

CINCO SENTIDOS SOCIALES

ISABEL CRISTINA RAMÍREZ BUSTAMANTE

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS, ANTIOQUIA
2011**

CINCO SENTIDOS SOCIALES

ISABEL CRISTINA RAMÍREZ BUSTAMANTE

Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora y Periodista

**Asesor
MIGUEL JARAMILLO LUJÁN
Comunicador Social Periodista**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS, ANTIOQUIA
2011**

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Caldas, 18 de enero de 2012

AGRADECIMIENTOS

A Miguel Jaramillo Luján por la paciencia, los conocimientos impartidos y las asesorías otorgadas a lo largo de estos seis meses de aprendizaje continuo.

A Jesús María Velásquez Guzmán por la confianza brindada durante el proceso de práctica profesional y por haberme permitido crecer como persona.

A todas las personas que enriquecieron esta experiencia, mis padres, mis compañeros de trabajo, mis amigos y quienes me formaron en la Universidad, mis docentes, por toda la dedicación, el buen trato y por hacer de mí lo que soy hoy.

CONTENIDO

1 OBJETIVOS.....	10
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
2. METODOLOGÍA.....	11
3. MARCO TEÓRICO	12
3.1 MODELO DEL BALANCE SOCIAL.....	14
3.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL IDEA.....	15
4. CINCO SENTIDOS SOCIALES.....	17
5. CONCLUSIONES	23
6. RECOMENDACIONES	24
7. BIBLIOGRAFÍAS.....	25
ANEXOS	26

LISTA DE ANEXOS

	Pag.
ANEXO A: Balance Social IDEA 2008 - 2011	27
ANEXO B: fotografía del primer borrador del Balance Social IDEA 2008 – 2011	27
ANEXO C: cubículo de trabajo de la practicante Isabel Ramírez	28
ANEXO D: equipo de trabajo Balance Social. Jesús Velásquez e Isabel Ramírez	28
ANEXO E: testimonio Jesús Velásquez	29

RESUMEN

El Instituto para el Desarrollo de Antioquia, IDEA, realizó durante el 2011 su primer Balance Social basado en indicadores, “un instrumento de gestión útil para planificar, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos fundamentalmente cuantitativos la gestión social de una empresa, en un período determinado y frente a metas preestablecidas”¹.

Con esta herramienta se recopiló toda la labor realizada entre el 2008 y el 2011, destacando tanto el desarrollo a nivel interno, como los programas y proyectos más relevantes y de más impacto para la sociedad antioqueña, en materia de educación, cultura, salud, movilidad, energía e infraestructura, siendo éstos aspectos sociales el punto de partida para la elaboración de este informe.

El objetivo específico de la practicante Isabel Ramírez en Comunicación y Periodismo dentro de este contexto, fue aprender sobre los informes de gestión social, para la realización del primer balance social del Instituto basado en indicadores, con la posibilidad de aportar los conocimientos adquiridos durante la formación académica.

El crecimiento profesional proporcionado por este proceso se enmarcó en la capacidad que un comunicador de hacer del actuar de una Institución como el IDEA, un modelo de transformación social de una comunidad, específicamente del departamento de Antioquia, para que sea conocida tanto por los beneficiados como por los interesados en los proyectos desarrollados durante el cuatrienio 2008-2011, para que sea seguido por las entidades gubernamentales descentralizadas y convirtiéndolo también en un punto de partida para la continuación de las obras por parte de la siguiente administración.

Palabras claves: balance social, comunicación para el desarrollo, responsabilidad social corporativa, desarrollo social, impacto social, periodismo, comunicación de apoyo al desarrollo.

¹ ANDI, OIT, Cámara Junior Capítulo Antioquia. Manual de Balance Social. Medellín: Gráficas Pajón; 2001. 100 p.

ABSTRACT

The Institute for the Development of Antioquia, IDEA, made in 2011 its first Social Report based on indicators, "a useful management tool to plan, organize, direct, record, monitor and evaluate in terms essentially quantitative management of a company in a given period against pre-established goals".

With this tool you collected all the work done between 2008 and 2011, highlighting both internal development, such as programs and projects more relevant and more impact on society of Antioquia, in education, culture, health, mobility and energy and infrastructure, these being social point of departure for this report.

The specific objective of the practitioner Isabel Ramirez in Communication and Journalism in this context, was to learn about social management reports for the completion of the first social report based on indicators of the Institute, with the ability to provide the knowledge acquired during training academic.

The professional development provided by this process was part of a communicator's ability to make the act of an institution like the IDEA, a model of social transformation in a community, specifically the department of Antioquia, to be known to both the beneficiaries as by stakeholders in the projects developed during the four years 2008-2011, to be followed by decentralized government entities also becoming a starting point for the continuation of the works by the next administration.

Keywords: social balance, communication for development, corporate social responsibility, social development, social impact, journalism, communication, development support.

INTRODUCCIÓN

Al finalizar un período determinado dentro de una organización, se busca evaluar a través de diversos métodos, el cumplimiento de las metas establecidas al comienzo del mismo. Es por esto que las empresas realizan el balance social.

Para llevar a cabo este proceso es necesario contar con un equipo interdisciplinario. Este trabajo se realiza con el fin de ilustrar el apoyo de una comunicadora y periodista en el Balance Social IDEA 2008 – 2011.

1 OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Brindar apoyo a la Oficina Asesora de Planeación del –IDEA-, con la redacción para la elaboración e implementación del manual de balance social.

Acercarme a mis habilidades en la comunicación para el desarrollo dentro de la Oficina Asesora de Planeación del IDEA, durante mi desempeño como comunicadora del área.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-Aplicar mis conocimientos acerca de la comunicación organizacional en el proceso de trabajo de grado en la modalidad práctica profesional.

- Aprender sobre los informes de gestión social, para la realización del primer balance social del Instituto basado en indicadores.

2. METODOLOGÍA

Este proceso se desarrolló mediante la metodología de Investigación Cualitativa, con base en entrevistas, observación y recopilación de información.

- La recolección de información se realizó los dos primeros meses de ejecución del Balance Social.
- Se entrevistó a Jesús María Velásquez Guzmán, asesor del IDEA experto en Balance Social y se recurrió a todos los insumos que pudieran enriquecer intelectualmente este informe.
- Toda la información publicada en el balance debe responde al cumplimiento de la responsabilidad social y a los planes Estratégico y Social del Instituto.
- Al comienzo del semestre se concretó el plan de trabajo.
- La responsable de la recolección de la información es siempre la autora de este informe.
- El informe está basado en el cumplimiento de los objetivos trazados al iniciar el período.
- A partir de este informe, se establecerán las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

3. MARCO TEÓRICO

Definición de Balance Social: es una técnica que permite a una empresa reunir información cuantitativa y cualitativa, por medio de la cual se puede asegurar de manera objetiva el desarrollo de sus actividades, así como medir su desempeño en la implementación de programas de carácter social, tanto internos como externos.

Es necesario diferenciar entre lo que es balance social y auditoría socio laboral, el primero es meramente descriptivo, es un conjunto de indicadores, el segundo o auditoría social, propone soluciones a los problemas, e induce la empresa al cambio, para poder adaptarse al entorno, normalmente incluye balance social.

Después de realizado el Balance Social (en adelante BS), puede tomarlo como referencia para la realización de la Auditoría Socio Laboral.

El empleo del BS contribuye a la gestión empresarial, facilitando el registro, evaluación y control -con fines de mejoramiento progresivo- del desempeño social de la organización. Es un instrumento efectivo para medir y controlar las consecuencias, los costos y beneficios derivados de sus acciones, además permite medir, comparar y observar la evolución de la gestión social de la empresa, facilitando la elaboración de planes y presupuestos para una mejora futura.

La interacción empresa-sociedad presupone responsabilidades compartidas que en la práctica se dan con todos aquellos sectores que hacen posible que la organización crezca, se desarrolle y perdure (empleados, proveedores, consumidores, accionistas, distribuidores, sector público, comunidad, medio ambiente, otras instituciones, etc.).

Requerimientos para hacer el Balance Social

- Existencia de una política social
- Apoyo de la alta gerencia
- El BS debe estar integrado en la estrategia empresarial
- Conocimiento del concepto y contenido del BS
- Definición de objetivos y metas patronales
- Compromiso corporativo

Objetivo del Balance Social en el IDEA

- Informar, coordinar y planificar la gestión social del IDEA

- Realizar un diagnóstico de la gestión empresarial
- Identificar debilidades de la organización
- Disponer de información relativa a todos los grupos que interactúan en el IDEA y poder informar adecuadamente a la opinión pública sobre su desempeño social.
- Permite al IDEA actualizar las políticas y programas sociales
- Responder en forma clara y precisa a las exigencias de información de todos los públicos del IDEA

- Ventajas del Balance Social en el IDEA
- Su realización facilita el desarrollo de una política social voluntaria y no impositiva. Los directivos deben iniciar el proceso
- Permite el replanteamiento y desarrollo de la política social, posibilitando una mejor distribución de los recursos del IDEA
- Contribuye a mejorar las relaciones con los grupos externos e internos, actuando como un elemento de diálogo y concertación.

Utilidad del Balance Social en el IDEA

- Identificar el grado de satisfacción de los públicos objetivo del IDEA
 - Empleados
 - Clientes
 - Contratistas
 - Proveedores
- Medir el clima organizacional de los empleados del IDEA
- Describir la contribución del IDEA al desarrollo del departamento de Antioquia
- Evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social del IDEA
- Comunicar a la comunidad, a los proveedores, contratistas, clientes y empleados la gestión social realizada por el IDEA
- Describir el desempeño de la gestión social responsable del IDEA al finalizar cada periodo y de acuerdo con los resultados de su análisis, brindar la información necesaria para evaluar el cumplimiento de la responsabilidad social frente a metas establecidas al interior y al exterior de la empresa.
- Medir el cumplimiento de la misión, la visión, los objetivos los valores y del Plan estratégico del IDEA
- Establecer un parámetro de comparación para el próximo Balance Social y definir las políticas de su funcionamiento para los años siguientes.

Para qué se elabora:

- Fortalecer la imagen pública de una organización
- Promover la realización del Balance Social de los demás entes descentralizados de la Gobernación de Antioquia.

- Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en un período determinado, permitiendo la posibilidad de redefinir políticas, establecer programas y evaluar la efectividad de las inversiones sociales, con miras a la promoción de los trabajadores y de la sociedad.
- Disponer de información de la empresa y de sus trabajadores, así como de los sectores que se vinculan comercial o productivamente con su actividad.

Estrategias

- Integración de los entes descentralizados.
- Asesorías en la elaboración del BS
- Creación y promoción de un concurso a través del cual se premie al ente descentralizado del Departamento, incluyendo al municipio de Medellín, que mejor realice el Balance Social

3.1 MODELO DEL BALANCE SOCIAL

El modelo presentado en 1987 por la asociación nacional de industriales (ANDI), la organización internacional del trabajo (OIT) y la cámara junior de Colombia (CJC), está estructurado así:

Área interna:

Se refiere a las respuestas y acciones de la empresa hacia sus trabajadores en tres campos:

- Características socio-laborales
- Servicios sociales
- Integración y desarrollo

Área externa:

Se refiere al cumplimiento de la responsabilidad social con los demás públicos con que se tiene relación, clasificándolos en tres campos.

- Relaciones primarias
- Relaciones con la comunidad
- Relaciones con otras instituciones

Para cada caso se definen las variables y los indicadores.

3.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL IDEA

Se entiende por responsabilidad social, la responsabilidad de la organización ante los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que sea consistente con el desarrollo sostenible y el bienestar general de la sociedad; con las expectativas de sus partes interesadas, con el cumplimiento de la legislación aplicable y sea consistente con las normas internacionales de comportamiento y por supuesto esté integrada a toda la organización.

La responsabilidad social está tomando gran importancia en la sociedad, afectando la forma en que las organizaciones son consideradas. Esto es, en parte, un reflejo de las preocupaciones crecientes por la degradación ambiental, la inequidad social, la gobernabilidad corporativa y otros temas. El IDEA es objeto de las crecientes expectativas de sus variados grupos de interés, incluyendo a los Municipios y entidades, el Departamento de Antioquia, los funcionarios, proveedores y contratistas, la comunidad, los medios de comunicación, los organismos de control del Estado, cooperantes internacionales, entidades financieras nacionales e internacionales, aliados de negocios y empresas donde el Instituto tiene participación.

La percepción de la responsabilidad social de una organización puede influir en:

- La reputación general de la organización.
- Su habilidad para atraer y retener trabajadores y/o miembros.
- Mantener la moral del personal y su productividad.
- La visión de los aliados de negocios y las entidades financieras y de cooperación.
- Su habilidad para atraer o mantener clientes para los servicios de la organización.
- La calidad de sus relaciones con las partes interesadas.

Objetivo de la Responsabilidad Social en el IDEA:

Promover la integración del comportamiento socialmente responsable dentro de las estrategias, sistemas, prácticas y procesos organizacionales existentes y enfatizar en los resultados y las mejoras en el desempeño.

Para ser socialmente responsable, una organización debería considerar los siguientes temas fundamentales:

- Gobernabilidad de la organización
- Derechos humanos
- Prácticas laborales

- Medio ambiente
- Prácticas operativas justas
- Temas de clientes
- Desarrollo social

4. CINCO SENTIDOS SOCIALES

“En la elaboración de nuestro balance social en el IDEA, la labor de nuestra comunicadora fue parte vital en el diseño, planeación y desarrollo del balance, ya que ella fue la persona encargada de organizar una a una las actividades que conllevaron a la realización de este balance, una labor más de construcción en el manejo de la comunicación, en el manejo de la redacción y de la estética necesaria para la elaboración del balance social. Igualmente fue el oficial de enlace entre la dirección, la gerencia y los diferentes departamentos del IDEA, para el cronograma de las actividades y recolección de la información, la cual dio lugar a que fuese elaborado el balance social de nuestra empresa. En lo profesional mi concepto muy personal es la dedicación, el interés y las ganas de elaborar el informe de Isabel Cristina” Palabras de Jesús María Velásquez Guzmán, Asesor Balance Social IDEA.

El proceso de descubrimiento de las habilidades de un comunicador en la comunicación para el desarrollo, entendida como la que “debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y los individuos, con vocación por el cambio, el bienestar, la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público y la democracia”², empieza a desplegarse en la medida en la que se incrementa su interacción con dicha forma de comunicación.

En este caso se trabajó una tipología de la misma, llamada Comunicación de Apoyo al Desarrollo, “noción de que la comunicación planificada y organizada -sea o no masiva- es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo, en campos tan diversos como la salud, la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, las situaciones de desastre, etc.”³

Haber tenido la experiencia de trabajar en una entidad como el Instituto para el Desarrollo de Antioquia, IDEA, es ingresar en el campo de lo público, un sector en el cual influyen diversos factores, como la política y -el que debería ser- el verdadero compromiso con la sociedad, sobre todo teniendo en cuenta la importancia del Instituto para el departamento de Antioquia.

² CONTRERAS, Adalid. Comunicación-desarrollo para "otro occidente". Estado de México. En: Razón y Palabra. [en línea] Mayo – julio, 2000. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18acontreras.html>. [citado 15 de noviembre, 2011]

³ BELTRAN, Luis Ramiro, Comunicación para el desarrollo: una evaluación al cabo de cuatro décadas. Lima: Mimeo; 1995

Desde esta experiencia es que se consigue entender verdaderamente la realidad antioqueña, las necesidades de sus habitantes; se aprende sobre el manejo de los recursos de los municipios, cómo se gastan dichos recursos y a través de todo lo anterior es posible acercarse paulatinamente al significado de la función administrativa, entendida en este caso como el oficio primordial de la Gobernación de Antioquia, en busca satisfacer las necesidades de los ciudadanos por medio del progreso y bienestar colectivo, mediante el IDEA.

El aporte profesional a este proceso, se basó a grandes rasgos en el desarrollo de un modelo de Balance Social que se convirtiera en la rendición de cuentas del IDEA y el resumen de su impacto social y económico en las diversas subregiones antioqueñas efectuado en los años 2008 - 2011.

Para desplegar lo anterior se tomará como referencia en este trabajo Compromiso con la comunidad, el componente del Balance Social en el que hará énfasis.

Este elemento recopila los programas y proyectos más importantes realizados por el IDEA en el cuatrienio, compilando los créditos otorgados por sector (salud, educación, alcantarillado, vías, deporte, recreación, cultura, energía, promoción y generación de empleo y vivienda) por año y por subregión (Norte, Noroeste, Occidente, Urabá, Valle de Aburrá, Suroeste, Oriente, Magdalena Medio y Bajo Cauca).

Además de megaproyectos como Mecanismo Financiero para la Energización, Hidroituango, Empresa de Generación de Energía de Antioquia, Túnel de Oriente, Puerto de Urabá, Unidad Materno Infantil de Chigorodó, Internet en el Parque, Gratuidad en la Educación, Parque Tecnológico Manantiales, Centro Cívico de Antioquia Plaza de la Libertad, Edificio Tribunales de Antioquia y apoyo a empresas como la Agencia para el Desarrollo Regional de Antioquia - Adra y la Promotora de Empleo de Antioquia Prodean.

La clave es acercarse a la comunidad, lograr que ésta se identifique con el Instituto, teniendo contacto con la gente, y que a través del informe y las conversaciones, tengan confianza y crean en proyectos y obras que son para su uso y beneficio, este es un aporte desde la comunicación, que genera conexión entre ellos y la solución de sus necesidades por medio de proyectos de los cuales puede hacer parte.

El ideal de esta contribución es que tanto la comunidad, como los servidores públicos puedan creer en la labor pública y que no sólo los 125 municipios, sino también el país e inclusive a nivel internacional se dé a conocer la gestión de una empresa con el aporte de un comunicador periodista que construye el manual para la realización del informe y lo aplica, utilizando los métodos necesarios para llegar con éxito a su meta.

La idea fue hacer una búsqueda exhaustiva de información de cada una de las obras más destacadas, todo lo generado en torno al desarrollo en los últimos cuatro años, que impulse la consecución del objetivo social del IDEA que es “cooperar en el fomento económico, cultural y social, mediante la prestación de servicios de crédito y garantía, y eventualmente de otros, a favor de obras de servicio público que se adelanten en el país, regiones y municipios”.

Se llevó a cabo el cumplimiento de éste mediante el otorgamiento de créditos para la construcción y modernización de escuelas y hospitales a los largo del Departamento, reparación de vías, instalación del alcantarillado, administración eficiente de recursos internacionales y liderazgo de proyectos como Hidroituango y Emgea.

El compromiso con la comunidad fue contarle a los beneficiados las obras que se adelantaron y que según los directivos del IDEA, aseguran la existencia del Instituto por lo próximos 100 años, en la medida en que sean bien administrados esos ingresos adquiridos en entre 2008 – 2011, fruto de la inversión en el sector energético, principalmente en la Central Hidroeléctrica Ituango e Hidroarma.

Al momento de seleccionar la información, se tuvo en cuenta el manejo del lenguaje, que debía ser un texto que se transforme en el puente de comunicación e interacción con los públicos de interés, que dé cuenta de los aportes generados para ser conocidos por la comunidad, los entes de control, los medios de comunicación, los proveedores, clientes, contratistas y empleados del Instituto, de manera que éstos se sientan parte de la labor realizada y reconozcan en ella el logro de un trabajo conjunto, donde cada uno forma un eslabón notable.

A nivel social se destacó la actividad de fomento, como un factor de desarrollo sostenible para Antioquia y el país, teniendo en cuenta el aporte a los objetivos del milenio que plantean la erradicación de la extrema pobreza, la contribución a la cobertura de la educación básica universal y a la erradicación de la mortalidad infantil, el aporte a la salud reproductiva, además de la actividad que fomenta la asociación mundial para el desarrollo, todo esto a través de la gestión de este cuatrienio.

Por esto es que da a conocer el panorama y las necesidades departamentales, desde un punto de vista positivo que incita a confiar en el potencial del país

En este sentido, un comunicador- periodista tiene la responsabilidad de vincularse tanto con la Institución, como con el público al que va dirigido, “porque al informar, se forma y se transforma, pero también se deforma. Hacerlo correctamente es la

responsabilidad social de un periodista”, como lo afirma Ana Mercedes Gómez Martínez, actual directora del periódico El Colombiano⁴.

Se estructuró el Balance Social y en especial el ítem dirigido a los proyectos y programas especiales bajo ésta premisa, procurando destacar las obras adelantadas por el IDEA en el período 2008 – 2011, consideradas con mayor impacto para el desarrollo del Departamento, aprendiendo sobre la marcha del método de realización de Balance Social, el cual es utilizado en la actualidad por varias empresas en el exterior, como el Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina.

Además se estudió también el método más usado a nivel colombiano por empresas como EPM, el Grupo Éxito y el Metro de Medellín, que es el Informe de sostenibilidad, basado en la metodología Global Reporting Initiatives, GRI, y la norma voluntaria ISO 26000 de Icontec, que normaliza la responsabilidad social organizacional. Este tipo de informes son analizados inclusive por la Banca Internacional al momento de invertir en éstas y otras empresas de diversos sectores a nivel mundial.

Dentro de la labor social de un comunicador organizacional se puede destacar la generación de valor de una empresa. Un informe como éste proporciona al comunicador las herramientas para aportar a cambios concretos en el bienestar y la calidad de vida de los públicos de la organización.

Considerando que el IDEA es una institución de fomento y desarrollo, conocida como el banco de los municipios, la información general que se tiene dentro del Instituto es en cifras y fichas técnicas de los proyectos, para lo cual es posible que las habilidades de un periodista proporcionen una información más amena y construyan realmente un texto que pueda contarse a cualquier persona, complementándola a través de diversos métodos, como la entrevista, la observación, los grupos focales, y en general los métodos usados dentro de la investigación cualitativa, para convertir dichas cifras en contenidos que sean fáciles de entender para el público objetivo y que muestre qué se está haciendo, cómo se está haciendo y qué trascendencia tiene lo que se está llevando a cabo.

Durante todo el proceso, se aplicó lo aprendido en el proceso formativo, por medio de la recopilación de información relevante, de impacto a la comunidad, que realmente seleccionara los datos que representan desarrollo económico y social para el departamento de Antioquia: personas beneficiadas, empleos generados, servicios aportados a través de las obras, impacto ambiental y en general cambios efectuados en la sociedad como resultado de los proyectos.

⁴ Revista RS. Desde la Comunicación contribuimos a construir paz. Bogotá, Colombia: Ediciones GatoPublicidad, p.16. Número 11. 2009.

Realizando ese periodismo que tiene como objetivo señalar logros y difundir cómo se llega a la solución de los problemas de una comunidad bajo intervenciones de entidades descentralizadas creadas para este fin, como es el caso del IDEA, que durante el cuatrienio dio preferencia a proyectos encaminados en las líneas estratégicas que se manejan en la actualidad, Minería, Energía, Reforestación, Infraestructura y Banca, con base en las cuales se intervino en las comunidades, por lo que en este caso el balance social significa abrirle las puertas a los grupos de interés con la transparencia, propiciando confianza entre el IDEA y la sociedad.

La comunicación debe contribuir a generar, desarrollar y evidenciar la Responsabilidad Social Empresarial, esto porque “en Antioquia hay unas iniciativas bellísimas, pero que no se conocen ampliamente (...) – y - las buenas iniciativas hay que mostrarlas para que sean ejemplo y contagien a los demás”⁵, teniendo en cuenta también que Gérard Fonteneau dice al respecto que:

Desde hace algún tiempo, la responsabilidad social corporativa se ha vuelto indispensable. Las instituciones públicas (Unión Europea, Naciones Unidas, incluso la OIT), el mundo de los negocios, patrones, organizaciones de la sociedad civil –al menos algunas de ellas– parecen unánimes en la convicción de que la “responsabilidad social corporativa” es un elemento esencial de las políticas sociales presentes y futuras, en todos los continentes y todos los sectores⁶.

Todo esto es en un desafío al momento de tener presente que un comunicador y en general los medios de comunicación deben centrarse en ser objetivos y no tomar partido, dándole prioridad a la forma en cómo ocurren los hechos sin tergiversar la realidad a favor de nada ni nadie.

Lo que una empresa realice en su gestión social se ve reflejado en el impacto que genera tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Precisamente esto es lo que debe dejar referenciado el comunicador en la elaboración del Balance Social, ver más allá de los datos financieros y de los montos que se invierten en los proyectos, para dar paso a los detalles que le interesan a quienes son beneficiarios del IDEA, es decir, los municipios y las entidades que reciben dinero para la construcción y modernización de hospitales, escuelas, placas deportivas, centros culturales y la adecuación de vías principales, acueductos municipales, entre otros.

⁵ Ibid, p. 17

⁶ FONTENEAU, Gérard. Responsabilidad Social Corporativa. En: Alianza Global Jus Semper [en línea] España, 2003, 12 p. <http://www.jussemper.org/Inicio/Resources/RSCimplicacionessoc.pdf>

“Para la elaboración del balance social, en todas las organizaciones sea el tamaño que fuese, es muy importante la labor del comunicador social, porque él dentro de su experiencia es la persona responsable del manejo de las comunicaciones a nivel interno y externo de la organización. El comunicador tiene la percepción de las relaciones con los públicos interno y externo, igualmente es la persona encargada de diseñar las estrategias para el manejo de éstas relaciones. Es la mano derecha de la alta dirección en la confrontación de los mensajes y los informes que ésta quiera reflejar hacia el exterior de la empresa”. Jesús María Velásquez Guzmán, Asesor Balance Social IDEA.

Se pretende que el Balance Social del Instituto sea el punto de partida para que otras instituciones públicas tomen la iniciativa de dar a conocer los logros que obtienen en un período de ejecución de su Plan Estratégico Institucional, para lo cual es indispensable la divulgación y presentación de los contenidos, proceso en el que un comunicador desarrolla estrategias teniendo en cuenta el objetivo final.

Parte del proceso es asumir y acercarse a habilidades de “el nuevo periodista del que tanto se habla en estos tiempos es el mismo al que mirábamos ayer con una libreta y un lapicero, buscando historias en todos los rincones, hablando con la gente, dispuesto a aprender, a adaptarse y a experimentar, con los pies sobre la tierra, y la humildad intacta”⁷, ese es el mejor resultado que puede obtener un practicante de esa profesión.

Este período es el principio de un camino, que bien puede convertirse en un enfoque profesional en el área social, siendo la primera etapa por recorrer, que abrió las puertas a las expectativas del conocimiento y desarrollo de la responsabilidad social empresarial, bajo la aplicación de la comunicación para el desarrollo y de la implementación de informes como el Balance Social, el cual fue ejecutado dentro del IDEA como el primero dentro de las entidades públicas en Colombia, pues aún se está empezando a conocer y a aplicar esta metodología que da cuenta de la gestión social de las organizaciones, convirtiendo la práctica de Isabel en una experiencia base para la realización de futuros balances sociales, encontrando en estos aspectos posibilidades de especialización.

⁷ CABRALES, Renata et al. Reflexiones sobre Periodismo, lo que dejó 2010 y lo que se viene en 2011. En CDPeriodismo [en línea] Perú diciembre 2010, 23 p.
<http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/12/30/reflexiones-sobre-periodismo-lo-que-dejo-2010-y-lo-que-se-viene-en-2011/>

5. CONCLUSIONES

- Un comunicador - periodista tiene la capacidad de estar inmerso en cada una de las etapas del proceso que requiere un balance social, basado en su preparación académica, sin embargo éste debe ser adelantado por un grupo multidisciplinario.
- Las empresas aún no han comprendido su verdadero sentido social, el comunicador tiene la posibilidad de potenciar este aspecto a través de su labor.
- Se cumplieron las metas propuestas al principio del periodo, satisfactoriamente, consiguiendo un acercamiento a las habilidades de la comunicación para el desarrollo social.

6. RECOMENDACIONES

- Indagar con mayor profundidad el sector público en Colombia.
- Estudiar todo lo relacionado con la responsabilidad social corporativa y las normas que la regulan.
- Profundizar en el conocimiento de los informes de gestión social y la implementación de políticas y objetivos sociales en las organizaciones.

7. BIBLIOGRAFÍAS

ANDI, OIT, Cámara Junior Capítulo Antioquia. Manual de Balance Social. Medellín: Gráficas Pajón; 2001. 100 p.

CONTRERAS, Adalid. Comunicación-desarrollo para "otro occidente". Estado de México. En: Razón y Palabra. [en línea] Mayo – julio, 2000. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18acontreras.html>. [citado 15 de noviembre, 2011]

BELTRAN, Luis Ramiro, Comunicación para el desarrollo: una evaluación al cabo de cuatro décadas. Lima: Mimeo; 1995

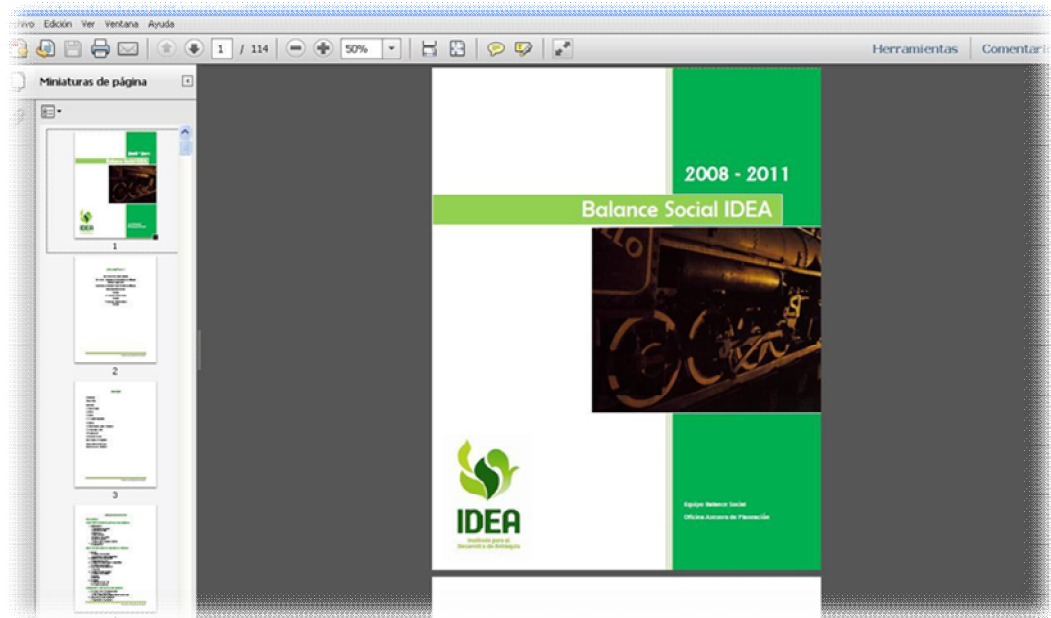
Revista RS. Desde la Comunicación contribuimos a construir paz. Bogotá, Colombia: Ediciones GatoPublicidad, p.16. Número 11. 2009.

FONTENEAU, Gérard. Responsabilidad Social Corporativa. En: Alianza Global Jus Semper [en línea] España, 2003, 12 p. <http://www.jussemper.org/Inicio/Recursos/RSCimplicacionessoc.pdf>

CABRALES, Renata et al. Reflexiones sobre Periodismo, lo que dejó 2010 y lo que se viene en 2011. En CDPeriodismo [en línea] Perú diciembre 2010, 23 p. <http://www.clasesdeperiodismo.com/2010/12/30/reflexiones-sobre-periodismo-lo-que-dejo-2010-y-lo-que-se-viene-en-2011/>

ANEXOS

Anexo A: Balance Social del IDEA



Anexo B: primer impreso balance social para correcciones



Anexo C: cubículo de trabajo de la practicante Isabel Ramírez



Anexo D: equipo de trabajo Balance Social. Jesús Velásquez e Isabel Ramírez



Anexo E: testimonio Jesús Velásquez



Para la elaboración del balance social, en todas las organizaciones sea el tamaño que fuese, es muy importante la labor del comunicador social, porque él dentro de su experiencia es la persona responsable del manejo de las comunicaciones a nivel interno y externo de la organización. El comunicador tiene la percepción de las relaciones con los públicos interno y externo, igualmente es la persona encargada de diseñar las estrategias para el manejo de éstas relaciones. Es la mano derecha de la alta dirección en la confrontación de los mensajes y los informes que ésta quiera reflejar hacia el exterior de la empresa.

En la elaboración de nuestro balance social en el IDEA, la labor de nuestra comunicadora fue parte vital en el diseño, planeación y desarrollo del balance, ya que ella fue la persona encargada de organizar una a una las actividades que conllevaron a la realización de este balance, una labor más de construcción en el manejo de la comunicación, en el manejo de la redacción y de la estética necesaria para la elaboración del balance social. Igualmente fue el oficial de enlace entre la dirección, la gerencia y los diferentes departamentos del IDEA, para el cronograma de las actividades y recolección de la información, la cual dio lugar a que fuese elaborado el balance social de nuestra empresa. En lo profesional mi concepto muy personal es la dedicación, el interés y las ganas de elaborar el informe de Isabel Cristina.

También puedo dar fe de la capacidad de adaptabilidad y socialización de Isabel en referencia a la familia IDEA. Su trabajo le dio personalidad a las tareas establecidas en nuestro plan de trabajo, igualmente llegó el momento en que se identificó y se documentó lo necesario para llegar a formar parte activa, no como una estudiante sino como una persona realmente con conocimientos de balance social.

Jesús María Velásquez Guzmán
Asesor Balance Social IDEA

Calle 42 N° 52 - 259
pbx: (574) 354 77 00 f: (574) 354 77 08 NIT: 890.980.179-2

www.idea.gov.co contactenos@idea.gov.co
Medellín / Colombia
