sino otra de índole diferente, mucho más fluida, y de composición interorganizacional.”*¹², por lo que requiere de interacción con un contexto ya sea específico o global con necesidades específicas, en las que se necesita de la sagacidad de un o una guía para la obtención de los objetivos en la mira; *“la gerencia social eficiente tiene que ver con optimizar el rendimiento de los esfuerzos de los actores sociales en el enfrentamiento de los grandes déficits sociales de la región, y el mejoramiento del funcionamiento y resultados de la inversión en capital humano y capital social.”*¹³ lo que hace entender o suponer un conocimiento o una interacción con los actores sociales, y que se puede lograr mediante procesos comunicativos óptimos y coherentes.

La gerencia debe dar respuesta a las necesidades y exigencias del mundo moderno, que está en constante cambio *“la realidad del poder mundial escapa con mucho a los estados. Tanto es así que la globalización implica la emergencia de nuevos poderes que trascienden las estructuras estatales”*¹⁴, por lo que la Gerencia Social se convierte en una respuesta efectiva para las necesidades tanto del sector público y privado en los que se evalúan los procesos por el impacto que pueda tener en la sociedad.

Estos procesos pueden darse siempre y cuando existan condiciones de equidad y justicia, en un ambiente en el que la democracia sea un tema de consenso generalizado y no polarizado *“tomemos la democracia. De acuerdo con su significado habitual, una sociedad es democrática si el pueblo puede participar significativamente en el manejo de sus propios asuntos”*¹⁵, lastimosamente de la teoría a la práctica hay un amplio trecho en el que tiende a perderse el significado real de las cosas y pasan a un segundo plano porque *“la población sólo es “espectadora de acción” y no “participante”, como han puesto de manifiesto prominentes teóricos de la democracia”*.¹⁶

¹² KLISLBERG, Bernard. Hacia Una Gerencia Social Eficiente: Algunas Cuestiones Claves.

¹³ www.gerenciasocial.org/Capacitaci%C3%B3n/CursosPresenciales/Administraci%C3%B3n/DesarrollodeHabilidadesGerenciales/tabid/121/Default.aspx.

¹⁴ RAMONET, Ignacio y otros (2002) ¿Cómo nos venden la moto. Colombia, FICA. P. 153.

¹⁵ CHOMSKY, Noam (1995) Las intenciones del tío Sam. <http://www.cgt.es>.

¹⁶ CHOMSKY, Noam (1995) Las intenciones del tío Sam. <http://www.cgt.es>.

Sin embargo es necesario y prudente la generación de espacios de diálogo y concertación para la construcción de ciudad y democracia, en donde la participación es uno de los elementos determinantes para que la sociedad pueda no sólo expresarse sino aportar desde su propia concepción, es aquí cuando los procesos de hibridación cultural se hacen necesarios para que puedan nacer conceptos y posiciones claras ante ciertas situaciones “la hibridación es la capacidad de combinar y desarrollar nuevos aspectos socio-culturales que desemboca en nuevas estructuras, modelos, objetos y practicas”¹⁷

- **La necesidad de la Comunicación en la Gerencia Social**

La comunicación es una herramienta básica para la humanidad, ya que por medio de símbolos y signos es posible interactuar, poner en común, pero sobre todo construir nuevos escenarios de interacción.

Lastimosamente la ciudad ha cambiado física y humanamente, se ha convertido en un gigante mecánico, que se guía y vive, por las disposiciones de unos pocos, en que algunos son olvidados, como bien lo relata Paul Virilio “...*no pensaba en una oposición de minorías: pensaba que la ciudad se había vuelto invivible, que se había convertido en lo contrario de lo que debía ser, es decir un lugar de socialización...*”¹⁸ y es así como la sociedad por muchos años ha dado sus pasos, sin conocer el terreno en el que deambula y es por esto que se debe plantear y oficializar una unión entre la comunicación y la Gerencia Social, en la que el dialogo dé paso a la gestión y posible construcción de políticas públicas idóneas y adecuadas para el lugar en el que se propone y no importar ideas, que no se contextualicen con el entorno.

Es preciso que la Gerencia Social, no sólo nazca en Latino América, sino por el contrario prevalezca en un continente hambriento de soluciones, en donde han nacido propuestas importantes, que tratan de estudiar la sociedad desde su interior, para poder gestionar un futuro diferente “*no hay que olvidar, que además, la opción por conquistar derechos justos para las mayorías pueden entrar en contradicción con una “voluntad” alienada de las mayorías, impuestas por las capas dominantes a través de métodos inconfesables*”¹⁹.

¹⁷ GARCIA CANCLINI, Néstor (1990). Culturas Híbridadas, estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo, México D.F. P. 391.

¹⁸ VIRILIO, Paul (2003) Amanecer Crepuscular. Argentina, FICA.P. 179.

¹⁹ GIRALDO M., Javier, S.J. (2003) Guerra o democracia. Colombia, FICA. P. 156.

La comunicación es la máxima expresión de construcción, porque gracias a ésta es posible la formulación de nuevas metas para el desarrollo y para la aplicación de estrategias propias de comunidades que requieren de una seria administración para que tenga la posibilidad de su propio crecimiento “*por eso es tan estratégico retomar el proyecto Diálogos de nación: pasar de la afirmación de la multiculturalidad a la construcción de la interculturalidad. Porque quedarnos en Colombia hoy solamente, afirmando las diferencias, la diversidad, en el momento de desgarramientos e intolerancias que vive el país, puede acabar haciéndole juego al gueto a nuevos ensimismamientos, a otras divisiones del país, necesitamos que en el mismo movimiento que se afirme la diferencia se afirme también la reciprocidad y la solidaridad*”²⁰, es que el diálogo puede proponer nuevas condiciones y proponer nuevos horizontes.

1.5 Hipótesis

La comunicación es un eje transversal de la Gerencia Social.

²⁰ MARTÍN BARBERO, Jesús y otros (2002) Cuadernos de nación Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Colombia, Ministerio de Cultura P. 105.

1.6 Metodología

Tanto la Comunicación y la Gerencia Social son disciplinas que requieren de exploración de datos, en muchas ocasiones cualitativas, en esta ocasión es necesario que el investigador, no sólo reúna información, sino también que construya, desde el conocimiento previamente adquirido y el que se puede encontrar gracias al método de la revisión bibliográfica y un enfoque Histórico – hermenéutico, en el que es posible indagar sobre la historia e interpretarla, para que de esta manera nazca una nueva idea sobre un tema ya contemplado y expuesto.

Este trabajo se realiza bajo un estudio descriptivo, en el que se trata de entrelazar dos disciplinas que crecen mutuamente, pero que para muchos es un proceso obvio y se da por se.

Por esta razón es necesario revisar las tesis de autores que aporten a la temática, y que el investigador tenga la capacidad de interpretarlo, aprehenderlo y ante todo generar una tesis nueva, sobre la comunicación y la Gerencia Social.

2. LA GERENCIA SOCIAL

La Gerencia Social es una propuesta que nace en Latino América, con el fin de humanizar mucho más algunos procesos que estaban sueltos en la sociedad, pero que principalmente alejaban a la ciudadanía de Gerenciar ideas y procesos para el cambio social.

La Gerencia Social, nace en el continente Americano, como una posibilidad de solventar las necesidades desde el reconocimiento de las fortalezas y proponiendo de acuerdo al entorno, posibles soluciones, luchando contra males como la violencia, la pobreza y sobre todo las condiciones de vida existentes, que en ocasiones puede llegar a tratarse de miseria, no sólo en el ámbito económico, sino también humano, factores en los que es necesarios no sólo reconocer su significado, sino el contexto en el que se da, sus posibles razones, las gestiones realizadas y sobre todo la historia que los rodea.

En un entorno en el que las noticias son desalentadoras, las políticas públicas son inapropiadas y las multinacionales son las soberanas y dictadoras sobre hábitos de vida que han conllevado a un caos político y económico, requiere de soluciones realmente aplicables, que además generen ciertas estrategias para el mejoramiento y el bienestar de los países.

En el caso de Colombia, es necesario recordar que la situación política no es diferente a la de otros países, pero sí tiene un elemento determinante y que convierte la realidad en algo más desalentador, los colombianos han dejado de lado la investigación, la capacidad de asombro, porque creen ciegamente en los medios de comunicación, que han influido a tal punto en la gente, que ya no es necesario pensar y mucho menos ver más allá de las noticias, sino por el contrario, creer y además perpetuar las ideas que los Medios Masivos de Comunicación han impuesto como prototipos que no tiene variación, es fácil decir que éstos han cumplido su función más temida por los expertos en comunicación, alienar a la sociedad, engeguercerla frente a la realidad.

Son los Medios Masivos de Comunicación los encargados de desinformar a la sociedad, y el mejor vehículo para lograrlo es el amarillismo periodístico, el morbo que los televidentes (en el caso de la televisión) le han puesto como aditivo especial para que las noticias no sean planas, y que en un informativo en el que no se hable o no se vea sangre no es un buen noticiero o simplemente estuvo

malo. Además no ha permitido que la masa crítica salga a relucir, y mucho menos analice sobre la realidad en la que se vive en Colombia.

Sin embargo, el amarillismo en los medios, la aplicación de tácticas para entretener a la sociedad, no son más que el resultado de los monopolios que manejan las cadenas mediáticas del país, en el caso de CARACOL sus propietarios: la familia Santo Domingo, que además son dueños de otras industrias y empresas en Colombia; en el caso de RCN, que le pertenece a la familia Ardila Lule, dueños de marcas de gaseosas, de ingenios, entre otras empresas, que se han especializado en la producción en masa, sin tener en cuenta, los daños que le generan al entorno, tanto a las personas, como al medio ambiente, ni siquiera se han preocupado por las necesidades que su país o sus regiones pueden tener; es por esta razón que los Medios de Comunicación en sus informativos tienen amplias franjas de comerciales, para ofrecer productos y servicios de las mismas casa matrices.

Son esas condiciones las que han generado pobreza en los países Sur Americanos, las que han permitido que las riquezas queden en manos de unos pocos y que además pueden seguir amasándolas para que crezcan y crezcan, mientras que la pobreza se acentuó en los estratos menos favorecidos y que en vez de tener posibilidades de avanzar, deben quedarse en un estancamiento proporcional al crecimiento de los demás, o sea, al que más tiene, puede crecer ilimitadamente, pero al que no tiene, puede o mejor, deben decrecer, para que exista un “equilibrio social” y los propietarios de los grandes monopolios puedan seguir creciendo económicamente y creando más necesidades de consumo.

En el caso del Departamento de Nariño y hablando específicamente de su capital, la ciudad de Pasto, el panorama no es diferente, porque las políticas públicas se han centrado en el mejoramiento del espacio público, del crecimiento de la urbe, pero hasta el momento no se ha propuesto la humanización de los procesos, el mejoramiento en los sueldos, espacio para la gente, mejoramiento de las condiciones de vida o campañas adecuadas para la prevención de enfermedades, los mandatarios se han quedado estancados con la misma propuesta de siempre, que es abolir la burocracia, ampliación y mejoramiento de vías y cuestiones que son importantes para la ciudad, pero que dejan de lado a los ciudadanos y sus necesidades básicas.

Es por esta razón que algunos estudiosos y sobre todo, personas con visión de futuro, le apostaron a la creación de la Gerencia Social, como una salida a una situación tan difícil como la que se vive en Latino América, que se rige por un sistema capitalista y que además se olvida de las verdaderas necesidades que existen, y anteponen la riqueza de los más ricos, para que tengan la posibilidad de acrecentar sus ganancias, y mejorar sus condiciones de vida.

¿Será acaso? que los gobernantes piensan que los estratos bajos y medios de los países, no necesitan comer, educarse, tener una vivienda digna o mejor aún creen que los pobres viven para trabajar y ser mano de obra barata y no tienen derecho a pensar en un futuro mejor o con ambiciones, que van más allá de un buen gobierno.

La Gerencia Social es una posibilidad para que estos países que se ven aplastados por un movimiento hegemónico mundial, tengan un panorama diferente, tengan posibilidad de reactivar las empresas desde lo social, desde la solución a problemáticas sociales, que se enfocaran en las necesidades básicas de los ciudadanos, como actores decisivos, por sus deberes y derechos, sobre todo porque es por ellos que las ciudades y países se construyen y tienen estructuras políticas, coherentes y útiles o no, pero que dan pie a los ejercicios democráticos activos.

Pero teniendo en cuenta la situación del País y del Departamento es necesario hacer una reingeniería en el pensamiento de los gerentes y es que más que una posibilidad, la Gerencia Social es una necesidad del entorno para el planteamiento de posibles soluciones a las problemáticas que hacen parte del entorno y de sus gentes.

Al tener en cuenta la realidad colombiana es necesario pensar en una reivindicación de las empresas frente a las arbitrariedades que en el diario vivir se cometen en contra de los más necesitados, no sólo de un mejor estrato social, sino también de la preocupación de los estados, de los gobiernos y ¿por qué no? una reivindicación por el olvido al que han sido sometidos, por el simple hecho de cometer un pecado, el ser pobre, en un país y en él que son los medios económicos los que plantean las jugadas estratégicas para ganar el poderío dentro de un país que día a día se desmorona, por la satisfacción de unos pocos y la persecución y olvido de las clases menos favorecidas.

Es factible pensar en la Gerencia Social como una herramienta para el cambio, no sólo de pensamiento, sino también de un sistema, que sea ésta la que propicie de cierta manera una hegemonía para que conceptos como la equidad sean más creíbles y sobre todo asequibles a una ciudadanía que se muere a la entrada de un hospital porque simplemente el SISBEN no le cubre la estadía o su enfermedad, o por aquellos que duermen hacinados en una pequeña habitación, porque sólo un miembro de la familia tiene un trabajo y el sueldo que devenga es

lo suficientemente bajo, como para ofrecerle a su familia condiciones mínimas de dignidad.

Es necesario que en Colombia, se aprenda a gobernar y especialmente a gerenciar aquellas temáticas que no sólo le incumben a los especialistas, sino que también se ven reflejados en cosas sencillas que día tras día se pueden reconocer, en aquellos temas que el grueso de la sociedad (masa) sea capaz de entender y analizar, sin necesidad de balances maquillados, a la conveniencia del líder de turno, sino que se promueva una Gerencia Social, para que esa sociedad sea capaz de sentirse orgullosa de ser colombiana y permanecer en el país, con condiciones de salubridad, con opciones de trabajo, de derecho a la expresión, al libre pensamiento, a tener la posibilidad de ahorrar, y de que su sueldo no sólo se gaste en la canasta familiar, con costos más altos que el salario mínimo legal vigente, que además se debe compartir con los impuestos que constantemente aparecen como: el impuesto de guerra, transporte, para que las clases más altas puedan vivir mejor y los pobres sigan en un mundo de sueños de los que simplemente no se pueden alejar, porque son el motor de su vida.

Por lo tanto se debe reconocer la importancia que la Gerencia Social, tiene en las sociedades más necesitadas, porque no sólo se encarga de la eficiencia y eficacia, sino también de proponer políticas públicas coherentes e inspiradas en el entorno, o sea, si son para Pasto, deben ser acordes a la realidad de la ciudad, no de la potencialización de las ideas, ni mucho menos a la efectividad de un proceso o programa aplicado en otra ciudad del mundo en que las condiciones de vida, de espacio y de cultura sean diferentes.

Sobre todo se requiere de políticas públicas más aterrizadas por las condiciones que rigen a la ciudad, por ejemplo Pasto es una ciudad de 500.000 habitantes aproximadamente, es una ciudad pequeña, con diversidad en creencias, pensamientos y con diferentes problemas, por lo tanto se debe pensar en que los habitantes requieren de soluciones en salud, como campañas de prevención, atención a las problemáticas médicas, alimentarias y de condiciones de vida; sería absurdo entonces pensar en imponer una religión a todos los habitantes, o un pensamiento único y es mucho más grave que se extrapole un plan de movilidad en el que el centro sea peatonalizado y capaz de generar más caos vehicular por la inexistencia de vías de acceso; por lo tanto desde la Gerencia Social, lo más correcto es realizar un árbol de problemas que afectan a la ciudad, además es necesario promover campañas por y para la gente, en las que no existan discriminaciones de cualquier índole.

Dada que las respuestas gubernamentales son lentas y poco apropiadas, los ciudadanos han buscado soluciones a sus problemáticas de pobreza, sin hacer uso de las obsoletas políticas públicas que se aplican en Colombia, por ejemplo la crisis política y económica que se vive en el país requiere de una solución inmediata, y no de paquidérmicas respuestas gubernamentales, en las que más que planearlas es experimentarlas; en el caso de la incidencia de las pirámides en el diario vivir, la gente prefiere arriesgar su dinero, para ganar altos dividendos; el modelo capitalista imperante hace que los bancos tengan ventaja sobre cualquier movimiento o transacción financiera e incluso empresarial, y tienen tal poder que las personas que tienen sus “ahorros” al momento de retirar, tiene que pagar diferentes gravámenes, como el cuatro por mil, una transacción de por lo menos \$1.500 y además dejar \$15.000, de lo que se descuenta manejo de tarjeta, retenciones y demás, que ha enriquecido a sus propietarios, mientras a un simple trabajador le quita un porcentaje de su salario, que pudo haber invertido en alimentos o en cualquier otro producto.

Es entonces cuando la gente prefiere invertir su dinero en firmas de dudosa procedencia, fortaleciéndola, hasta el momento en que la empresa captadora se constituye en una amenaza para los banqueros y sus monopolios, y la respuesta de éstos es empezar una fría persecución para que la “pequeña” empresa no tenga posibilidad de permanecer en competencia, sino por el contrario que aparte de cumplir, salga como delincuente y con orden de captura, no sólo acabando con los sueños de muchos colombianos, sino también de extinguir una empresa que tiene un funcionamiento empírico, pero muy similar al de los bancos.

Son tantos y tan grandes los problemas que perturban a Colombia que es imposible resaltarlos uno a uno; en el caso del desempleo, es una problemática tan grave, que la misma gente, sin necesidad de pertenecer a una empresa buscan la posibilidad de subsistir de diferentes maneras; el mototaxismo es un problema que afecta al país, pero se da por las pocas oportunidades de trabajo, porque en Colombia y en Nariño, el tener un amigo político es la mejor hoja de vida, para presentar.

En Colombia la mínima existencia de empresas es una problemática generada por el estado, y con pocas opciones de que se mejore, porque los impuestos para la creación de éstas, son mucho más grandes que las ganancias que inicialmente se pueden tener; no existen políticas públicas para el mejoramiento de la condición de vida y mucho menos para que sean las empresas las encargadas de darle un nuevo aire al país, no sólo porque se genera más trabajo, sino porque Colombia tendría mayores posibilidades de competir con países que ofrecen los mismos servicios.

La Gerencia Social tiene una tarea bastante ardua para que el país tenga posibilidades, no sólo de subsistir, sino también de generar empresa para que existan condiciones adecuadas para una sana competencia, y ofrezca condiciones mínimas de vida y de dignidad.

Una de las reales necesidades de la región es crear cultura sobre la problemática social, sobre la Gerencia Social, como un modelo que no permite burocracias o cuotas de corrupción que impiden el sano desarrollo de las soluciones y sobre todo anteponer la importancia de la sociedad sobre el gobierno, porque es la gente, los votantes quienes eligen a un representante, y no a un dictador que impone leyes y se olvida de sus promesas de candidato con claras pretensiones de mejorar la vida de los ciudadanos.

Una de las dificultades que tiene la Gerencia Social, es que la gente no reconoce la incidencia de ésta sobre los procesos sociales que requieren urgente regulación, para propender por la libertad, por la paz de cierto modo, por la equidad y sobre todo por la justicia, que es un término supremamente nombrado, pero muy pocas veces aplicado, es más en Colombia la justicia se la puede ver como un mito, porque es lejana y no tiene agilidad en sus procesos, en ocasiones se estanca, sin dar esperanzas al libre desarrollo de una sociedad más justa.

Por estas razones es que es necesario determinar más que un proceso, un eje o una estrategia para que la comunidad conozca de la importancia de la administración de procesos sociales, que se pueden desarrollar desde el interior de cualquier sociedad, siempre y cuando existan condiciones, como la educación, que permita a los ciudadanos ser seres competentes para la superación de algunas problemáticas, que requieren de urgente saneación y este se puede lograr con el dialogo.

Muchas problemáticas del país se desprenden de la inequidad por ejemplo el robo se da porque un padre no es capaz de ver a sus hijos con hambre, el narcotráfico se traduce en ansias de poder y la falta de oportunidades, los sicarios, cruel pero es la realidad, por la falta de trabajo, de educación e incluso de gobiernos que comprendan los verdaderos conflictos que pueden darse por una mala decisión. Y es necesario aclarar que está no es una justificación de los delitos, pero si es un vistazo a la realidad que se vive en una nación que se desangra porque sus dirigentes se encargan más de una guerra sin razón, que por los verdaderos mártires de la historia, porque es el gobierno que ha destinado la mayoría de sus impuestos a las guerras y no a los subsidios a los estratos 1 y 2; y que además se preocupa más por la imagen que debe proyectar a la realidad que se vive, o

¿quién puede explicar? Que extrañamente en Colombia hay más empleo numérico, pero pocos empleados, es fácil decir que las estadísticas se centran en las tres ciudades principales (Bogotá, Medellín y Cali) y además se considera trabajador a una persona, que semanalmente labore dos horas.

Estos son los verdaderos matices a los que los pueblos latinoamericanos se han visto sometidos, y que como única solución se ha encontrado la delincuencia, los caminos más tortuosos, es por esta razón que deben darse procesos de re significación, de identidad, de amor a los países y a las regiones de origen, y es en estos casos en que la Gerencia Social puede responder a estas necesidades, en las que la realidad social sea un proyecto para cambiar. ¿Cómo se pueden lograr estos cambios? en una sociedad que se ha visto afectada por problemas tan graves de gobierno, de parámetros que se han ido encima de los paradigmas que se daban por sentados en situaciones de resolución de conflicto, de mejoramiento de vida y hasta de comunicación.

La re significación ciudadana es un proceso en el que se deben replantear los procesos inadecuados y fortalecer las costumbres, la cultura y todos aquellos aspectos que nutren a una ciudad, esto se puede alcanzar con la construcción de historias y relatos de las comunidades, de que la tradición no sólo sea oral, sino escrita o dibujada, comunicada de una forma en que se pueda interpretar y entender, que sea una posibilidad de revivir la historia, de recordar la cultura.

Los relatos y la historias se constituirían en las mejores pistas para el reconocimiento de las problemáticas, porque permitirá ver en el pasado lo ocurrido y en el presente corregir y no repetir los errores, lo que permitiría proponer soluciones a mediano y largo plazo. Las historias y relatos serían el alimento que daría luces de las problemáticas existentes, y sería un buen diagnóstico para que la Gerencia Social a partir de los resultados se pueda retroalimentar con nuevas posibilidades de fortalecer a las clases menos favorecidas con políticas públicas idóneas, que pueden tener incidencias en las dinámicas sociales y en el acontecer de la comunidad; que puede ser determinante para un cambio progresivo, para que sea la ciudadanía la encargada de entablar mecanismos no sólo de dialogo, sino también de espacios para la concertación del bienestar por la comunicación y sobre todo sea la comunidad la encargada de reconocer sus principales necesidades y compromisos con la ciudad.

La Gerencia Social es una respuesta a las necesidades no sólo de gobernabilidad, sino también de sana convivencia entre los ciudadanos, puesto que ésta modalidad de gerencia se centra en el bienestar de toda una comunidad, y por lo tanto no escatima esfuerzos por la constante búsqueda de espacios propicios para

el dialogo y la construcción de una ciudad o de un país en el que existan condiciones mínimas para la administración justa de recursos.

La Gerencia Social, es una tendencia lo suficientemente coherente porque para su aplicación es necesario realizar primero un análisis de entorno, en el que es necesario tener en cuenta la situación real, no los documentos maquillados que muchas entidades gubernamentales se encargan de presentar para generar un “orden civil” y de paso una alienación sobre personas desprevenidas para ganar más votos para el mandatario de turno.

Para que la Gerencia Social pueda tener mejores resultados en su aplicación, es necesario tener en cuenta que la cultura es un factor determinante, en cada una de las comunidades, y es por esto que se necesita reforzar el término y entender la postura de algunos teóricos que explican la cultura como los rasgos distintivos que caracterizan a un grupo y que puede convertirse en un modo de concebir las cosas, a través de la sociedad, por ende las tradiciones, las conductas estereotipadas, la lengua y demás son la abstracción de rasgos culturales, que a su vez hacen parte de la identidad; es así, como la cultura es una forma de enriquecer la ciudad y fortalecer la apropiación colectiva de ésta.

Es por esto que la Gerencia Social requiere de la resignificación y en parte de la reprogramación de los conceptos, como en el caso específico de la cultura es necesario dejar de lado el concepto mecánico que se tiene en el momento de pensar en ciudad y que por lo general es: la ciudad es la conglomeración de personas en un espacio físico; no por esto la idea funcional pierde importancia, pero es necesario tener un pensamiento más encaminado en lo humano y lo social, en la diversidad de pensamientos, sentimientos, idiosincrasias, formas de actuar, costumbres, tradiciones, expresiones, todos estos elementos y otros tantos que se escapan son un tapete de retazos y contrastes, que son determinantes a la hora de proyectar una imagen al exterior de la misma ciudad, y en la que la Gerencia Social puede jugar un papel determinante para que puedan darse justas condiciones para la aplicación de nuevas políticas.

Por lo tanto una de las obligaciones de la Gerencia Social es centrarse en las cuestiones culturales que exigen una real preocupación para el desarrollo de los países, las regiones, las ciudades y sus habitantes, destacar los rasgos que diferencian a las poblaciones unas de otras.

3. COMUNICACIÓN

La comunicación es uno de los elementos más importantes de la sociedad, porque es por ésta que se puede interactuar con otras personas, y le da razón de ser a su función básica, poner en común un concepto, una necesidad, una duda, una solución y muchas más cosas, que permite crear espacios propicios para la construcción de ciudad y sociedad; además la comunicación conduce a una comprensión más profunda sobre la vida misma, porque permite el acercamiento de los hombres, sus valores y las culturas

La comunicación es una competencia para el crecimiento tanto de la comunidad como de la individualidad, dado que en el proceso de la retroalimentación, se puede indagar para interpretar al otro, es aquí cuando la comunicación llega a su objetivo, el comprender y procesar el mensaje, para que el ciclo comunicativo se complete.

La comunicación se puede considerar como parte activa de la democracia, como proceso participativo, en el que no sólo interviene una persona, sino por el contrario se da por varias; es necesario remontarnos al ágora como el espacio abierto para las discusiones y que hasta el día de hoy se puede apreciar de diferentes maneras, un espacio abierto, cerrado e incluso virtual, porque para que la comunicación se dé es importante que exista un lugar, no necesariamente físico (como en el caso del Internet), pero que permite el intercambio de signos y símbolos para que se pueda concretar en una opinión, en un mensaje que requiere de interpretación y por supuesto se compartan rasgos culturales entre los actores que intervienen.

La comunicación tiene tareas delineadas como es el caso de consolidar identidades, porque es sólo a través de este proceso que se puede apropiarse de algunos factores culturales, sociales o económicos para la construcción no sólo de identidad, sino en un caso más amplio construye ciudades y culturas; además permite que se encuentre el tiempo, no sólo apropiado sino también que se tenga una estructura mental, en la que la cronología juegue un papel importante para sentar posiciones coherentes, con el momento; y por último y una de las tareas más determinantes de la comunicación es el respetar lo que separa, aprender a escuchar y sobre todo, valorar lo que es propio y ajeno, de cierta manera a marcar territorios, en los que el conocimiento puede delinear una significativa línea que permita la apreciación del otro y del yo.

La comunicación es un proceso complejo, que va más allá de los actores y elementos que la constituyen, puesto que tiene como función vital la interpretación subjetiva, de una realidad bien sea personal u objetiva, que también le da realce a la condición humana por el intercambio de signos, símbolos y señales, para que se decodifiquen y puedan ser intercambiadas. Indiscutiblemente se puede hablar de que es un proceso constante porque éste ha prevalecido en la historia, sin importar guerras, momentos e incluso políticas existentes, pero que ha sido determinante para la resolución de conflictos, intercambios culturales y más; por último es necesario hablar de un proceso dinámico, porque a pesar de que su estructura de una u otra forma se mantiene intacta, es una necesidad constante y que permite la innovación dentro de sí misma porque el mensaje llega, se interpreta, se responde y si es necesario elabora y modifica los símbolos y signos a merced del actor, ya sea el emisor o el receptor.

Es importante resaltar que la comunicación se puede dar por un lenguaje escrito, oral, proxémico y en ocasiones hasta quinestésico (por el movimiento), para que se pueda expresar mejor, la comunicación es un conjunto de signos, que no necesariamente se deben hablar, sino con gran posibilidad de darse a entender por las diferentes lenguajes o mecanismos para la comunicación.

En sí misma la comunicación es el proceso más humanizante, que se puede conocer, porque permite expresar las necesidades, las falencias, y todas aquellas situaciones inherentes a la raza humana e incluso animal, pero es la comunicación o por lo menos la organización de los signos, la que permite la diferenciación de los hombres y los animales.

La comunicación es una excelente manera de conceptualizar el mundo que lo rodea, es una alternativa para que la realidad se pueda reconstruir y mejorar, para que el entorno tenga la posibilidad de crecer a partir de los sueños, de las expectativas y por supuesto de las probabilidades que cada persona le pueda aportar desde su individualidad.

De esta manera es que se puede pensar en que la comunicación se puede usar como una herramienta para la transformación, mediante la creación de espacios propicios para el diálogo y por ende para la transformación social, en la que el mejor aporte lo hace las personas que viven en una comunidad, conociendo sus debilidades, sus fortalezas, y buscando soluciones en las que el análisis de entorno sea un examen, para las cuestiones a solucionar, pero que gracias a la comunicación como un proceso de construcción permita la aplicabilidad de nuevas políticas públicas que estén cimentadas en la participación ciudadana. La

comunicación se debe usar como el mejor fenómeno de articulación entre las necesidades y los recursos, en lo que se resaltará su verdadero objetivo, poner en común la realidad del entorno, como apuesta al mejoramiento.

La comunicación es por excelencia un eje transversal para la sociedad, porque es a través de ésta que se puede estipular leyes para el orden social, para la integridad en los procesos, para la planeación de nuevas organizaciones y reglamentos de sana convivencia.

La comunicación no es un proceso ajeno a ninguna sociedad o comunidad porque entre sus elementos se requiere un referente, que se puede entender como la realidad exterior a la que se refiere el mensaje, además se necesita de un contexto no sólo de la información sino también de la cuestión espacial y social.

La comunicación no ha sido ajena a los cambios del mundo, lo que confirma su carácter dinámico, en el caso de la globalización que requiere de respuestas prácticamente instantáneas y mundializadas, no sólo en aspectos económicos y culturales, sino también comunicacionales, es por esta razón que se ha planteado que para acortar distancias y tiempo es necesario manejar una lengua universal (el inglés), no sólo porque es la lengua oficial de uno de los países más poderosos del mundo, sino también porque es la de más fácil acceso, porque es una de las más reconocidas.

Es importante reconocer dos aspectos en los que la comunicación tiene impacto la acción social que determina actos, comportamientos, cambios y reafirmaciones de la comunidad y por el otro lado se toma como un puente de significación que se puede entender como el individuo hace parte de la sociedad que comprende, entiende y actúa por referentes comunes. Sin embargo, es necesario entender que el mensaje o contenido tiene un impacto que logra el convencimiento y el manejo del lenguaje, para que la comunicación sea efectiva es necesario medir el impacto y sus niveles están directamente ligados al individuo, al pensar, al sentir y al creer.

Es necesario que las comunidades tengan conocimiento de sus alcances, de sus fortalezas, de su cultura y tradiciones, para que la comunicación pueda generar frutos, porque es necesario conocerse a sí mismo para interpretar desde la subjetividad el mundo exterior en el que la comunicación es un paso obligado para que el desarrollo sea una realidad de los pueblos. A partir de procesos comunicativos idóneos se puede plantear las necesidades a escala humana y enfocarse en el mejoramiento de las condiciones de vida, porque la comunicación

puede generar espacios y actos educativos para generar conocimientos, considerados como intercambio de experiencias para la creación de nuevas formas.

Para que la creación de nuevas formas sea posible es necesario reconocer y procesar la información, proponer soluciones, crear, recrear y utilizar las estrategias que la misma comunidad arroja y a partir de la convivencia, la solidaridad, participación y confrontación se puede solucionar el problema desde la perspectiva de la comunidad misma.

La comunicación no sólo es un tema teórico que se debate en las estructuras de diversos actores, entender el proceso comunicativo más que una necesidad, es la verdadera herramienta para comprender lo que pasa en los países Americanos, que se ven obnubilados por procesos externos que poco y nada tiene que ver con la realidad que hay al abrir la puerta de cualquier desprevenido ciudadano, que como en el caso de un colombiano, lo único que encontrará son altos índices de desempleo, mortalidad por falta de atención y problemas de gobernabilidad.

El error de muchas disciplinas es que han descartado la real importancia de la comunicación no como el proceso de actores, canales y todo eso, sino como el proceso de humanización, como una resignificación, como una reconexión con el entorno y la sociedad. Al hablar de comunicación es mencionar variedad de temas, pensamientos, aspectos, niveles y dimensiones, como una persona puede explicarse, pensar desde un ámbito comunicacional es entender lo que pasa afuera, lo que pasa aquí, lo que pasa allá, es entender las dimensiones de la realidad.

La Comunicación Social aun no se concibe como una ciencia por la precariedad en cuanto a un método de interpretación, pero es en el continente Americano el que exige la existencia de un método para el análisis de sus propias precariedades. Por lo tanto es necesario tener en cuenta un proceso comunicativo no para plantear metodologías sino espacios propicios para la participación y la construcción de la comunidad, no con ladrillos, ni cemento, sino con el afianzamiento de lo propio, de lo cultural, de todos aquellos indicios que da una sociedad; la comunicación sería el espacio y el medio para que a partir del diálogo se puedan proponer respuestas y soluciones a problemáticas que aquejan no a una, ni a dos personas, sino a muchos.

Ya es necesario alejar a la gente de ese sofisma de distracción que los Medios Masivos de Comunicación (como usualmente se los llama), ha tendido como

trampa para que incautos transeúntes caigan en sus redes y creen ciegamente. Es necesario resignificar la comunicación como el proceso base del mejoramiento y la información como el proceso, en el que no existe la más mínima posibilidad de retroalimentar, de participar, de proponer cambios. Es verdad que la información es necesaria, para los pueblos, pero no es el Dios con el que la sociedad civil debe identificarse, deben existir movimientos y reestructuraciones para que la gente entienda que se debe leer entre líneas y no creer en la cara inocente de los medios.

4. COMUNICACIÓN Y GERENCIA SOCIAL

Las dos disciplinas a las que se hace referencia tienen como tarea la búsqueda de soluciones en pro de la sociedad o la comunidad que requiere de intervenciones importantes, a partir del reconocimiento de la Gerencia Social, como la administración equitativa de los recursos sociales, es necesario pensar en la comunicación como un engranaje preciso para que la gente propicie espacios para los cambios necesarios, y sea en estos momentos estratégicos en que la sociedad civil reconozca su importancia y prevaencia sobre mandatarios que se preocupan por limpiar su imagen y poco y nada por los problemas que aquejan a su pueblo.

En un país en el que los medios de comunicación no son más que monopolios pertenecientes a un modelo capitalista, en el que la información es capital importante y determinante para que se pueda manejar la supremacía de los mandatarios y de maquinarias millonarias que son los mejores aliados para que los ciudadanos ejecuten los deseos de unos pocos y para beneficios de ellos mismos y la comunidad no tenga posibilidad de opinar por sí misma, más en un contexto en el que se requiere no sólo de “mano fuerte y corazón grande” sino de soluciones reales y totales, que a su vez tengan difusión objetiva, oportuna y real.

La participación ciudadana debe ser de todos los ciudadanos, no sólo para un falso ejercicio de una democracia electoral, sino para los cambios trascendentales, en los que se construyan a partir de un modelo participativo y con alto grado comunicativo, en el que el mensaje no sólo quede como una imposición sino como una posibilidad de retroalimentarse y crecer conjuntamente, lo que significaría un avance importante para la Gerencia Social en Colombia y permita la teorización y práctica de elementos que se construyen desde la sociedad.

Colombia, es un país que constantemente habla y resalta su soberanía, cosa que en realidad se pone en duda cuando un país como Estados Unidos ha influido hasta en los imaginarios de los Colombianos, en que el sueño para “mejorar” las condiciones de vida es ir a vivir al país del norte, que como oferta laboral para los latinos ofrece lavar los baños, ser mesero en un restaurante o lavar platos, y ninguna oferta en la que se pueda mostrar el potencial de los latinos. Es en la programación de los medios de comunicación que han puesto en la mente de más de un colombiano el famoso “sueño americano”, para “progresar” y “avanzar” hasta en lo cultural.

Es necesario recalcar lo que muchos autores han promulgado una idea que es bastante sensata, en el que la cultura no es un fenómeno que avanza paralelo a la tecnología, sino con respecto a todas aquellas particularidades que conforman una sociedad. Por eso es que no se puede dar como calificativo a los países el rotulo de atrasado o avanzado, cuando son los detalles, las costumbres y los rasgos los que le dan forma a sus culturas, por lo tanto se debe tener en cuenta conceptos como estos para que las comunidades crezcan, tengan posibilidad de progresar desde los diferentes ámbitos culturales, sociales, económicos y humanos, y en los que la comunicación hará las veces de elemento integrador, porque determinan los rasgos, para que las comunidades puedan avanzar proponiendo proyectos desde sus propias entrañas.

Lastimosamente para muchos, Colombia no es un país “desarrollado” porque no se han instaurado las ideas de otros países, que han pasado por procesos diferentes, y no entienden que existe pluralidad y sobre todo países que poseen diversidad cultural y política, que pueden marcar rasgos diferentes entre sí, pero ante todo, permite la interacción, entre otros factores transcendentales para la sociedad, lo que hace que países en vías de desarrollos no tengan una cultura más avanzada, sino diferente.

Por la tanto es necesario cerrar un círculo, que en ocasiones no alcanza a serlo, entre la Gerencia social, como una posibilidad de mejoramiento y aterrizamiento de ideas y procesos que traerán beneficios para la comunidad, y con la comunicación como eje central de la vida humana, para el sano intercambio y construcción de sociedad, en la manera, tal vez más elemental, pero también más humano.

En un país como este en el que lo más preocupante para los gobernantes es la mala inversión de los conciudadanos, que ofrecer soluciones para mejorar los salarios, que no cubren de manera real y adecuada, las necesidades de una sociedad hambrienta, no sólo de alimentos, sino de verdad, de justicia y de educación, pero en Colombia es más importante preservar la imagen de gobiernos que caen por sus pasados, pecados y prefiere ver a un pueblo oprimido, creando

impuestos por todos los motivos que se le ocurren para propagar la guerra y la inequidad social, y ante todo continuar imponiendo un modelo fatal para la economía de un país en vías de desarrollo, y que ante todo hundiría las ilusiones de equidad y justicia social.

Es necesario que en Colombia se implanten modelos empáticos con la realidad y la situación actual de las masas, adecuando espacios para la participación y dinamismo de la democratización no sólo del voto, sino de procesos sociales en los que no sólo intervienen los partidos, los mandatarios o las cuotas burocráticas tan comunes en el país.

Es importante aclarar que la situación de Colombia, es muy diferente a la de otros países en el mundo, las culturas y costumbres son totalmente diferentes a la que se vive en el país del Sagrado Corazón de Jesús, por lo que la normatividad, la constitución y las políticas públicas deben ser pensadas en base a la colectividad y a las masas, que cada vez deben ser más críticas y esto se lo puede lograr con estrategias comunicativas, en las que por ejemplo las mesas de trabajo serían la mejor manera de intercambiar conceptos y ante todo, empezar a pensar ciudad desde lo propio, desde un imaginario colectivo, en el que se pueda plasmar la percepción de cada uno de los participantes de una mesa en la que no sólo deben estar las partes políticas, sino los principales afectados o beneficiados por las políticas públicas, que existen en la ciudad.

Al unir a diferentes grupos como es la caso de una clase política, de ciudadanos y la participación de empresas públicas y privadas y sobre todo una importante cuota de las universidades y su compromiso con la sociedad, se tendrá un horizonte más claro por el aporte de cada uno de los sectores de la ciudad, para su construcción, desde un punto de vista más amplio, ya que se estudiarán los ámbitos que se deben tener en cuenta, desde diferentes perspectivas, que a su vez acuñarían los propósitos por un bienestar común y sobre todo entrelazando con la realidad circundante de la ciudad.

La Gerencia Social y la Comunicación jugarían un papel determinante para que exista una continua retroalimentación y evitar cometer los errores que en el pasado han afectado a las ciudades, evitando el progreso ciudadano y ¿por qué no? Una evolución humana, para que sea de esta manera que se logre un mejoramiento de la urbe y se llegue a una de las metas que propone la sociología como es la identidad cultural.

Es indispensable que los procesos comunicativos sean fuertes e idóneos para que la sociedad se sienta, de cierta manera satisfecha por la construcción colectiva de la que ha participado, y sabe que es así como se abriría la puerta para que las masas se sientan necesarias para que pueda cerrarse el círculo completamente, y sea a partir de la práctica del ejercicio ciudadano, del que tanto hablan y que en muchas ocasiones queda inconcluso, porque es un proceso en que lo más importante es asistir a las urnas para elegir a un personaje que aplicará un plan de acción o desarrollo, sin tener en cuenta el ¿por qué fue electo?, ¿qué necesita el pueblo?, ¿cómo puede satisfacer necesidades?, ¿cómo promover políticas públicas adecuadas y reales?. Es por este motivo que los procesos deben ser idóneos no sólo en su aplicación, para reconocer su impacto en la sociedad, su aceptación, su necesidad, lo que un gobernante requiere es conocer más sobre su comunidad, que se convertiría en una excelente manera de ganar no sólo votos para un posible segundo mandato, sino para ganar el reconocimiento y el respeto de los demás.

La comunicación y la Gerencia Social son puntos de equilibrio para los mandatos, para que puedan existir herramientas eficaces para la difusión de mensajes con verdaderos temas sociales, que beneficiaran a las masas, en cuanto a la Gerencia Social es la herramienta más útil para la creación de políticas públicas aptas y aplicables en la sociedad, pero que deben ser aprobadas por consenso, al que se llega por medios comunicativos, y realizar reformas coherentes ante una realidad circundante.

El mejor ejemplo sobre el nexo entre la Comunicación y la Gerencia Social, es un proceso político, en el que se hace necesario mesas de diálogo para conocer necesidades y plantear soluciones a éstas, en un segundo momento se pueden realizar mesas de negociación entre las problemáticas y lo que se puede ofrecer, esto llegará a otro nivel que requiere de Gestión, en donde la Gerencia Social dará la posibilidad de crear políticas públicas adecuadas a la situación.

CONCLUSIONES

Aunque suene como una utopía romántica es necesario que la comunicación sea un valor, una necesidad o como se quiera llamarlo que se impulse desde el hogar, no sólo como una forma de intercambio de palabras o mensajes, sino como la creación de espacios para la intervención social, la manera más sana para llegar al otro y conocer lo que pasa en la sociedad, por lo tanto la comunicación no se debe usar como un vocablo aislado de la Gerencia Social, sino como un eje transversal que permite su realización, mejoramiento y control, puesto que las dos son disciplinas que se deben a una comunidad y buscan un bienestar, la primera por la que sé es más humano, por la que se plantean necesidades y soluciones y la segunda es una disciplina reguladora de la sociedad, que requiere de construcciones colectivas para un mejoramiento, no sólo de unos pocos, sino de todos los que hacen parte de un conglomerado llamado ciudad.

Es indispensable reconocer la importancia de la Gerencia Social como una rama del conocimiento, que debe afianzar lo propio para conocer lo ajeno, como una posibilidad de mejorar y aprender el verdadero significado de la política y la democracia, como herramientas culturales y sociales, en manos de las masas que cada día deben ser más críticas. La comunicación es un eje transversal de la Gerencia Social, porque sólo por este medio, es que se darán a conocer necesidades básicas y crear espacios adecuados para la planeación de una ciudad o país con verdaderas políticas públicas adecuadas para una sociedad.

La comunicación no sólo debe ser un aprendizaje innato, sino también un concepto y una posibilidad de aplicarlo en las aulas, que como seres humanos se aprenda la importancia de saber ser, saber estar y saber decir, porque sólo de esta manera es que se puede construir un mundo para todos, en el equidad, no sólo sea la palabra insignia de Francia y los derechos humanos, sino una realidad tangible, una palabra de siete letras que permita conocer más de los procesos valientes, que unos cuantos corrieron el riesgo de lucharlo, para que el día de mañana puedan sentir su verdadero significado.

En un momento como el que se está viviendo, sería preciso que la sociedad vea la necesidad de fortalecer su propia cultura y aprehenda la consigna de que no por tener otros procesos, es que sé es inferior, sino por el contrario, demuestra la heterogeneidad que la cultura da, las costumbres difieren, pero lo comunicación acopla y da un punto de equilibrio para qué pueda darse una interpretación y comprensión de las diferencias.

La comunicación y la Gerencia Social tienen raíces bastante fuertes por su lado, sin embargo y como lo demuestran demasiados autores, que la comunicación y la Gerencia Social son ramas bastante cercanas, que se necesitan conjuntamente, pero sobre todo la Gerencia Social, por ser una disciplina en construcción y en crecimiento, requiere de espacios para el diálogo y la concertación que posibiliten la ampliación del espectro de aplicación y de acción.

Por lo que es fácil concluir, que la comunicación es un eje transversal de la Gerencia Social, porque aparte de ser un elemento vital para la construcción de la sociedad, es una necesidad innata y en cuanto a la Gerencia, más que una habilidad, es un método de aplicación de estrategias y de una herramienta para la búsqueda de propuesta en pro del desarrollo social y humano.

BIBLIOGRAFÍA

CHOMSKY, Noam (2000) El control de nuestras vidas. <http://www.cgt.es/biblioteca.html>

CHOMSKY, Noam (1995) Las intenciones del tío Sam. <http://www.cgt.es> documento digital de 45 páginas consultado en junio de 2009

GARCIA CANCLINI, Néstor (1990). Culturas Híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijalbo, México D.F: 391 p.

GIRALDO M., Javier, S.J. (2003) Guerra o democracia. Colombia, FICA. P. 156

KLISLBERG, Bernard. Hacia Una Gerencia Social Eficiente: Algunas Cuestiones Claves. Citada en la página <http://www.eumed.net/libros/2007a/226/9.7.htm> consultado en septiembre de 2008

MARTIN BARBERO, Jesús. Perder el “Objeto”, para ganar el proceso. Versión PDF. <http://www.fastio.com>. Consultado enero 2007.

MARTÍN BARBERO, Jesús y otros (2002) Cuadernos de nación Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Colombia, Ministerio de Cultura P. 105

NIEBLES DE LAS SALAS, Elvira Inés y otros. Procesos desarrollados por gerentes sociales de ong's existosas en el ámbito de la gestión del tercer sector en Cartagena. Documento digital <http://www.eumed.net/libros/2007a/226/9.7.htm> consultado en septiembre de 2008.

PASQUALI, Antonio (1980) Comunicación y cultura de masas. Venezuela, Monte Avila Editores. P. 612

RAMONET, Ignacio y otros (2002) ¿cómo nos venden la moto?. Colombia, Fundación para la Investigación y la Cultura. P. 153

REIG, Ramón (1992) Sobre la comunicación como dominio. Seis paradigmas. España, Editorial Fundamentos. P. 148

VIRILIO, Paul (2003) Amanecer Crepuscular. Argentina, Fondo de Cultura Económica S.A. P. 179

ZALAMEA TRABA, Fernando y otros(2004) La otra mirada. Colombia, FICA. P. 164