

LA PROMOCIÓN SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL

Lic. Silvia Galeana de la O

Lic. Laura Ortega García

La Escuela Nacional de Trabajo Social de la Universidad Nacional Autónoma de México, en su propósito por hacer más estrecha la relación Universidad-Sociedad, ha promovido en los últimos años el desarrollo de líneas de investigación, cuya característica básica se centra en el estudio y atención de problemas concretos y actuales, que se presentan en la compleja y multifacética realidad mexicana.

Tal es el caso de la línea de investigación sobre promoción social, área de intervención del Trabajo Social que se distingue por promover el desarrollo social a través de la cooperación organizada y comprometida de la población. Por lo que, busca responder a las necesidades básicas por medio de estrategias integrales y globales, incidiendo en problemas y necesidades sociales.

Si se considera que el desarrollo es el conjunto de políticas y acciones promovidas por el Estado para elevar el nivel de vida de la población, y así poder garantizar el bienestar social de los individuos que integran una sociedad. Se estaría de acuerdo en que esto significa responder a las necesidades básicas de salud, seguridad, vivienda, educación, cultural y recreación, desarrollo urbano y servicios públicos. Además de atender problemas que por las consecuencias del mismo desarrollo y la compleja trama de las interrelaciones de la dinámica social se han convertido en prioritarios, ejemplo de ello lo representan: la ecología y medio ambiente, transporte urbano, seguridad pública, etc.

No obstante, si se toma en cuenta que América Latina y en específico México, se han caracterizado por una economía deficiente y dependiente con un endeudamiento público significativo con planes de desarrollo que le restan importancia a la política social ante la prioridad que demandan las fuerzas del mercado mundial, el desarrollo social se convierte en una de las más lejanas utopías.

Situación que se refleja en las profundas desigualdades sociales y en la pobreza extrema que viven grandes sectores de la población. Lo que ha provocado la falta de credibilidad, apatía y rechazo (en algunos casos con manifestaciones de presión y agresividad) ante cualquier iniciativa gubernamental, propiciando que la relación acción pública - reacción social, presente grandes fisuras.

A partir de estos argumentos se pueden derivar algunas afirmaciones para fundamentar que en la actualidad la Promoción Social juega un papel esencial en las estrategias de desarrollo social:

1. Como se puede observar en la revisión conceptual, la Promoción Social se ha consolidado como la única área del campo de la práctica social y en específico del Trabajo Social, que atiende de manera integral y multidisciplinaria el problema de la desigualdad social, dejando de lado las soluciones parciales. Por ello, es indispensable tomar en cuenta que este tipo de problemática manifiesta una gran complejidad, debido a que inciden factores tan diversos como: lo social, cultural, político y económico.
2. El área de la Promoción Social tiene como eje la participación y organización social, condición que asegura:
 - Hacer participe a la población en la toma de decisiones en cuanto a su propio desarrollo, incorporándola de manera activa y comprometida en las estrategias de crecimiento.
 - La apertura de espacios que generen y consoliden la relación gobernantes-población, en cuanto a la incorporación de esta última en la organización social y política de una nación.
 - Conformación de estructuras democráticas de participación comunal y barrial.

3. La Promoción Social centra su atención en los sectores populares que presentan pobreza extrema, lo que exige la utilización de una metodología y procedimiento que permitan realmente la utilización efectiva y óptima de los recursos, a través de:

- Aprovechamiento de las potencialidades sociales y culturales así como los recursos institucionales existentes en el área, comunidad o barrio.
- Establecimiento de una coordinación estrecha entre instituciones eliminando la duplicidad de acciones y en consecuencia una pérdida excesiva de recursos.

4. El rescate y conocimiento de la cotidianidad como un elemento básico para la realización de acciones de participación social, en cuanto a que garantiza:

- La eliminación de programas de escritorio, no elaborados a partir de las necesidades, demandas e intereses de la población.
- Promover acciones que respondan a la problemática social y a la vida común de los sectores populares.

5. Existen profesionales preparados para desarrollar acciones de Promoción Social (trabajadores sociales) cuyas potencialidades no han sido aprovechadas en toda su magnitud, por el desconocimiento o bien por la falta de espacios políticos como gremio.

Este conjunto de afirmaciones denotan que la Promoción Social debe de ser considerada como una herramienta básica de las estrategias de desarrollo social, no como parte de un discurso demagógico o como una palanca importante del clientelismo político que encubre bajo el nombre de "participación" el interés particular de líderes, grupos, o bien de partidos políticos.

La esencia de la Promoción Social consiste en impulsar y atender el desarrollo de los sectores, que presentan profundas desigualdades sociales, por lo que exige principios éticos, políticos y de justicia social que deben de guiar la realización de acciones colectivas, eliminando procedimientos de manipulación, activismo o bien de exacerbación de consignas sociales.

Más a pesar de estas argumentaciones conceptuales y filosóficas de la Promoción Social en México, su función social se ha visto limitada por algunos factores que la han convertido en un instrumento político, ideológico y demagógico, restándole importancia a su trascendencia e incidencia en la atención de la desigualdad social de los sectores populares. Estos factores pueden ser jerarquizados de la siguiente manera:

a) Prioridad de la política económica sobre las políticas sociales.

b) Desarrollo de acciones de participación social con un alto sentido populista y activista, lo que originó:

- Que la población experimentara un sentimiento de manipulación, lo que se manifestó en la apatía y la falta de credibilidad hacia las estrategias sociales y que a la larga han influido en la legitimidad hacia los sistemas político y económico.
- Poca seriedad y compromiso en las instancias gubernamentales que realizan acciones de Promoción Social al reducir a estas al cumplimiento de metas establecidas, lo que se traduce en actividades aisladas con poca o nula congruencia con los objetivos de organización e integración social y mucho menos con las aspiraciones del tan agotado discurso de la justicia social.

c) Predominio en las acciones de Promoción Social del fin político para obtener la legitimación de los diversos sectores de la población, por lo que la eficacia y la eficiencia de los procedimientos, la objetividad de los resultados y el impacto social, no son el fin último. Lo que refleja una combinación simplista y cuestionable de principios éticos, políticos y de justicia social.

Estas afirmaciones permiten entender las profundas contradicciones que se presentan en países como México, en donde sectores mayoritarios de su población reflejan un continuo y agudo deterioro de los niveles de vida, como resultado del sacrificio constante de la política social ante las fuerzas del mercado interno y externo.

Por otra parte, un factor que da énfasis a la promoción social como un instrumento viable para garantizar el desarrollo social, es el rescate de la participación social, como un elemento base que identifica las expectativas, el qué, el cómo, el cuándo, el para qué, en donde el individuo se transforma en un sujeto protagónico en la reconstrucción del espacio, su entorno y su problemática cotidiana, predominando su sentimiento solidario a través de alternativas que promuevan la justicia y la igualdad social. Es decir, para esta concepción la participación no se reduce en un sentido simplista a la mera invitación o información de la población para que ésta asista o bien participe en un evento o actividad, sino que representa un proceso que implica acciones de sensibilización, capacitación y educación social, que propicien cambios de actitudes y responsabilidades colectivas, dirigidas a resolver necesidades y problemas básicos de los sectores sociales.

En este sentido, se parte de concebir a la participación social como un proceso de manifestación, cooperación y movilización de grupos sociales que interactúan e integran sus esfuerzos para enfrentar problemas y gestionar requerimientos que permitan dar respuesta a sus necesidades y demandas prioritarias. Esta acción requiere de individuos con un amplio sentido de responsabilidad que propicie la defensa de sus derechos y la capacidad de decidir su propio destino.

En esta perspectiva la participación se convierte en el eje motriz de un programa de promoción social, en cuanto a que asegura:

- La apertura de espacios en los procesos de planeación, toma de decisiones y en la ejecución de acciones, lo que da como resultado que la población se involucre de manera activa y comprometida con un proyecto de desarrollo, garantizando su viabilidad, eficacia y por ende un mayor impacto social.
- El que se propicien actitudes de autodirección y autogestión, a través de la conformación y consolidación de auténticas estructuras democráticas de participación comunal y barrial.
- La promoción de acciones que respondan a la problemática real y a la vida cotidiana de los sectores populares, utilizando los recursos propios y sus potencialidades sociales y culturales.

- Propicia que las acciones de promoción se realicen en función de las personas y no las personas en torno a un modelo rígido e impositivo de pautas socioculturales y marcos políticos dirigidos.

Considerando el papel tan relevante de la participación social en un programa de promoción social, las acciones básicas de esta última, se centran en el desarrollo de actitudes hacia una actuación social comprometida basada en el sentimiento de identificación y pertenencia a su lugar de residencia y en un sentido más amplio a la sociedad, propiciando el desarrollo de habilidades para la dirección y ejecución de procedimientos en torno a la gestión de requerimientos y recursos para resolver problemas compartidos y comunales, todo ello basado en procesos de organización social y en el conocimiento pleno de la realidad y el acontecer diario de la comunidad, grupo o sector social (como se muestra en el siguiente esquema).



Por lo que el promotor social debe de poseer un amplio conocimiento sobre aspectos conceptuales y metodológicos de investigación social, que le permitan identificar y caracterizar la

problemática social, así como la formulación de explicaciones objetivas en torno a sus manifestaciones y dimensiones generadas por la intrincada interrelación social. Con el objeto de que sirvan de base a la elaboración de diagnósticos sociales coherentes y acordes con la situación real de la población; que den como resultado la delimitación de estrategias.

Otro aspecto de gran relevancia, es el manejo y la coordinación de procesos de gestión social a través de los cuales el promotor diseña y planifica intervenciones y líneas de acción integrales, a fin de dar respuesta a la problemática social focalizada, todo ello en un marco normativo y estratégico que tome en cuenta las condiciones sociales, tecnológicas y políticas que le permitan la obtención, conjunción y potencialización de medios y recursos involucrando de manera activa a la población por medio de acciones de orientación y asesoría social para que se incorpore de una manera activa y comprometida en las diligencias y trámites conducentes al logro de objetivos en torno al desarrollo social. Por ello, la habilidad para la toma de decisiones y la metodología para la realización de estudios de viabilidad son elementos referenciales determinantes en esta función de la promoción social. Además del amplio conocimiento que se debe tener sobre políticas gubernamentales y programas no gubernamentales, para la obtención de recursos y la coordinación de servicios institucionales.

Por último, el manejo de técnicas para propiciar, desarrollar y consolidar procesos de organización social que sirvan de soporte al desarrollo de acciones, por lo que el diseño y aplicación de acciones de educación y capacitación social, resultan básicas para ir generando actitudes y una participación solidaria, responsable y comprometida en un proyecto de desarrollo social.

Los referentes conceptuales señalados anteriormente, permiten determinar que las acciones de promoción social están dirigidas a una comunidad, localidad o sector social que interactúan más intensamente entre sí, a partir de que presentan problemas y necesidades comunes, generadas por las condiciones económicas sociales y políticas tanto de la dinámica externa como interna, afectando sus niveles de vida. También es significativo el señalar que estas localidades o grupos sociales comparten valores culturales, formas y condiciones de existencia así como intereses y

aspiraciones en función de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo individual, barrial y colectivo.

Es decir, su atención se centra en formas de sociabilidad complejas cuyos miembros se identifican por condiciones y convivencias cotidianas, por intereses y propósitos comunes, capaces de permitir acciones de cooperación y solidaridad como base de su crecimiento social, económico y cultural.

Así, para las acciones de promoción social el rescate de la cotidianidad representa un aspecto esencial, pues es a través del conocimiento de la forma de ser de una localidad, que se hace posible el entendimiento y explicación de la red de interrelaciones que determinan su dinámica y comportamiento, así como la identificación de la multidimensionalidad y pluricausalidad de los fenómenos y problemas que inciden en su acontecer diario y en consecuencia en sus aspiraciones e intereses de desarrollo. Por lo que a través del estudio de la cotidianidad se identifican valores, conductas, creencias, formas de vida, problemas, etc., convirtiéndose en un elemento que da pauta al establecimiento de bases sólidas, en cuanto a que las estrategias de intervención para incidir en situaciones problemáticas están más acordes a la idiosincrasia y a la forma de ser de la población de una localidad, ubicándola como cita Follari¹ como un sujeto activo capaz de trabajar por ella misma para la transformación de la realidad en que viven.

Estos contenidos delimitan que la función social de la promoción social se centra en los siguientes aspectos:²

1. Impulsar el desarrollo de los sectores populares que presentan profundas desigualdades sociales.
2. Incorporar a los sectores populares en las estrategias de desarrollo.
3. Pugnar por la justicia social a través de abrir espacios en la organización política y social de la sociedad.

¹ Follari, Roberto. Trabajo en Comunidad. Análisis y Perspectiva De. Hvmánitas, p. 21

² Op Cit. Galeana de la O, Silvia., p. 6

4. Lograr que los servicios sociales sean alcanzados por los sectores populares a través de procesos de gestoría social.
5. Generar procesos de organización, capacitación y educación social con los sectores populares para que sean ellos mismos los dirigentes de sus aspiraciones en cuanto al desarrollo.

Lo que denota que la Promoción Social debe ser considerada como una herramienta básica de las estrategias de desarrollo social. “Su esencia consiste en impulsar y atender el crecimiento de los sectores que presentan profundas desigualdades sociales, por lo que exige principios éticos, políticos y de justicia social que deben de guiar la implementación de acciones colectivas”.³

Todo ello, en un marco de acción concertada, con fines múltiples e integrales, teniendo como base las potencialidades sociales y culturales por lo que incorpora no solo variables de desarrollo material, sino también variables socioculturales que permiten fomentar en la población un espíritu de trabajo común.

Como señala Escalante,⁴ el mejoramiento integral de las condiciones de vida de una comunidad debe considerar aspectos en lo económico, social y cultural, contribuyendo sobre todo en el fortalecimiento de sus miembros, a la vez que desarrolla su capacidad de organización y autogestión, ampliando su responsabilidad y la utilización de recursos para resolver sus propios problemas.

Es oportuno hacer resaltar que en un programa de Promoción Social, es indispensable la utilización y aprovechamiento de los recursos institucionales, gubernamentales y no gubernamentales en el plano local, nacional e incluso internacional, que permite el suministro de servicios sociales y técnicos así como disposiciones administrativas concretas, teniendo siempre presente que el principal protagonista es la población.

Esto significa la apertura de espacios en la administración local a través del fomento y consolidación de estructuras reales de participación democrática comunal y/o barrial que

³ Ídem. (Galeana de la O, Silvia), 1996, p. 8-9.

incorpore a la población en la toma de decisiones en cuanto a su propio desarrollo local e incluso regional y nacional.

No hay que perder de vista que una localidad y/o comunidad es un microcosmos social y para su superación y transformación, es imprescindible la incorporación de sus componentes (institución formales e informales, población, organizaciones sociales, etc.) en un esfuerzo común compartido en pro del mejoramiento integral colectivo.

Por lo que resulta fundamental no perder de vista las relaciones o interrelaciones de los diversos elementos que se conjugan en la estructura sociocultural de una comunidad, son estas las que determinan la movilidad, el intercambio, la comunicación en fin la dinámica de sus miembros. Así en un programa de promoción social resulta esencial, el proceso de conocimiento en cuanto a que permite detectar las necesidades y problemas sociales de los miembros de la localidad, además de las características socioculturales y recursos potenciales existentes en la misma, todo ello con el fin de sentar bases sólidas para el trabajo subsecuente.

A continuación se presenta una propuesta metodológica alternativa que consiste en el diseño y aplicación de modelos de promoción social, cuya característica esencial consiste en la elaboración de estrategias de intervención comunitaria más acordes con la realidad y la cotidianidad de los sectores sociales, incorporándolos de manera activa y comprometida en actividades colectivas en beneficio de su comunidad o localidad, potencializando los recursos sociales, culturales e institucionales existentes en el área.

Más a pesar de estas argumentaciones la función de la promoción social se ha visto limitada por algunos factores que la han convertido en un instrumento político, ideológico y demagógico, restándole importancia a su trascendencia e incidencia en la atención de la desigualdad social de los sectores populares. Estos factores pueden ser jerarquizados de la siguiente manera:

a) Prioridad de la política económica sobre las políticas sociales.

⁴ Escalante Fortón, Rosendo. Investigación, Organización y desarrollo de la Comunidad. Ed. Oasis, México, 1990, p. 79

b) Implementación de acciones de participación social (populista y activista) que originaron:

- Que la población experimentara un sentimiento de manipulación, lo que se manifestó en la apatía y la falta de credibilidad de las siguientes estrategias sociales y que a la larga han influido en la legitimidad hacia los sistemas político y económico.
- Poca seriedad y compromiso en las instancias gubernamentales que implementan acciones de promoción social al reducir a estas al cumplimiento de metas establecidas, lo que se traduce en actividades aisladas con poca o nula congruencia con los objetivos de organización e integración social y mucho menos con las aspiraciones de tan agotado discurso de la justicia social.

c) Predominio en las acciones de promoción social del fin político por obtener la legitimación de los diversos sectores de la población, por lo que la eficacia y la eficiencia de los procedimientos, la objetividad de los resultados y el impacto social, no son el fin último. Lo que refleja una combinación simplista y cuestionable de principios éticos, políticos y de justicia social.

Estos factores participan de manera contundente en los proceso de retroalimentación que se establecen a partir de la relación acción pública-reacción social. Constituyen el conjunto de respuestas y comportamientos que experimentan los sujetos sociales que se ven involucrados en la planeación e implementación de la política social y en específico las relativas a la promoción social.

En este sentido los programas de Promoción Social derivados de los planes de gobierno debido a los factores estructurales y condicionantes han desarrollado acciones de carácter populista y activista, con un profundo matiz político más que social, minimizado el grado de respuesta a las necesidades y demandas de los sectores sociales a los que van dirigidas, lo que a contribuido a la agudización de la pobreza. Históricamente esta falta de eficacia ha estado presente en conjunto con otras acciones, lo que genera que la sociedad civil pierda la credibilidad y cuestione la capacidad del estado y de sus representantes para dirigir el desarrollo del país, experimentando

sentimientos de apatía, manipulación y rechazo hacia toda propuesta gubernamental independientemente de que estas en algunas ocasiones sean de beneficio. Lo que ha provocado el surgimiento de iniciativas de organización de diversos grupos para resolver su problemática, que en un primer momento utilizan como bandera la obtención de recursos, pero al no encontrar respuesta por persistir los mismos esquemas y vicios (corrupción, burocracia, etc.) se radicalizan las demandas hasta el grado de cuestionar las estructuras políticas existentes. Sumado a esto la conjugación de intereses de otros grupos de la sociedad que se ven afectadas por el deterioro de las condiciones de vida (caso específico clase media, grupo burócrata) o bien por las existencias de condiciones coyunturales para expresar y proponer un nuevo modelo de organización social (grupos políticos de oposición, grupo de intelectuales), propiciando un ambiente de descontrol político y social.

Es importante mencionar que no es el objeto de este estudio profundizar sobre la problemática socio-política y económica del país, sin embargo es significativo observar cómo la dinámica del medio externo, ha incluido en la efectividad de los Programas de Promoción Social, repercutiendo en los procesos de planeación y operacionalización ante la falta de un modelo integral de desarrollo que le otorgue el significado que le corresponde, así como un apoyo económicos, es decir: las condiciones de financiamientos que exigen las acciones de Promoción Social para responder a las verdaderas demandas de los sectores populares en responsabilidad compartida.

Por otra parte cuando se hace referencia al apoyo político, se considera a la consolidación de verdaderas estructuras democráticas de participación social, sectorial y comunal que de la posibilidad de abrir espacios para la inserción de la sociedad civil en la planeación. toma de decisión e implementación de acciones que pugnen por el desarrollo social.

Esta falta de apoyo ha repercutido en los modelos de Promoción Social tanto de instituciones públicas como de organismos no gubernamentales, como se observa en el siguiente diagnóstico, resultado del método del diseño de modelos, la cual permitió caracterizar la situación actual así como sus principales problemas.

Problemática actual de los modelos de promoción social en el Distrito Federal

A partir de una investigación realizada en la Escuela Nacional de Trabajo Social, realizada durante 1994-1996, se detectó lo siguiente:

- Falta de coordinación entre las instituciones que desarrollan programas de Promoción Social, lo que genera duplicidad de acciones y en consecuencia una pérdida excesiva de recursos.
- Graves debilidades en las tareas de planificación, gestión, seguimiento y evaluación de proyectos.
- Reducir la esencia de la Promoción Social (impulsar y atender el desarrollo de los sectores populares a partir de procesos de organización social y autogestión), al cumplimiento de metas establecidas lo que se traduce en actividades aisladas con poca o nula congruencia con los objetivos de organización e integración social.
- Programas y acciones de poca trascendencia para los sectores populares en cuanto a las alternativas que no responden a su problemática social, ni a la vida común de los mismos.
- Programas y estrategias de " escritorio" y no elaborados a partir de las necesidades, demandas e intereses de la población.
- Desconocimiento de la cotidianidad de los grupos, comunidades y sectores populares, por parte de las instituciones, sin considerar a éste como un elemento esencial para la implementación de programas que tienen como base la participación social.
- Predominio del fin político para obtener la legitimación de los diversos sectores de una población, por lo que la eficacia y la eficiencia de los procedimientos, la objetividad de los resultados y el impacto social son una combinación simplista y cuestionable de principios éticos, políticos y de justicia social.
- Un alto porcentaje de personal a nivel técnico para la implementación de acciones de Promoción Social, que sin menospreciar a este tipo de profesional, su marco reducido en cuanto a la realidad social lo lleva a implementar acciones sin importar si realmente se están resolviendo los problemas de una comunidad o sector.
- Insuficiencia severa del personal profesional calificado y debilidad de esquemas de carrera funcionaria y directiva.

- Carencia de una metodología que guíe la intervención profesional.
- Sólo un reducido porcentaje realiza investigaciones sobre procesos comunitarios y necesidades sociales.
- En la mayor parte de las instituciones los programas son elaborados por directivos, siendo incipiente la participación de personal especializado, así como la de la población, reduciéndola a opiniones, sugerencias y número de solicitudes de servicios.
- Comunidades y sectores apáticos e indiferentes a las acciones de Promoción Social.
- Reducción de los procesos de retroalimentación y redefinición de acciones a informes cuantitativos de tareas, que poco a poco diluyen la lógica que debe existir en los procesos operativos y en consecuencia poco reflejan el impacto social.
- Problemas serios de comunicación entre organizaciones populares e instituciones.
- Estrecho control de algunos líderes que son los intermediarios entre los colonos y los funcionarios de la administración, respaldados por un partido político.
- Ideas encontradas de dirigentes en cuanto a la concepción de las relaciones sociales y procedimientos de gestión.
- Carencia de respuesta por parte de las autoridades a los procesos de gestión y demandas sociales.
- Carencia de estructuras de organizaciones reales y más acabadas que tendieran a la participación de los sectores populares.
- Excesiva ideologización de organizaciones y movimientos sociales, que en algunos casos convierten las decisiones en políticas partidistas y no de desarrollo social.
- Las necesidades más sentidas de la población se constituyen en una palanca importante del clientelismo político. El otorgamiento del servicio previa movilización para reclamarlo, permite a los partidos y organizaciones de colonos capitalizar la solución de las demandas. La manipulación clientelista en torno a las carencias, encubierta bajo el nombre de "participación", no parece tener límites en el arte de promover reivindicaciones populares.

Propuestas

1. Diseño de estrategias integrales que den apoyo económico y político a las acciones de Promoción Social.
2. Creación de una instancia política-democrática que tenga como funciones:
 - a) Regular y supervisar los programas de Promoción Social.
 - b) Integrar y coordinar las diversas acciones socio-comunitarias realizadas por las instituciones, traduciéndola a programas integrales, evitando con ello la duplicidad de acciones.
 - c) Diseñar e implementar mecanismos para la obtención de recursos y financiamiento de programas de Promoción Social.
 - d) Selección de personal especializado y diseño de procedimientos para el otorgamiento e implementación de acciones comunitarias.
 - e) Implementación de procesos de seguimiento y evaluación de programas de Promoción Social.
3. Establecimiento y reconocimiento de verdaderas estructuras democráticas de participación social, sectorial y comunal, que permitan la apertura de espacios en los procesos de planeación, toma de decisiones e implementación de las acciones de Promoción Social.
4. Diseño de estrategias integrales que den apoyo económico y político a las acciones de Promoción Social.
5. Creación de una instancia política-democrática que tenga como funciones:
 - a) Regular y supervisar los programas de Promoción Social.
 - b) Integrar y coordinar las diversas acciones socio-comunitarias realizadas por las instituciones, traduciéndola a programas integrales, evitando con ello la duplicidad de acciones.
 - c) Diseñar e implementar mecanismos para la obtención de recursos y financiamiento de programas de Promoción Social.
 - d) Selección de personal especializado y diseño de procedimientos para el otorgamiento e implementación de acciones comunitarias.
 - e) Implementación de procesos de seguimiento y evaluación de programas de Promoción Social.

6. Establecimiento y reconocimiento de verdaderas estructuras democráticas de participación social, sectorial y comunal, que permitan la apertura de espacios en los procesos de planeación, toma de decisiones e implementación de las acciones de Promoción Social.
7. Rescatar la esencia de la función social de las acciones de Promoción Social, impulsando con programas integrales que tengan como eje la organización a partir de estructuras serias de participación.
8. Reformular las acciones y procedimientos que propicien:
 - a) Una mayor trascendencia e impacto en la problemática de los grupos y sectores populares.
 - b) Programas elaborados a partir de necesidades, demandas e intereses de la población.
 - c) Incorporación de los grupos y sectores en los procesos de programación, toma de decisiones y evaluación de las acciones sociocomunitarias.
 - d) Eliminar relaciones de tipo lineal y vertical con la población.
 - e) Dar mayor solidez metodológica a la intervención.
9. Establecer verdaderos canales de coordinación y apoyo con las diversas instituciones que implementan acciones de Promoción Social evitando la duplicidad de acciones, pérdida de recursos y el desgaste de los grupos y sectores populares.
10. Selección de cuadros de funcionarios y directivos con pleno conocimiento en el área de lo social así como con una sensibilidad para comprender la trama social y por ende con un mayor compromiso social.
11. No generar procesos de intermediación y negociación de líderes con intereses políticos o particulares que propicien la corrupción y la manipulación no sólo de la población sino además de la propia institución.
12. Reestructuración y solidez de los procesos metodológicos utilizados en la intervención social.
13. Promover la capacitación constante y continua del personal en torno a los procesos de planeación, organización social, seguimiento y evaluación de programas comunitarios
14. Consolidar las técnicas e instrumentos de investigación, planeación, seguimiento y evaluación que den énfasis a los aspectos cualitativos y de actitud de los sectores populares.

15. Afinar los procesos de negociación interna en cuanto a las estrategias y mecanismos de gestión social.
16. Profundizar la relación con asociaciones, gremios de profesionales e instancias académicas para obtener el apoyo en cuanto a personal capacitado en acciones de Promoción Social.
17. Consolidar la formación de cuadros de promotores populares para seguir impulsando acciones de participación y organización social que permitan responder las demandas de los grupos populares.
18. Impulsar procesos de investigación que permitan reforzar y actualizar marcos teóricos más acordes con la realidad y la cotidianidad de los grupos y sectores sociales de las comunidades, evitando el empirismo y las acciones sin objetivos claros y de poca trascendencia.
19. Promover eventos de intercambio y retroalimentación de experiencias para enriquecer y evaluar de manera continua los procesos de participación y organización comunitarios.

BIBLIOGRAFÍA

Achinstern, Peter. Los Modelos Teóricos. Ed. UNAM, México, 1987.

Algara Cosio, Ignacio. El Concepto y la Práctica de la Promoción Social en México, Cuaderno de Dinámica Habitacional. Ed. Couper.

Ander Egg, Ezequiel. Técnicas de Investigación Social. Ed. Cid. Argentina, 1981.

Anderson Ralph e Carter Irl. La Conducta Humana en el Medio Social. Ed. Gedisa, Barcelona, España, 1994.

Aracil, Javier. Introducción a la Dinámica de Sistemas. Ed. Alianza Universal. Madrid, España, 1983.

Berger, Peter y Lucmann, Thomas. La Construcción Social de la Realidad. Ed. Amorrortu Editores, Argentina, 1972.

C. W., Chichean E.L. Ackoff y E.L. Introducción a la Investigación de Operaciones. Ed. Trillas, Nueva York.

Campanini, Ana María y Luppi, Francesco. Servicio Social y Modelo Sistémico. Ed. Paidós, Barcelona, España 1991.

Cohen, J. B. Revolución en la Ciencia. Ed. Gedisa, Barcelona, España, 1992.

Escalante Fortón, Rosendo. Investigación, Organización y Desarrollo de la Comunidad. Ed. Oasis. México, 1990.

Ferreira, F. Teoría Social de la Comunidad. Ed. Herder España.

Follarie, Roberto. Trabajo en Comunidad. Análisis y Perspectiva. Ed. Hvmánitas, Argentina.

Gadayer, H. G. Verdad y Método: Fundamentos de una Hermeneútica Filosófica. Ed. Sígueme, Salamanca, 1963.

Galeana de la O., Silvia. Modelos de Promoción Social en el D. F. Ed. ENTS, UNAM, México, 1996.

Hernández Arístu, Jesús. Acción Comunitaria e Intervención Social. Ed. Popular, España 1991.

ICAP-BID. Modelos y Técnicas de Sistemas Aplicadas a la Administración de Proyectos. Ed. ICAP-BID San José de Costa Rica, 1979.

J. Witrow, G. y Mays, W. El Estudio de la Filosofía de la Ciencia. Ed. UNAM, México 1987.

K. Roscoe, Davis. Modelos Cuantitativos para Administración. Ed. Iberoamerica, México, 1986.

Lilienfeld, Robert. Teoría de Sistemas Orígenes y Aplicaciones en Ciencias Sociales. Ed. Trillas, México, 1991.

Luhmann, Niklas. Sistemas Sociales: Lineamientos para una teoría General. Ed. Universidad Iberoamerica, México, 1991.

Martínez Muguélez, Miguel. El paradigma Emergente. Ed. Gedisa, Barcelona, España 1993.

ONU. Formación para la Promoción Social. Ed. ONU. Nueva York.

Palma, Diego. La Promoción Social de los Sectores Populares. Ed. Hvmánitas-CELAT Argentina, 1978.

Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información. Perspectivas Teóricas. Ed. Trillas, México, 1986.

Senn James, A. Análisis y Diseño de Sistemas de Información. Ed. Mc. Grall-Hill, México, 1993.

Serrano, A. Jorge. Pensamiento y Concepto. Ed. Trillas, México, 1986.