



Estrategias de comunicación y diálogo social

Procesos de diálogo y concertación en los Consejos Territoriales de Planeación en el Departamento del Quindío

Lucero Giraldo Marín lgiraldo@uniquindio.edu.co

Bibiana Magaly Mejía. bibianamejia@gmail.com

Elizabeth Cortés. consultoria_eco@yahoo.es

Introducción

La investigación, realizada por docentes del Programa de Comunicación social-Periodismo, Universidad del Quindío, centra su interés en el estudio de la relación participación ciudadana/ comunicación, con el fin de proponer estrategias comunicativas que coadyuven a superar los retos que enfrenta la planeación participativa del Desarrollo en el departamento del Quindío.

Se acudió a la comunicación estratégica a partir de los planteamientos de Pérez (2008:458), quien afirma que se relaciona con “una forma de acción social que se caracteriza porque se produce en una situación de juego estratégico en la que los jugadores hacen uso de la interacción simbólica para resolver sus problemas o maximizar sus oportunidades”, perfectamente aplicable a los C.T.P y respaldada por el planteamiento de Costa (2009), quien plantea que (...) *la comunicación aplicada es una fuerza esencialmente estratégica. La comunicación no sólo se inserta en la estrategia general de la empresa, de la misma manera que lo hacen las finanzas, la producción o el mercadeo, sino que incluso, contribuye a definirla e impulsarla y la hace realizable y controlable.*

Método

La investigación se orientó con un enfoque cualitativo de tipo etnográfico. La unidad de análisis se conformó con seis C. T. P., elegidos de manera intencional con el hecho de que hayan desarrollado procesos continuados de participación ciudadana como criterio de elección. Como instrumento de recolección de información se utilizó la entrevista semiestructurada.

Sistema de categorías

Categorías	Subcategorías	Indicadores de análisis
Negociación de Intereses	<ul style="list-style-type: none"> Asimetría en la valoración del conocimiento Asimetría en el conocimiento de las reglas del juego Asimetría en la voluntad de participar 	<ul style="list-style-type: none"> Motivo de conflicto Formas de tratamiento y resolución del conflicto Poder de decisión de los integrantes del C. T. P. Estrategias de negociación de los integrantes del C. T. P.
Procesos comunicativos	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación interna Comunicación externa 	<ul style="list-style-type: none"> Formas de comunicación Gestión de la comunicación Eficiencia de las formas de comunicación
Legitimidad		<ul style="list-style-type: none"> Proceso de elección de los representantes Formas de comunicación con los representados Motivaciones, razones y preparación para hacer parte de los C. T. P. Relación con la administración municipal Organización de los sectores sociales

Objetivos

General

Identificar los procesos comunicativos en los mecanismos de negociación de intereses en los C.T.P, de los municipios del Dpto. del Quindío, con el fin de proponer estrategias que faciliten el diálogo y la concertación entre sus integrantes y con las administraciones locales

Específicos

- Caracterizar los procesos de comunicación interna y externa en los C.T.P del Dpto. del Quindío
- Identificar la efectividad de los procesos comunicativos entre los diferentes sectores representados al interior de los C.T.P del Departamento del Quindío
- Establecer la legitimidad social de los representantes de los diferentes sectores sociales en los C. T. P. del Departamento del Quindío
- Diseñar estrategias comunicativas que faciliten los procesos de diálogo y concertación en los C.T.P y con las administraciones municipales

Resultados

Los C.T.P, no gestionan la comunicación de manera intencional. Los intercambios simbólicos (comunicación interna y externa) se desarrollan de forma espontánea. El contacto personal es la forma básica de comunicación con tímidas incursiones en las TIC y otros medios masivos.

Sus integrantes no cuentan con la legitimidad suficiente para hacer posible el diálogo social porque, entre otros aspectos, no son elegidos de manera transparente o no tienen una base social que los respalde; además, no hay una comunicación eficiente y un flujo de información permanente, planeado y gestionado con los sectores que representan.

Con respecto a la negociación de intereses para la construcción de consenso al interior de los C.T.P, se encontraron tres tipos de asimetrías (Rodríguez, Obregón y Vega (2002:68-69), relacionadas a su vez con la falta de legitimidad del C.T.P y de los consejeros a nivel individual.

Asimetría en la valoración del conocimiento: no todos los integrantes son escuchados en igualdad de condiciones porque no tienen un manejo técnico de los temas, iguales niveles educativos o les falta experiencia; *en el conocimiento de las reglas del juego:* algunos consejeros tienen poco conocimiento sobre la importancia de su misión social y cómo deben desempeñarla, lo que ocasiona que los representantes de mayor experiencia y conocimiento logren imponer sus criterios; *en la voluntad de participar:* se da fundamentalmente entre el Estado y el C.T.P porque éste, en la mayoría de los casos, no es reconocido por aquel como un interlocutor válido para la definición de las rutas del desarrollo.

La implementación de estas estrategias de comunicación se ve limitado por estas asimetrías, pues su verdadera incidencia depende del compromiso de las partes por trabajar para la construcción del diálogo social alrededor de los procesos de desarrollo.

Conclusiones

Se hizo difícil, establecer la relación entre comunicación estratégica y cultura de la participación, básicamente porque los C.T.P, no cuentan con la estructura, funcionalidad y complejidad que exijan y permitan una circulación organizada de información. En general, son ambientes pobres en circulación de información y ello limita las posibilidades del diálogo social.

La información debe ser la base para una adecuada interlocución y negociación, pero se necesita continuidad y permanencia de la relación comunicativa para que todos los actores del proceso ganen legitimidad social; es decir, hay que realizar una gestión estratégica de la comunicación para que el proceso de toma de decisiones se acerque a la ciudadanía y responda a sus necesidades concretas.

Si hay una verdadera voluntad de participar, los C.T.P ofrecen la posibilidad para que Estado y Sociedad civil fortalezcan el diálogo social a través de estrategias de comunicación que impliquen una escucha activa, una presencia constante y un compromiso real. En este propósito se requiere utilizar todos los niveles de comunicación (personal, grupal, masiva) y tipos (oral, escrita,) y medios (físicos y virtuales) por la diversidad de públicos y contextos que hacen parte de este diálogo.

Bibliografía

Botias S., A. (2011) El día a día del asesor político local. Un periodista que vive entre gobernantes. En: Zamora M., Rocío. Claves para gestionar la comunicación política local. Zamora, España: Comunicación social ediciones y publicaciones.

Costa, J. (2009). El Dircom Hoy, Dirección y Gestión de la Comunicación. Primera Edición. Ediciones Costa Punto Com, Barcelona.

García L., E. J (2015) Notas para comprender la relación entre participación y comunicación (121-136), En: Galindo C., Jesús e Islas C., O. (coord.) (2015): Ingeniería en Comunicación Social y Comunicación Estratégica. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 75. La Laguna (Tenerife): Latina.

Noguera, J. M. (2011). Un marco para la ciberdemocracia en el escenario local: Gobiernos abiertos y redes sociales. En: Zamora M., Rocío. Claves para gestionar la comunicación política local. Zamora, España: Comunicación social ediciones y publicaciones.

Pérez D., P. L. (2011). La e-administración desde el portal web municipal: información, servicios e interactividad para una ciberdemocracia posible. En: Zamora M., Rocío. Claves para gestionar la comunicación política local. Zamora, España: Comunicación social ediciones y publicaciones.

Pérez, R. A. (2008) Estrategias de Comunicación. Barcelona, Ariel S.A. 4ª edición