

# 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<sup>1</sup>, Bibiana Magaly Mejía<sup>2</sup> & Elizabeth Cortés<sup>3</sup>

### Resumen

La ponencia presenta los resultados de la investigación “la Comunicación y la construcción de lo público en lo local”, que buscó identificar los procesos comunicativos en los mecanismos de negociación de intereses en los Consejos Territoriales de Planeación (C.T.P), de los municipios del Departamento del Quindío, con el fin de proponer estrategias que faciliten el diálogo y la concertación entre sus integrantes y con las administraciones locales. Desarrolla la idea de la comunicación como estrategia para alcanzar la legitimidad y el diálogo social necesario para la construcción del futuro colectivo. Se encontró que el diálogo social se ve obstaculizado porque los C.T.P, no cuentan con la estructura, funcionalidad y complejidad que exijan y permitan una circulación organizada de la información.

El análisis se basó en los planteamientos sobre Comunicación Estratégica de Rafael Alberto Pérez (2008) y Joan Costa (2009).

### Palabras clave

Comunicación estratégica, diálogo social, planeación, desarrollo, lo público.

---

<sup>1</sup>Docente Universidad del Quindío. Programa de Comunicación social – Periodismo.  
[lgiraldo@uniquindio.edu.co](mailto:lgiraldo@uniquindio.edu.co)

<sup>2</sup>Docente Universidad del Quindío. Programa de Comunicación social – Periodismo.  
[bmejiaescobar@gmail.com](mailto:bmejiaescobar@gmail.com)

<sup>3</sup>Docente Universidad del Quindío. Programa de Comunicación social – Periodismo.  
[consultoria\\_eco@yahoo.es](mailto:consultoria_eco@yahoo.es)

## **Abstract**

This paper presents the results of the research project entitled “Communication and Construction of the Public Welfare at local level,” which sought to identify the communication processes in the mechanisms of negotiation of interests at the Territorial Planning Councils (CTP) of the municipalities of the department of Quindío, in order to propose strategies to facilitate dialogue and cooperation among its members and with the local authorities. The project also develops the idea of communication as a strategy to achieve legitimacy and social dialogue necessary for building the collective future. It was found that social dialogue is hampered because C.T.P do not account with the structure, functionality and complexity that require and allow an organized flow of information.

The analysis was based on the statements on Strategic Communication by Rafael Alberto Perez (2008) and Joan Costa (2009).

## **Keywords**

Strategic communication, social dialogue, planning, development, public welfare.

El trabajo de investigación que se presenta, buscó identificar los procesos comunicativos en los mecanismos de negociación de intereses al interior de los Consejos Territoriales de Planeación (C.T.P) de los municipios del Departamento del Quindío, con el fin de proponer estrategias que faciliten el diálogo y la concertación entre sus integrantes y con las administraciones locales.

Se acudió a la comunicación estratégica a partir de los planteamientos de Pérez (2008:458), quien afirma que la misma 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.

Se hizo difícil, establecer la relación entre comunicación estratégica y cultura de la participación, básicamente porque no cuentan con la estructura, funcionalidad y complejidad que exijan la circulación organizada de información. En general puede plantearse que son ambientes pobres en circulación de información y ello limita el involucramiento tanto de todos sus integrantes como de la sociedad civil en general.

Se encontraron variedad de formas de comunicación, interna y externa, desde la personal, pasando por el uso de medios de comunicación tradicionales, hasta el uso de nuevas tecnologías, internet: correo electrónico, Facebook y twitter. Las de mayor frecuencia, sin embargo, son la personal, el celular y las redes sociales, éstas han reemplazado el envío de oficios.

Los intercambios simbólicos (internos y externos) se desenvuelven de forma espontánea y no responden a procesos estructurados o gestionados, es decir, no están antecedidos por una preocupación de la organización por la forma en que se comunica y lo que se comunica y ello, consideramos, limita las posibilidades de realización del diálogo social ya que este se basa, como se planteó anteriormente, en una comunicación eficiente y un flujo de información permanente entre representante y representados.

De acuerdo con Pérez (2008:464)

(...) la asignación de tiempo, dinero y profesionalidad a la actividad comunicativa por parte de una organización viene dada por dos factores: de una parte, las demandas del entorno y esas demandas son altamente variables. De otra, la sensibilidad que la

organización tenga a dichas demandas, y es un hecho que unas organizaciones son más sensibles que otras.

Con relación a la eficiencia de las formas de comunicación utilizadas por los C.T.P, los integrantes de los mismos, las consideran buenas, todos reciben la información sobre las reuniones que se convocan o las actividades a desarrollar y cada C.T.P, de acuerdo con su contexto social y cultura comunicativa utiliza la forma que mejor se adapte.

Sin embargo hay que tener en cuenta que “el hecho de que todos se comuniquen de forma innata no significa que lo hagan con efectividad, aun cuando todos participan en diversos procesos, eso no significa que necesariamente se esté hablando de una participación efectiva” (García L., E. J., 2015:121).

De todas maneras, la mayor dificultad a nuestro criterio y el de los consejeros, se presenta con la comunicación externa pues hace falta consultar las necesidades y percepciones de la comunidad sobre sus problemas y las rutas del desarrollo y pasar informes periódicos sobre las discusiones, acuerdos con las administraciones locales.

Con relación al diseño puntual de las estrategias de comunicación, un aspecto importante a tener en cuenta es que el lenguaje que se utilice “debe ser de fácil comprensión, directo y a través del medio más apropiado, según los casos, dirigido a un grupo social concreto o a la sociedad en su conjunto y sin posibilidad de matices que empañen el mensaje” (Napolitan 1986, citado por Botias S., A. 2011:50), por ello deben basarse en el conocimiento de la idiosincrasia de cada uno de los públicos y en un conocimiento profundo de la realidad social, política y económica de los municipios. Pero además la información que transmiten debe ser verdadera, otro requisito indispensable para ir ganando en legitimidad.

Hoy las estrategias comunicativas se centran en el principio de la interacción y de entendimiento participativo, utilizando todos los niveles y tipos de comunicación existentes para ser operativas. Por ello hay que prestarle atención especial al uso de las redes sociales que poco a poco se han ido instalando en la sociedad en general y en la cultura comunicativa de los integrantes de los C.T.P, en particular, en su mayoría personas adultas, inmigrantes digitales.

Sí se quiere ganar mayor público para la participación debe pensarse en estrategias que lleguen a los jóvenes nativos y residentes digitales, conectados todo el tiempo a través de blogs, mensajes virales, twitter, redes sociales y diversas plataformas de internet. Este trabajo en comunicación electrónica debe tener, igualmente, “la flexibilidad suficiente como para adaptarse a sus potenciales públicos, segmentándolos en función de su perfil y ofreciéndoles, en cada situación, la información que demandan, actualizada regularmente” (Pérez, D., 2011:121).

Noguera (2011:153), citando a Castells nos recuerda que, según este autor, lo revolucionario de la Web 2.0, en materia de comunicación política, no está en “(...) la capacidad que ofrecen para duplicar los mensajes, sino por su potencial para que los políticos, por primera vez y de un modo masivo y sin intermediarios, puedan escuchar directamente lo que los ciudadanos quieren decirles”. Pero también, ofrece la posibilidad de que los ciudadanos se comuniquen entre ellos y que conformen comunidad a través de ella.

Así que todas estas nuevas experiencias comunicativas favorecen el diálogo social si son utilizadas adecuada y permanentemente y nos cuestionan sobre la posibilidad de construir ciberdemocracias, concepto aún lejano a nuestra realidad pero que señala y abre un sinfín de posibilidades participativas, entre ellas la de impulsar una democracia deliberativa en la que los asuntos públicos se debatan y estén al alcance de cualquier ciudadano.

A ambos públicos, jóvenes y adultos, según la estrategia apropiada, se les debe convencer, persuadir de que el tema del desarrollo le interesa porque les afecta, se debe atraer con el mensaje y lograr un cambio de actitud.

La construcción de un mensaje adecuado y su correcta difusión es solo el comienzo del proceso comunicativo: las reacciones de los medios de comunicación y de la ciudadanía, expresada a través de aquellos o por iniciativa propia, requiere el seguimiento continuo de la noticia y su actualización, lo que permitirá aportar cuantos matices sean oportunos para afianzar la efectividad de su contenido (Botias S., A. 2011:57)

La continuidad y permanencia de la relación comunicativa permite ir ganando en legitimidad y diálogo social, sin embargo, “no es necesaria una inmersión masiva en los medios sociales, tan solo sincera” (Noguera, 2011:154). Y en el caso de los integrantes de

los C.T.P sería suficiente un contacto periódico y cara a cara con sus representados, ya observamos que la comunicación de tipo personal es la que se considera más eficiente y viable en el contexto de los municipios quindianos y de acuerdo con la cultura comunicativa de los mismos.

Hay que trascender el hecho de informar que está haciendo la administración para pasar al diálogo social sobre el desarrollo. Hoy gracias a las nuevas tecnologías y las interconexiones que permiten, se está dando un cambio paradigmático en esta relación y pareciera que la tendencia apunta más al contacto directo alcalde- ciudadano que a los diálogos bidireccionales asociaciones/ Estado, como en el caso de C.T.P que, como hemos visto, no se han convertido en un interlocutor de la comunidad con la legitimidad y el reconocimiento necesario.

### **Referencias bibliográficas**

- 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 wb 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. 4ªedición

./.