

El proceso comunicacional de políticas públicas en el sector vivienda venezolano

Salcedo Arismendy, Héctor J. *

Durante Rincón, Esther **

Bravo R., Ernesto L.***

Resumen

El presente artículo pretende una aproximación al sistema de comunicación que emplea el sector público de vivienda en Venezuela, con la población objetivo que le es pertinente. Esta se hace desde la perspectiva futurista con el fin de explorar el universo de posibilidades a desarrollar en este campo. En este sentido, se caracterizan las organizaciones emergentes y se esboza la comunicación que el sector público tiene actualmente con su población a la par que se plantea una nueva manera de comunicación que contribuya a lograr los objetivos del sector. El fundamento del trabajo fue una revisión estrictamente bibliográfica que permite concluir que la comunicación actual es unidireccional y restringida.

Palabras clave: Políticas públicas, sector público, vivienda, comunicación, proceso comunicacional.

The Communicational Process of Public Policy in the Venezuelan Housing Sector

Abstract

This article offers an approximate description of the communicational system utilized by the public housing sector in Venezuela for the purpose of communicating with its pertinent population. This is done for the purpose of possible perspective future projections and the idea of exploring the

Recibido: 00-11-23 . Aceptado: 01-07-25

* Investigador del Centro de Estudios de la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia (Venezuela). E-mail: salcedoahj@hotmail.com. Telf-fax (58-0261) 7596556 - 7596560.

** Profesora de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia. Investigadora del Centro de la Comunicación y la Información. E-Mail: duran-teesther@cantv.net.

***Profesor de la Universidad Nacional Abierta. Núcleo Trujillo (Venezuela).

universe of development possibilities in this field. For this purpose, emerging organizations are characterized and the communication that the public sector has with its present population is outlined. At the same time new communicational possibilities are proposed which could contribute to achieving the long run objectives of this sector. The basis for this work was strictly bibliographical, and permitted us to conclude that present communication is unidirectional and restricted.

Key words: Public policy, public sector, housing, communication, communicational process.

Introducción

Vivimos momentos de grandes cambios. Cambios profundos, crecientes y vertiginosos, lo cual ha provocado una crisis total. Crisis de las sociedades en general, crisis de la ciencia moderna. Para Méndez (1999) la crisis de la sociedad obedece a que ésta se aferra a categorías que no sirven para su transformación, ni para el hombre mismo.

Y la ciencia está en crisis porque sus principios epistemológicos están seriamente cuestionados. Hoy en día se reclama con gran fuerza respuestas a las interrogantes: ¿cuál es el papel de la ciencia en el desarrollo de la sociedad?, ¿cuál es la relación ciencia-hombre?, ¿debe el hombre ser beneficiario de la ciencia?, ¿debe la ciencia permanecer neutral ante el uso de los conocimientos que ella genera y que han afectado de manera negativa al hombre?

Pero sobre todo la ciencia está en crisis porque “pareciera estar atrapada en unos límites que le impiden ver más allá del cambio que esta dispuesta a aceptar” (Rojas y Arapé; 1999a:15). A este respecto no hay que olvidar que precisamente la ciencia moderna, la cual aparece en la sociedad capitalista, tiene como fundamento ontológico la existencia de un orden [y realidad] inmutable (Méndez, 1999:14). De allí que no acepte los cambios.

La ciencia moderna ha pretendido siempre la búsqueda de la verdad absoluta, la

cual ha asociado a la racionalidad y la concepción de la realidad inmutable (Méndez, 1999), pero sucede que la realidad no sólo cambia permanentemente, sino que, como señala Rojas y Arapé (1999) la dinámica caótica que se vive hace que “lo cierto [la verdad] sólo es en un instante” (Rojas y Arapé, 1999a:15). Al mismo tiempo, los cambios permanentes de la realidad provocan en la ciencia “un déficit conceptual (...) si se desea ver sobre los horizontes que anuncia el siglo XXI” (Rojas y Arapé, 1999a:15). Es decir, ésta hoy no da cuenta de la compleja realidad actual, y menos aún de la que se avecina. Esto significa que con la racionalidad objetiva del método científico de la ciencia moderna que aparece en la sociedad capitalista, y la cual era considerada la única vía de explicación de la realidad natural y social (Méndez, 1999); resulta difícil de explicar actualmente el nuevo orden entrópico y caótico (Rojas y Arapé, 1999a).

Además, la gerencia y las comunicaciones están en crisis al igual que la ciencia y la sociedad. Pues ambas presentan también déficits conceptuales para comprender y explicar la nueva realidad, y sobre todo la realidad futura. Ahora bien, si algo tiene que quedar claramente establecido es que la solución de dichas crisis tienen necesariamente que tener como referencia inmediata el futuro y no el pasado. Pareciera que el primero está más cerca que el segundo.

En este contexto, altamente dinámico y de complejización creciente, se plantea la aproximación al sistema de comunicación que emplea el sector público (área vivienda) en Venezuela, con la población objetivo que le es pertinente. Esta se hará desde una perspectiva futurista, rescatando la utopía, desde la cual se exploran los procesos comunicacionales y sus características.

1.- Consideraciones generales

El déficit conceptual de la gerencia se da porque todo su armazón teórica resulta actualmente insuficiente -antes no lo era- para entender y conducir las organizaciones emergentes. Se puede afirmar que nos limita el horizonte organizacional. No nos permite ver que, "Las organizaciones del próximo siglo serán muy distintas de las que conocimos en éste" (Handy, 1998:493). No nos permite ver que, básicamente, "la organización del futuro funcionará como un conjunto dinámico de comunidades interrelacionadas más que como una serie rígida de jerarquías verticales" (Barksdale, 1999:121). Esta transformación organizacional exige, por consiguiente, que el conocimiento gerencial vigente pase a formar parte de la historia; dando lugar a una nueva gerencia fundada en su propia armazón teórica.

Las organizaciones emergentes o del nuevo milenio hacen que el sistema de comunicación actual presente también déficit conceptual. Si se admite que entre ambos aspectos existe interacción e interinfluencia, entonces se requiere nuevos sistemas de comunicación, capaces de dar cuenta de las nuevas dinámicas internas y externas de las organizaciones. Ese sistema de comunicación se encuentra también en emergencia. El mismo puede ser entendido "como postcomunicación por el

universo de posibilidades comunicativas" (Rojas y Arapé, 1999a:12).

Y justamente para Castells (1999) "la revolución tecnológica, centrada en la tecnología de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado". Se considera que "lo cambios experimentados en los últimos años hablan de una sociedad impensada décadas atrás" (Rojas y Arapé, 1999a). Estamos ingresando a la sociedad de la información. Este hecho nos plantea múltiples interrogantes: ¿cómo ha de ser el nuevo sistema de comunicación para que sea útil a la sociedad y al hombre mismo?, ¿cómo puede construirse el sistema de comunicación para un país como Venezuela?, ¿qué características básicas debe tener dicho sistema? ¿Desde que perspectiva debe abordarse la nueva comunicación?

La necesaria respuesta a estas interrogantes conduce a analizar el sector público de vivienda en Venezuela, debido a que dicho sector presenta una gran complejidad expresada en las múltiples instituciones que tanto a nivel de gobierno nacional, estatal y municipal tienen como razón de ser la intervención de la problemática de la vivienda; considerando como proceso clave para dicho análisis, el de la comunicación.

2.- Lo imposible desde lo complejo

El estudio de la comunicación del sector público (área vivienda), con la población que le es pertinente, requiere necesariamente que ésta se vea, como lo plantea Rojas (1999), en su integración con la gerencia y el futuro, es decir, como una tríada. Esto significa dejar claro que el sector público como organización se gerencia con relación al futuro, y que se comunica lo que se gerencia.

El estudio se asume desde la perspectiva de la utopía, a pesar de que ésta nace con la modernidad (Ciriza, 1995), la cual se ha señalado está en crisis, de allí que se podría pensar que la utopía también lo está. Pero no es así. Pues, como lo afirma Habermas citado por Ciriza (1995) "no se trata de una crisis global de la utopía, sino más bien de la utopía de las sociedades del trabajo y sus programas" por lo que ésta, afirma el mismo Habermas, "se ha desplazado [de la sociedad] del trabajo a la [sociedad de la] comunicación" (Ciriza, 1995: 27).

Al compartir que "la utopía es [...] portadora de negatividad, asume la forma de rebasamiento de lo positivo existente, de proyecto imposible desde el cual se evalúa lo real sus posibles transformaciones" (Ciriza, 1995:28); y que "es desde lo imaginario que la utopía disuelve los límites entre la sociedad real y la sociedad posible" (Ciriza, 1995:24), entonces, no podemos renunciar a la perspectiva de lo utópico porque estaríamos, según Ciriza (1995), asintiendo "lo real dado como uno, permanente e inmodificable" (Ciriza, 1995: 29).

3.- La nueva organización

Para el poeta Paul Valery, citado por Weisel (1999), "el futuro ya no es lo que era antes" (Weisel, 1999: 315). El mismo Weisel (1999) nos plantea, "que en nuestra época hasta nuestros sueños han cambiado" (Weisel, 1999: 315). Esto da clara cuenta de la velocidad de los cambios que acontecen, los cuales son considerados por Castells (1999) como incontrolados y confusos.

Estos se traducen en la imposibilidad de definir previamente o saber de antemano lo que vendrá, es decir, que el futuro ya no es previsible (Rojas y Arapé, 1999a), de modo que al desaparecer la linealidad hacia el futuro es-

taremos en presencia, como lo expresa Weisel (1999), de un inevitable porvenir incierto. Ante esta nueva situación no podemos evidenciar ignorancia, porque hoy todo se sabe, y mucho menos podemos permanecer indiferentes porque esta es la posición de quienes carecen de imaginación y están desprovistos de futuro (Weisel, 1999). O Como señala el mismo autor, es la posición de aquellos que no les interesa lo que sucede a su alrededor, todo lo ven como exterior a ellos.

Este proceso de cambio rápido y vertiginoso podría conducir a pensar que estamos en el umbral del origen y desarrollo de una cualitativa y distinta sociedad en términos de su organización y propósitos -modo de producción- de acuerdo a Castells (1999), es decir totalmente ajena al tipo de sociedad que predomina en el mundo actualmente. Pero no es así. En general, el conjunto de los cambios que se suceden constituyen un proceso de reestructuración global del capitalismo desde la década del ochenta, y para lo cual la revolución tecnológica, específicamente la informacional ha sido fundamental (Castells, 1999).

Por tanto, la sociedad sigue siendo capitalista, pero con la diferencia de que ahora es informacional. Esto significa que en el seno del capitalismo mismo se produce un cambio sustancial pasándose de la sociedad industrial a la sociedad del informacionalismo (Castells, 1999), de la información (Sussmuth, 1999; Barksdale, 1999) o de las comunicaciones (Rojas y Arapé, 1999b).

Pareciera, en principio, que la revolución tecnológica está determinando la forma y contenido que adquiere la sociedad en general. Sin embargo, puede afirmarse siguiendo a Castells (1999) que este planteamiento es falso, porque no es posible entender la tecnología fuera de la sociedad, y tampoco a ésta sin

su herramienta técnica. De modo que al no poder comprenderse ninguna por separado, no queda más que concluir que entre ambas (sociedad y tecnología) existe un “complejo modelo de interacción” (Castells, 1999:31), el cual, en definitiva, define el resultado final de cada una.

El determinismo tecnológico es inaceptable porque implica obviar que la sociedad está cargada de todo un mundo cultural, de valores, de principios, de forma de interacción entre los individuos, de instituciones públicas, privadas e intermedias que pueden impulsar o detener los desarrollos tecnológicos, en especial el Estado.

La nueva forma de organización de la sociedad capitalista, la sociedad de la informática, informacional, o comunicacional adquiere unas características que la diferencian sustancialmente de la sociedad industrial o moderna. Estas, de acuerdo a Castells (1999), en términos generales, son las siguientes:

- a. La fuente de productividad reside en la tecnología del conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos. El conocimiento actúa sobre sí mismo como principal fuente de productividad.
- b. La aplicación de la tecnología para mejorar la generación de conocimiento y el procesamiento de la información.
- c. Se orienta (principio de actuación) hacia el desarrollo tecnológico (acumulación de conocimientos y grados más elevados de producto por unidad de insumo).
- d. Búsqueda de conocimiento e información (función de la producción tecnológica).
- e. Existe una conexión estrecha entre cultura y fuerzas productivas, entre espíritu y materias.
- f. Podría dar lugar a nuevas formas de interacción, control y cambios sociales.
- g. Debido a las nuevas tecnologías de la información integra al mundo en redes globales de instrumentalidad.
- h. La comunicación a través del ordenador genera las comunidades virtuales.
- i. Preeminencia de la identidad como principio organizador, sin que ello signifique incapacidad para relacionarse con otras identidades. Las relaciones sociales se definen frente a otros en virtud de aquellos atributos culturales que especifican la identidad.
- j. Su eje es la adquisición de conocimientos, transmisión, difusión y empleo de la información y el conocimiento, lo que incluye nuevas alternativas en las comunicaciones (Sussmuth, 1999).
- k. Define nuestros derechos, empleos y la naturaleza de nuestras interrelaciones en la sociedad (Sussmuth, 1999).
- l. La complejidad y velocidad de sus cambios genera visiones e incertidumbres y miedos (Sussmuth, 1999).
- m. Crea muchas oportunidades, pero también riesgos. (Sussmuth, 1999).
- n. Desarrolla la interdependencia mundial de las economías e introduce nuevas formas de relación entre economía, Estado y sociedad (Castells, 1999).
- o. Acentúa el desarrollo desigual. Ante el proceso, específicas sociedades han actuado/reaccionado según su historia, cultura e instituciones (Castells, 1999).

En este contexto de cambio irreversible y complejo, de la sociedad de las comunicaciones, de la revolución de la información, las organizaciones como elementos componentes de la sociedad han sido fuertemente impregnadas o afectadas por esos acontecimientos, según Castells (1999), aparentados.

Esto a significado que el mundo organizacional se haya vuelto más complejo,

como resultado del impacto que en ellas ha tenido la revolución de la información y la comunicación. A partir de ese impacto, las organizaciones han experimentado un conjunto de cambios en lo interno, cuyas nuevas características que asume permite afirmar que ha surgido una nueva organización. Podemos decir que las organizaciones del futuro o emergentes ya no son iguales a las que dejan atrás, es decir a las tradicionales.

El nuevo mundo organizacional nos plantea entonces la necesidad de "reelaborar el concepto de organización: qué es, por qué existe, con qué fin y para quién" (Handy, 1998:493). El mismo autor nos señala que esta tarea es más propia de los filósofos que de los técnicos. Ciertamente, redefinir la organización es una necesidad impostergable. Ya que la nueva organización no puede concebirse del mismo modo que la tradicional, que aquella que deja atrás. Pues, no es un secreto que entre ambas existe características cualitativamente diferentes. En este sentido se viene realizando varios esfuerzos.

Por el momento, Hammer (1998) considera que la organización es algo más que un conjunto de productos y servicios, que es también una sociedad humana que genera su propia cultura empresarial. O como se dijo antes, que éstas son un conjunto dinámico de comunidades interrelacionadas, donde los individuos se agrupan en torno a un interés común (Barksdale, 1999).

Concebir la organización como sociedad humana quiere decir que en ella acontecen los mismos procesos de cambios veloces, confusos, complejos e inciertos que reinan en la sociedad de la informática o de la comunicación. Y concebir su construcción sobre la base de un interés común implica que la pertenencia a una organización es más de carácter voluntario que obligatoria, lo cual es posible

porque de acuerdo a Raymond Barglow, citado por Castells (1999), "los sistemas de información y de interconexión facilitan la organización e integración entre humanos" (Castells, 1999: 49).

Para Rojas y Arapé (1999b) la nueva organización depende más de la información que de las finanzas. Para ella la información y la comunicación es lo más importante. No puede ser de otra manera porque no hay que olvidar que ella forma parte de la sociedad de la información o de la comunicación, cuyo cimiento es la tecnología del conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación. Y es exactamente esta base lo que le permite la conexión con los miembros de su organización y con su entorno, comunidades más amplias en términos de Covey (1999). Para este mismo autor, la clave del éxito de las organizaciones está dado precisamente por las conexiones, conexiones y más conexiones que ésta establezca, las cuales, por lo general, son interesadas. O dicho de otra manera éstas no pueden permanecer incomunicadas en el mundo de las comunicaciones (Rojas y Arapé, 1999b).

Para Habermas, citado por Rojas y Arapé (1999b), "la vida organizacional es consecuencia de las acciones comunicativas. Su futuro depende de la comunicación" (Rojas y Arapé, 1999b:58), ya que la nueva tecnología de la comunicación potencia la productividad, contribuye a ahorrar tiempo y dinero, ayuda a construir equipos de trabajo, a mejorar la calidad de las relaciones humanas y a crear un mayor sentido comunitario (Barksdale, 1999:122).

De acuerdo a este último autor las nuevas organizaciones emplearán tecnologías de comunicación diferenciadas. Estas son: a) la asincrónica, la cual no requiere la presencia simultánea de todos los participantes; b) la global, que no requiere que todos los partici-

pantes se encuentren en el mismo lugar, área o región; y c) la comunicación de colaboración, la cual permite que todas las personas (sin límite) libremente añadan valor, y den sus aportes, es decir que quien quiera pueda participar en el proceso de comunicación.

4. La comunicación actual

El sector público de la vivienda no está exento de lo que hasta ahora se ha planteado en cuanto a la relación comunicación y nueva organización. Es decir, que para este sector la información y la comunicación es fundamental. Esto significa, siguiendo a Goterris (1996) que para que el sector público de vivienda eleve su eficacia y eficiencia debe tener un adecuado y coordinado flujo de información y comunicación con los componentes del sector y con su entorno, ya que la comunicación contribuye al logro de los objetivos.

La relación entre el sector público de vivienda y su sistema de comunicación se concibe como una relación de interacción y de interinfluencia recíproca, que se da de forma continua y permanente. Se percibe que la comunicación -interna y externa (con su entorno)- define el éxito o fracaso tanto del sector mismo como de cada una de las instituciones que lo integran. En este sentido, la comunicación horizontal y dialógica permite considerar la sociedad civil o a la población objetivo del sector público de vivienda como sujeto activo portador de saberes, conocimientos, experiencias y valores que constituyen enormes potenciales y oportunidades que deben formar parte de la agenda pública del sector.

La afirmación anterior no niega de antemano que el sector público de vivienda allá mantenido y mantenga en la actualidad comunicación con las unidades objetivos (Sulbrandt, 1983), o con los ciudadanos (Rota,

1999), o con los administrados (Goterris, 1996), hacia los cuales dirigen sus esfuerzos institucionales. De lo que se trata es que el tipo de comunicación establecida hasta ahora se fundamenta en una perspectiva de la comunicación que la limita y la restringe. Pues, precisamente hay modelos teóricos que orientan las investigaciones en materia comunicacional (Meunier, 1997), y también las prácticas comunicacionales del sector público de vivienda. Para este autor básicamente existen tres modelos o perspectivas: el modelo del código, el modelo de la comunicación-estratégica o perspectiva pragmática, y el modelo cognitivo o perspectiva cognitiva.

Es evidente que entre información y comunicación hay una estrecha relación. Lo que se comunica es información. Y la información en términos de Goterris (1996) es conocimiento.

El sector público, como toda organización, produce una comunicación tanto a nivel interno como a nivel de su entorno. Es decir, una comunicación interna y otra externa. Estas son consideradas por Goterris (1996) como distintos ámbitos de la comunicación en la administración pública. Este flujo informativo interno y externo de la organización es lo que denomina Rojas y Bermúdez (1997) comunicación organizacional.

Se considera que la comunicación tanto interna como externa juegan un papel muy importante en la definición del éxito o fracaso de la gerencia del sector público de vivienda. La comunicación interna actual de dicho sector tiene que ver con dos aspectos que menciona Arraigada (1996), que son: la estructura institucional y el modo de funcionamiento estatal (Arraigada, 1996). Para este autor, la estructura institucional es diferenciada y especializada, lo cual ha generado que las distintas instituciones que componen el sector público

de vivienda actúen con base a su propia agenda de trabajo y sin integración.

Este modo de actuación evidencia la ausencia de coordinación interinstitucional del sector público de vivienda, lo cual implica que la comunicación entre éstas es muy escasa; que sólo se da en casos excepcionales. Escasa comunicación que afecta seriamente el logro de los objetivos perseguidos por el sector público de vivienda, visto como un todo y no de forma fragmentaria. Ausencia de comunicación que suscita también que el conjunto de las instituciones de carácter nacional, estatal y municipal actúen sobre la misma población, es decir, por ejemplo, que con respecto a un mismo grupo familiar de bajos recursos económicos, todas las instituciones del sector busquen atenderlo en cuanto a su situación particular.

Esto se traduce en una duplicidad del esfuerzo institucional, en cuanto el uso de personal, recursos materiales, tiempo, etc. También, la escasa comunicación interinstitucional del sector público de vivienda provoca que éste carezca, siguiendo a Rojas y Bermúdez (1997), de una política unificada de lo que es y los logros que pretenda alcanzar. Esta carencia hace que el sector se proyecte hacia su entorno de forma fragmentada.

Al mismo tiempo, se puede afirmar que la escasa comunicación interinstitucional que reina en el sector se proyecta, por consiguiente, en cada institución en particular. Es decir, que al interior de éstas la comunicación también es escasa. Esto implica que el conjunto de su personal desconozca exactamente la política, los objetivos, la razón de ser de la institución (su misión), los procedimientos y normas que deben seguir en la ejecución de sus funciones y actividades propias del cargo que ocupan en la institución. Este desconocimiento interno de la institución se convierte para cada trabajador -independientemente del ni-

vel que ocupa- en una dificultad muy seria en el momento de cumplir y desarrollar sus responsabilidades.

Simultáneamente, esta situación significa que la institución no utiliza la comunicación interna con el fin, de acuerdo a Rojas y Bermúdez (1997), de lograr que sus integrantes desarrollen una visión global, consoliden la cultura organizacional, unifiquen la política y sus acciones. Por consiguiente, cada integrante de la institución proyecta hacia su entorno específico, la imagen de la institución en conformidad a como particularmente la concibe, dándose como resultado permanente la proyección de una imagen institucional fragmentada (Rojas y Bermúdez, 1997).

En cuanto a la comunicación externa cabe destacar que "...la comunicación con la sociedad es vital para la consecución de los objetivos" (Goterris, 1996) del sector público de vivienda. Este sector debe mantener una comunicación, en especial con la parte de la población que constituyen su razón de ser, los administrados, los ciudadanos, entre otros. Es decir, debe intentar "establecer una relación duradera con los sectores externos" (Rojas y Bermúdez, 1997:95). La práctica comunicacional actual del sector público de vivienda tiene una serie de características que permite ubicarla en una de las perspectivas anteriormente indicadas. Las características son las siguientes: vertical, informativa y restringida.

4.1. Comunicación vertical

La comunicación "es de una vía, del gobierno hacia la ciudadanía" (Rota, 1999: 61). El mismo autor la denomina también como comunicación vertical. Este tipo de comunicación guarda relación o puede comprenderse a partir de el modo de funciona-

miento del sector público, el cual es centralizado (Rota, 1999; Arraigada, 1996). Esto significa que las instituciones que dentro del sector pertenecen al nivel nacional, son las que toman las decisiones, y luego son dadas a conocer a las instituciones del nivel estatal y municipal, limitándose éstas a ejecutarlas. Estas decisiones centralizadas tienen que ver con la definición de políticas, programas y proyectos de viviendas.

Esta práctica comunicacional que aparece como interna al sector se ha extendido hacia la población, ciudadanos, hacia la sociedad. Es decir, que el sector público de vivienda y sus instituciones componentes actúan de modo similar en su relación con los ciudadanos.

En la definición de las políticas, programas y proyectos de vivienda los ciudadanos no tienen la menor participación posible. En palabras de Rota (1999), esto significa que los administradores públicos escuchan poco la voz de la sociedad civil (Rota, 1999). La práctica de oídos sordos por dicho sector implica que están concibiendo a la población, ciudadanos, que integran la sociedad civil, como objetos de su actuación y no como sujetos participantes. De modo, que son sólo los funcionarios, técnicos y especialistas, quienes están en capacidad de definir las políticas, programas y proyectos de vivienda, los cuales serán dados a conocer o comunicados, más adelante a la población objeto de las mismas.

Al actuar de esta manera el sector simplemente está considerando "su percepción como verdadera, excluyendo otras percepciones, así provengan de los destinatarios de su propia acción, dando origen a la emisión privilegiada" (Prieto, citado por Rojas y Bermúdez, 1997:95). Y, en este sentido, bajo esta percepción, se considerará que la comunicación es acertada cuando, el sector público de vivienda "...logra hacer pasar cosas (ideas,

imágenes, creencias, afectos...) en la cabeza de la gente" (Meunier, 1997:119). Es decir, cuando logra convencer a la población que lo definido exclusivamente por el sector es lo que mejor representa, da cuenta y soluciona sus necesidades y demandas. Simplemente, la población como receptores pasivos tiene que identificarse con lo que le es planteado, ya que su participación y reflexión no interesa (Meunier, 1997).

En el sector público de vivienda al registrarse comunicación solamente desde los niveles superiores hacia los inferiores del Estado, está desaprovechando deliberadamente tal y como se plantea Rota (1999:59) "la enorme energía potencial de la sociedad civil puesta al servicio de los problemas que la afecta".

4.2. Comunicación informativa

La comunicación es meramente informativa (Rota, 1999). Esta afirmación plantea la existencia de una clara diferenciación entre comunicación e información. La afirmación da cuenta de una forma determinada en la relación emisor-receptor, dos elementos presentes en el acto comunicativo, de acuerdo al modelo del código propuesto por Shannon y Weaver, y descrito por Meunier (1997). Es obvio, que esta manera de ver la comunicación se liga con la vía anteriormente desarrollada.

Para poder entender la diferenciación, veamos algunas definiciones de comunicación. Para Goterris (1996), "...toda comunicación de masas (...) es una relación de intercambios entre sujetos y partícipes interdependientes" (Goterris, 1996:). El mismo autor señala que la comunicación "...equivale a una transacción o evaluación en que todas las partes implicadas tratan de conseguir, a través de su relación mutua, un equilibrio entre sus intereses y beneficios". Para Rojas y Bermúdez, la "comunicación implica la

necesidad de compartir los significados del emisor y el receptor” (Rojas y Bermúdez, 1997:95). Mientras que Roja y Arapé (1998) consideran la comunicación como “el intercambio progresivo de informaciones, sentimientos o saberes destinados tanto al conocimiento y las transformaciones como crecimiento común de todas las partes involucradas” (Rojas y Arapé, 1998:78).

De estas definiciones se desprende que un elemento base de la comunicación es el compartir e intercambiar conocimiento, saberes y sentimientos a través de una relación mutua que establecen sujetos activos de acuerdo a sus intereses. En cambio, la comunicación vista en el sentido meramente informativa implica la ausencia del elemento común antes planteado, porque se limita a transmitir una información de un sujeto hacia otro, sin esperar o sin interesarle la retroalimentación del otro. Es decir, no le interesa la interpretación, evaluación o consideración que este otro tiene, según su punto de vista e intereses, de la información que recibe.

Esto significa que las instituciones que integran el sector público de vivienda (como sujetos) básicamente se limitan a informar a la sociedad civil o a su población objetivo (otro sujeto), acerca de las políticas, planes y programas de vivienda que han diseñado. En este sentido, no le dan la oportunidad a quien recibe la información de decir si lo diseñado se corresponde o da respuesta a sus requerimientos y necesidades de vivienda. Por tanto, el sujeto sector público de vivienda niega el intercambio, lo cual conduce a que el otro deje de ser sujeto participe, pasando a ser sólo objeto.

4.3. Comunicación restringida

La comunicación es restringida (Rota, 1999). Lo restringido de la comunicación se

da con relación a las personas que forman parte de la población objetivo de la institución y en relación al espacio geográfico que cubre las comunicaciones de las instituciones del sector vivienda. Con respecto a las personas, por lo general, son pocas las que se enteran de la existencia de la institución y mucho menos los que se enteran de lo que ésta realiza en cuanto a sus necesidades y requerimientos. De allí que son pocos los informados y los que acceden a las ofertas de vivienda de las instituciones de vivienda del sector.

Este resultado se vincula estrechamente, con la posición institucional del sector de considerar la información como confidencial y como fuente de poder. Lo confidencial permite entender el porque las personas no pueden tener libre acceso a la información que generan las instituciones, ya que ésta es tratada como secreto institucional.

Y la información vista como fuente de poder permite entender el porque son pocas las personas informadas y los que acceden a las ofertas de vivienda que hace la institución, más allá de las limitaciones económicas que éstas puedan tener o que de hecho tienen.

Con respecto a lo geográfico, la restricción de la comunicación se da porque, por ejemplo, las instituciones regionales de vivienda centran su atención comunicativa básicamente en la capital del estado (municipio capital), asignando poca importancia al resto de los municipios. Y, por supuesto, carecen de la más mínima comunicación con la población de los otros estados del país, en términos de lo que ellas ofertan en cuanto a programas y proyectos de vivienda.

5. La nueva comunicación

Las instituciones que integran el sector público de vivienda tienen que elevar la valo-

ración que le atribuyen a la comunicación. Tiene que comenzar a ver la comunicación como una variable estratégica (Méndez, 1998), de tal modo que vista en su unidad -interacción e interinfluencia- con la organización y la gerencia, sirva y se emplee como factor impulsador de la acción de coordinación interinstitucional y de integración del sector, donde desaparezcan las rígidas jerarquías y el sector actúe como comunidad.

Que la comunicación haga posible que el sector público de vivienda actúe como comunidad, implica que ésta logre desarrollar, como se dijo antes, una visión global, una identidad cultural y de política, que le permite comportarse al interior del sector coherentemente y proyectarse hacia su entorno de forma integrada, como unidad. La visión global construida con base a la comunicación repercute favorablemente en la eficacia del sector, en el logro de sus objetivos. Esto significa que la comunicación se convierte en la base de la dirección (Rojas y Arapé, 1998).

En su proyección externa, las instituciones del sector vivienda tienen que considerar a los miembros de la sociedad civil, a su población objetivo, como sujetos participantes, no como objetos. Esto quiere decir que las instituciones tienen que establecer una comunicación de tipo horizontal y dialógica (Rota, 1999), donde el intercambio de saberes y experiencias, la discusión amplia y profunda, con su población objetivo sea la fuente de la política, planes, programas y proyectos de vivienda del sector. Comunicación que facilite que "el acervo de saber del que un actor ya dispone siempre en un mundo de la vida" (Habermas, 1988:182) sirva, como lo plantea el mismo autor para la "interpretación de la situación y la obtención de un acuerdo" (Habermas, 1988:182), en cuanto "hacia dónde va el

perfil mismo de la sociedad" (Kliksberg, 1996:175) y el del sector vivienda.

Es decir, que la agenda pública del sector y de la sociedad se tiene que fundamentar en la comunicación vista como intercambio horizontal. Ello supone valorar como oportunidad todo el mundo cultural (valores, actitudes, tradiciones, a favor de la cooperación, la solidaridad y el voluntarismo), que según Kliksberg (1996) tiene la sociedad. Esto se traduce, por consiguiente, en una posición diferente del sector vivienda y sus instituciones, en torno su población objetivo.

El sector público de vivienda debe desarrollar una comunicación amplia y abierta. La comunicación permitirá que la población objetivo del sector y sus instituciones, es decir los demandantes de las viviendas, estén informados acerca de las ofertas de vivienda que el sector público hace en todo el país -implica eliminar el requisito de que el demandante este residenciado en una determinada región para poder acceder a la oferta de vivienda que hace la institución de esa misma región- de modo que él pueda observar cual oferta le conviene más en función de sus necesidades e intereses. Sobre todo, tomando en cuenta que por razones de trabajo o políticas públicas -política de desconcentración territorial- él tenga que movilizarse de un estado a otro. En este sentido, la organización deja de verse rodeada por muros y busca romper fronteras (Barksdale, 1999).

"La mayor competencia global redundará en mayor calidad y menores precios de los productos y servicios" (Goldsmith, 1999:133). Se puede afirmar que la comunicación conduce a la competencia global. En el caso del sector público dedicado al sector vivienda, éste posiblemente se transformará de forma tal, que permitirá que cada institución pública

del nivel regional o municipal encargada de construir y ofertar viviendas pueda hacerlo en función del país en general, y no en función de la población objetivo de una región o municipio en particular. Este tipo de competencia podrá desatar un incremento en la calidad de la vivienda (concepción integral de la vivienda) al mismo tiempo que precios más bajos (entendiendo que el mercado y la competencia obliga a ello).

La comunicación amplia y abierta de la oferta pública de vivienda contribuye, en consecuencia, a la eliminación de las fronteras regionales y municipales del país, sobre todo, considerando que el futuro tenderá probablemente a darle menos importancia a las comunidades geográficas debido a las nuevas tecnologías (Barksdale, 1999).

Pues, ciertamente en la “medida que aumentan los medios de movilidad y la capacidad de comunicarse por encima de las fronteras, disminuye la necesidad...de permanecer en una comunidad geográfica” (Goldsmith, 1999: 140). Para este último autor esto significa sencillamente que los individuos perderán el sentido de arraigo y lealtad hacia una comunidad, y tendrán mayor disposición a trasladarse a otra región o provincia del país. Y como dice Schubert y Little citado por Goldsmith (1999), “los residentes estarán más dispuestos que antes a trasladarse a otro país que ofrezca mejores oportunidades” (Goldsmith, 1999:140). Esto significa que el futuro se mueve a romper las fronteras geográficas de los países, y por tanto, la movilidad de sus habitantes: la Comunidad Europea es ejemplo de ello.

“El mayor acceso a la información significa que las masas de la humanidad tendrán crecientes oportunidades” (Goldsmith, 1999: 134). En este sentido, el flujo amplio y abierto de la comunicación institucional permitirá que mayor número de miembros de su población

objetivo tendrá información acerca de la razón de ser de la institución y de cuáles son efectivamente los productos y servicios que estas le ofrecen. Es evidente que la información a la que acceda la población objetivo le dará la oportunidad de decidir su interacción con la institución (si aplica a las ofertas de viviendas).

“La comunicación abierta al alcance de todos puede conducir a un mundo en el que se comprenda mejor la diversidad...” (Goldsmith, 1999:134-135). Esto significa que hay que construir un sistema gerencial de la comunicación que implique el acceso a la información por parte de las personas fundamentándose en la comprensión de éstas, y no en su capacidad. Un sistema gerencial que valore al sujeto (población objetivo) y busca comprenderlo, más allá de sus propias capacidades. Es decir, que busca adentrarse en el mundo subjetivo de los individuos (lo que no es fácil), acercarse realmente a la población objetivo para construir un sistema de comunicación, que considerando la heterogeneidad y especificidad de esta población, resulte efectivo, en términos del diálogo que se aspira establecer y los logros que se quieren alcanzar.

6. Consideraciones finales

Las organizaciones han sido fuertemente impactadas por la revolución tecnológica, en especial, la informacional. Esto ha provocado que la organización emergente no se parezca en nada a la que deja atrás.

La información y la comunicación que el sector público establece con su población objetivo define sus éxitos o fracasos en el logro de los objetivos perseguidos. La comunicación actual del sector de vivienda se caracteriza por no escuchar la voz de la sociedad civil, y en especial de la población a la cual se

deben las instituciones que lo conforman. Pues genera una comunicación de una sola vía: del gobierno hacia la ciudadanía. Además no llega a toda la población que le es pertinente, y a la que le llega es sólo con fines informativos.

El sector público de vivienda para poder alcanzar eficazmente sus objetivos debe desarrollar una comunicación donde considera a los otros como sujetos con capacidad e imaginación, es decir que vea todo su mundo cultural y de saberes como una oportunidad, que tiene que incorporar en la definición de la agenda pública del sector. Al mismo tiempo debe desarrollar una comunicación amplia y abierta.

Bibliografía citada

- Arriagada, Irma (1996). "El debate actual de las políticas sociales en América Latina". En *Nueva Sociedad*, No. 144. Caracas, Venezuela.
- Barksdale, James L. (1999). "La Tecnología de las Comunicaciones en Comunidades Organizativas Dinámicas". En Hesselben y Otros (compiladores). *La Comunidad del Futuro*. México: Fundación Drucker. Ediciones Granica, S.A.
- Castells, Manuel (1999). *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*. Vol. 1. Alianza editorial.
- Ciriza, Alejandra (1995). "Un recorrido a propósito de la problemática de lo utópico". En *Revista de Filosofía*, Vol. 21. Centro de Estudios Filosóficos de la Facultad de humanidades. LUZ (Venezuela): Astro data, S.A.
- Goldsmith, Marshall (1999). "Comunidades globales y comunidades de elección". En Hesselbein, Frances et al (compiladores). *La comunidad del futuro*. México: Fundación Drucker. Ediciones Gráficas, S.A.
- Goterris, Vicent R. (1996). "La comunicación en la administración Local". En *Revista Valenciana d' estudis Autònomic*, No. 16. Valencia (España).
- Habermas, J. (1988). *Teoría de la Acción comunicativa. Crítica de la Razón Funcionalista*. Vol. II. Buenos aires: Editorial Taurus
- Hammer, Michael (1998). "Futuros inimaginados". En Hesselbein, Frances et al (compiladores). *La organización del futuro*. Buenos Aires (Argentina):Fundación Drucker. Ediciones Gráfica, S.A
- Handy, Charles (1998). *Futuros inimaginados*. En HESSELBEIN, Frances et al (compiladores). *La organización del futuro*. Buenos Aires (Argentina):Fundación Drucker. Ediciones Gráfica, S.A
- Kliksberg, Bernardo (1996). "¿Cómo enfrentar los Déficit de América Latina? Acerca de Mitos, Ideas Renovadoras y el Papel de la Cultura". En *Revista Venezolana de Gerencia*. Vol. 1, No 2. Universidad del Zulia. Vicerrectorado Académico.
- Méndez, Evaristo (1999). *El Tao de la Epistemología*. Maracaibo, Venezuela.
- Meunier, Jean P. (1997). "Las Metáforas de Comunicación como Metáforas que cobran Realidad." En *Revista Signo y Pensamiento*, No. 30 (XVI). Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje.
- Rojas V., Luis R. y Arapé C., Elizabeth (1999a). "En Dirección a la Postcomunicación". En *Telos*, No. 1. Universidad Rafael Belloso Chacín.
- Rojas V., Luis R. y Arapé C., Elizabeth (1998). "Formación en Comunicación y Dirección en algunas Maestrías en Gerencia de Empresas". En *Revista Venezolana de Gerencia*, Año 4, No. 9. Universidad del Zulia. Vicerrectorado Académico.