



Claves comunicacionales que intervienen en la construcción de ciudadanía

*Orlando Villalobos Finol**

Resumen

El trabajo revisa la problemática que surge alrededor de la noción de ciudadanía. Se parte por resumir las definiciones que han prevalecido sobre el tema. Primero, la que entendía por ciudadanía la ubicación en un espacio geográfico y el reconocimiento de derechos políticos y civiles. Luego, la que se vincula con el avance de los derechos sociales, económicos y culturales. Estos se extienden a una tercera generación, que incluyen los derechos de los pueblos a la autodeterminación, a la identidad nacional y a la paz. Pero en la actualidad el ejercicio ciudadano se plantea nuevos escenarios: ahora resulta indispensable participar en condiciones de mayor igualdad en el intercambio comunicativo. En esta nueva realidad, la comunicación resulta clave para construir escenarios sociales donde predominen la equidad y la inclusión, en tanto puede favorecer el desarrollo de redes comunicacionales que permitan superar las pulsiones anómicas.

Palabras clave: Comunicación, ciudadanía, convivencia, medios masivos.

Recibido: 02/05/05 • Aceptado: 01 /06/05

* Profesor de la Escuela de Comunicación Social. Universidad del Zulia. ovillalobos@cantv.net

Communicational Keys that Participate in the Construction of Citizenship

Abstract

This paper reviews the problems that arise around the notion of citizenry. It begins by reviewing the definitions of this concept that have prevailed historically. The first concept of citizenry was placement in geographical space, and the recognition of civic and political rights. Then citizenship became identified with advances in social, economic and cultural rights. These were extended into a third generation concept that included rights of self-determination, national identity and peace. But now, citizenship proposes new scenarios: it is necessary to participate under conditions of equality in communicative exchange. In this new reality, communication becomes the key for the construction of social scenarios where equality and inclusion predominate, and which favor the development of communicational networks that permit overcoming anomic pulsions.

Key words: Communication, citizenship, community living, mass means of communication.

Retos y riesgos actuales de la condición ciudadana

El debate sobre el problema de la ciudadanía contempla la redefinición o adaptación de lo que ese término significa en la actualidad, a la luz de las tensiones que se viven y del impacto generado por la poderosa maquinaria mediática, que permanentemente irradia símbolos, creencias, imágenes, suficientes como para dar lugar a nuevos imaginarios sociales, o dicho de otro modo, a nuevos comportamientos sociales.

En su origen antiguo, ciudadanía es una noción vinculada a la ciudad, que se otorga al habitante con “derechos” de un lugar determinado. Es decir, no es suficiente con pertenecer de “hecho”. Pero ese concepto inicial ha ido adquiriendo diferentes contenidos. Puede decirse que desde el punto de vista tradicional, el concepto de ciudadanía sintetiza los valores a través de los cuales las personas se reconocen como pertenecientes a un grupo humano ubicado en un espacio geográfico social, y que posee derechos políticos y derechos civiles.

Esa noción se corresponde con la conformación de las naciones-Estado, iniciada en el siglo XVIII, y que culminó en los procesos que dieron lugar al Estado moderno. Es decir, la ciudadanía se define por la ubicación en un espacio geográfico y el reconocimiento de derechos políticos y civiles. Esa condición es garantizada, en teoría, por un Estado nación que permite la actuación de ciudadanos, es decir de sujetos libres, iguales, soberanos. Dicha figura aparece patentada en la “Declaración de los derechos humanos y del ciudadano”, de 1789, y en la “Declaración universal de los derechos del hombre”, de 1948, que intenta ser el epílogo de la II Guerra Mundial.

Dice Ciriza (2003: 70) que no es casual que en el siglo XIX la idea que se tiene de ciudadano es que éste tiene derecho de votar y portar un arma; “como tampoco lo es que fuera primariamente masculina, blanca y burguesa, ligada como estuvo desde el comienzo a la tradición política y económica del liberalismo”.

Esa primera noción dio lugar a otra: la que se vincula con el avance de los derechos sociales. Se desprende de ésta la imagen según la cual en medio de “los progresos del capitalismo” se produce una expansión creciente de la igualdad y la libertad, conceptos claves de la condición ciudadana; se parte de un supuesto proceso gradual y ascendente en el proceso de conquista de derechos, ligado a la discutible y polémica noción de progreso (Ciriza, 2003: 71).

Hopenhayn (SF) hace un inventario del desarrollo de las nociones de ciudadanía y expone que primero la concepción liberal-democrática, la liga con derechos de primera y segunda generación, civiles (de opinión, expresión y asociación) y políticos. Segundo, en la noción de la socialdemocracia los derechos se extienden a su tercera generación: económicos, sociales y culturales. Incluyen el derecho al trabajo, a la salud, un ingreso digno, una vivienda adecuada. Tercero, y último, “la ciudadanía se asocia a mecanismos y sentimientos de pertenencia del individuo a una comunidad o nación, y a la participación de los sujetos en la ‘cosa pública’ y en la definición de proyectos de sociedad” (Hopenhayn, SF).

En el Cuadro 1 puede observarse el desarrollo que los derechos ciudadanos han ido adquiriendo:

Cuadro 1

Reconocimiento de los derechos ciudadanos

Derechos civiles y políticos (Primera generación)	Derechos económicos, sociales y culturales (Segunda generación)	Derechos de los pueblos (Tercera generación)
<ul style="list-style-type: none"> • Todo ser humano tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica. • Todos somos iguales ante la ley. • Nadie podrá ser arbitrariamente detenido, preso, ni desterrado. • Toda persona acusada de delito tiene derecho a que se presuma su inocencia, mientras no se compruebe su culpabilidad conforme a la ley. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toda persona tiene derecho a la seguridad social y a obtener la satisfacción de los derechos económicos y culturales. • Toda persona tiene derecho a una familia, salud, alimentación, vestido, vivienda, asistencia médica. • Toda persona tiene derecho a la educación en sus diversas modalidades. • Toda persona tiene derecho al trabajo en condiciones equitativas y satisfactorias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho a la autodeterminación. • Derecho a la paz. • Derecho a la identidad nacional y cultural. • Derecho a un medio ambiente sano. • Derecho al patrimonio común de la humanidad. • Derechos al uso de los avances de las ciencias y tecnologías.

Fuente: Magendzo –adaptado- (1993).

La definición de la ciudadanía como posesión de derechos es desarrollada por Marshall (1950) en “Citizenship and social class”. Considera la ciudadanía en tres dimensiones: la civil, la política y la social, y la define como la fuerza opuesta a la desigualdad entre las clases sociales, en tanto se trata de derechos universales que comparten todos los miembros de la comunidad. La ciudadanía civil se corresponde con los derechos legales (libertad de expresión y de religión). La ciudadanía política se refiere a los derechos a participar en el poder político, ya sea como elector o mediante la práctica política activa. La ciudadanía social la define como el derecho de gozar de un estándar mínimo de vida. Esta idea de ciudadanía es la que predomina en muchos casos. Remite a derechos, sin énfasis en la participación como obligación ciudadana; toma en cuenta una parte del asunto: los derechos, pero no valora el problema en toda su complejidad.

Aquí, Acevedo y Rotondí (1998) revisan lo señalado por Marshall y acotan que una concepción adecuada de ciudadanía exige equilibrio entre derechos y responsabilidades. Resumen que tal equilibrio exige descentralización, dispersión del poder estatal y la transferencia de poder a los ciudadanos.

Con las transformaciones en marcha, el impacto de la llamada globalización, y las tensiones sociales y políticas que cruzan a las sociedades contemporáneas se producen redefiniciones en la idea de ciudadanía. Se genera un impacto de tipo político y cultural, que “consiste en la difusión cada vez mayor, a escala planetaria, de una cierta sensibilidad proclive a los valores de la democracia y el respeto a los derechos humanos” (Hopenhayn, SF). Surge un ambiente más favorable para el ejercicio de lo “políticamente correcto”, eso quiere decir observancia de los derechos humanos, tolerancia, pluralidad, diversidad étnica y cultural. Crece la “fiscalización global”, desde luego eso se produce en medio de la paradoja de que por un lado crece la sensibilidad hacia los valores de la democracia y por otra, se genera una concentración de poder político y económico que representa una amenaza para la democracia.

Pero el impacto sobre el ejercicio de la ciudadanía es mayor si se observa que crece la lógica de las redes y el fortalecimiento del espacio mediático, como posibilidad de devenir en actor frente a otros actores. El espacio comunicacional -de los medios masivos- simboliza la opción de ganar presencia, acceso y participación en el ámbito ciudadano. Se modifica la noción anterior, los contenidos históricos de la idea de ciudadanía se mantienen, con cierta continuidad, pero ahora reivindicados desde el espacio simbólico comunicacional. El ejercicio ciudadano está cada vez más sujeto a la extensión de los bienes simbólicos: conocimiento, cultura, educación y comunicación.

En el análisis de Hopenhayn (SF), eso quiere decir que “el ejercicio ciudadano ya no remite sólo a disponer de derechos políticos, civiles y sociales, sino también a participar en condiciones de mayor igualdad en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos”. Eso significa que la base, el sustento, de la democracia no depende sólo de la economía o la institucionalidad política, sino de la posibilidad de ampliar el acceso a los bienes educativos y culturales.

Este es el punto clave, porque cuando se piensa en generar ciudadanía y disminuir la exclusión social no puede obviarse que los medios masivos actúan dentro de coordenadas paradójicas: resumen un conjunto de posibilidades educativas, culturales, de provecho para mejorar la vida, en una palabra ciudadanas, pero al mismo tiempo representan un riesgo, cuando se colocan al servicio de propósitos perversos o de intereses particulares que buscan imponerse a la mayoría. Los medios masivos cumplen la indispensable labor de informar y de auspiciar la comunicación, claves de la democracia, pero al mismo tiempo, utilizados como vías de propaganda perversa pueden llegar a convertirse en fuentes de conflicto y de multiplicación de las tensiones. Así mismo, suelen ser utilizados como fuente de mensajes banales, generadores de expectativas de consumo; en lugar de una audiencia activa pueden estimular la existencia de un auditorio -receptores- pasivo.

En un ejercicio favorable para la sociedad, los medios masivos podrían ser lugar de encuentro, de reconocimiento, de construcción plural de democracia. Eso permitiría la realización de un espacio simbólico inclusivo. En sentido contrario, tienden a convertirse en legitimadores de privilegios y desigualdades, y en mecanismo que se utiliza para opacar la desintegración social.

Va quedando claro que hay una redefinición de ciudadanía, que supera la noción que la ata a la titularidad y ejercicio de derechos civiles y políticos, relacionados con la estructura social y económica de un ámbito geográfico o país.

Para Garretón (1995), la ciudadanía es la reivindicación y reconocimiento de derechos y deberes de un sujeto frente a un poder. Esto significa, para este autor, que si los ámbitos o esferas de la sociedad no se corresponden, si se separan y se autonomizan, si a su vez la política se restringe en su ámbito de acciones y pierde su función integrativa, si aparecen múltiples dimensiones para poder ser sujeto y si, a su vez, los instrumentos que permiten que esos sujetos se realicen son controlados desde diversos focos de poder, toda esa gama de posibilidades explica o hace posible que estemos en presencia de una redefinición de la ciudadanía, en términos de múltiples campos de su ejercicio.

Surge de este modo lo que puede considerarse una nueva forma de ciudadanía, porque existen un conjunto de factores que propenden a una mayor cohesión social, en la medida que generan dinámicas inclusivas y

ciudadanas. Hacemos referencia al respeto a los procedimientos de la institucionalidad democrática, el desarrollo de una cultura pluralista y de paz, el surgimiento y crecimiento de movimientos sociales, conscientes de sus derechos, que se multiplican en redes y diversas formas asociativas; la actuación equilibrada de medios masivos, que contribuya con la formación cultural y ciudadana.

En síntesis, ganan relevancia los factores socioculturales o simbólicos comunicacionales que intervienen en la redefinición de ciudadanía. Desde luego, el problema no se puede reducir a esta esfera, porque el ejercicio ciudadano efectivo también se traduce, en la actualidad, como acceso a la vivienda y a un hábitat digno, empleo moderno y disposición de infraestructura urbana. Es decir, no se reduce a participación política, interconexión cultural y educación formal. Lo material también cuenta y de qué modo.

Valorando lo simbólico comunicacional y también las condiciones materiales, lo que se quiere exponer es que se puede avizorar un escenario que puede redundar en el crecimiento de las oportunidades y en mayores prácticas inclusivas y ciudadanas. En determinadas condiciones se puede acceder a la ciudadanía, es decir al ejercicio pleno de deberes y derechos, que supere el mero consumo y/o recepción de determinados tipos de medios o bienes culturales (Mata, 2003).

En resumen, en la actualidad, las formas del ejercicio ciudadano son determinadas por el papel que cumplen los medios masivos de información y comunicación. Sin este componente fundamental ahora no resulta suficiente la explicación sobre el problema de la ciudadanía. La posibilidad de ganar reconocimiento ciudadano, de ser actor frente a los otros actores, incluye al espacio mediático de manera decisiva.

La pérdida de ciudadanía o descuidadanización

El problema surge y se multiplica cuando aparecen fisuras desintegradoras. La educación cumple su cometido a medias, los servicios resaltan por sus carencias, improvisación e ineficiencia, por tanto escasea el agua y la salud no está al alcance de todos; la brecha digital aparece como la consecuencia lógica de la ausencia de políticas dirigidas a aprovechar las ventajas de nuevas tecnologías, como Internet; desempleo y pocas o nulas posibilidades de conseguir un empleo estable, moderno, que dé seguridad. En síntesis, hay indicadores de salud, educación, vi-

vienda, servicios, negadores o anuladores de la condición ciudadana, y por tanto son fuente de exclusión, conflicto y desintegración.

Se crea, y gana terreno, la tendencia hacia la negación de ciudadanía o descuidadización. Es decir, sujetos sin derechos, sobrevivientes, que son capaces de robar y matar por unos zapatos deportivos. Personas sin vivienda, acceso a la educación y en muchos casos desarraigados de entornos sociales y familiares; indigentes, niños en condición de calle, “huelepegas”. Todos éstos son excluidos sociales que registran, con todo dramatismo, el resultado de políticas neoliberales, de cierre de empresas públicas, despidos, anulación o disminución de derechos sociales. Son personas sin derechos a bienes materiales, ni culturales, ni simbólicos. Por tanto, ajenos a la participación política.

Lo material muestra carencias evidentes y lo simbólico-comunicacional refuerza la precariedad. Los medios masivos prometen un paraíso inalcanzable: el reino de los consumidores. Se borran los límites de la ciudadanía.

Los medios masivos aportan su cuota al crecimiento de la pérdida de ciudadanía cuando no actúan de manera equilibrada y se convierten en ventana plural y democrática; cuando en lugar de considerar al público como una audiencia con derechos, lo trata sólo como consumidores y virtuales clientes.

Esta es la otra cara de la moneda que debe considerarse. La ciudadanía se gana y se pierde. Hay condiciones para la inclusión y para el ejercicio cívico y para la exclusión social.

Hegemonía mediática o progreso cuantitativo

Los cambios cuantitativos en el ámbito de la comunicación masiva, que se traducen en más canales de televisión, renovadas opciones a través de Internet, mediante el acceso a bancos de datos, a medios masivos, correo electrónico, el chat y otros recursos; no significan que se estén provocando cambios cualitativos, que se puedan medir en más democracia, respeto a los derechos humanos, mayor conciencia ecológica y sobre todo en convivencia humana y mejor intercambio interpersonal. El progreso cuantitativo no es suficiente y como reza la metáfora puede conducir “a caer más rápido en el fondo del pozo”, sino se desarrolla una lectura crítica de este aparente progreso. La multiplicación de los canales

de televisión puede conducir a que en lugar de un solo “Sábado Sensacional”¹ ahora se tenga acceso a cien programas de ese tipo, a través del sistema televisado internacional.

La televisión se multiplica y se extiende exponencialmente, pero ese desarrollo entraña una versión curiosa: opaca la educación y la cultura y cultiva facetas como el juego video político; trata a los electores como consumidores y no como ciudadanos. De eso se pueden rastrear algunas evidencias: en las campañas electorales permite que la política aporte los candidatos y deja el resto en manos del marketing. Los aspirantes se convierten en productos de compra-venta, como cualquier otro que oferta la TV. Gesticulan según la ocasión. El votante es tratado como un potencial comprador. Los políticos codifican su imagen, la reconstruyen, se transforman en una mercancía necesaria, como un jabón, una camisa, una toalla sanitaria. Los candidatos se asignan nuevos sentidos e incluso se descontextualizan de la realidad y reinventan la historia personal. Antes la batalla se daba en la calle. Un mitin, la multitudinaria concentración de simpatizantes, era imprescindible para asomarse al albur de las posibilidades. Ahora no hace falta. El spot publicitario y el “baño de cámara”, en vivo y directo, intentan sustituir el calor popular.

En las comunicaciones se imponen prácticas perversas, en el sentido de que sobresalen por el ocultamiento de las contradicciones, el simulacro, el encubrimiento, y no por sus formas violentas. En lo que se refiere al comportamiento cívico, no se favorecen formas de participación y de inclusión necesarias para la creación de una ciudadanía democrática, plural, solvente.

El consumo televisivo

Detectar ese rol no siempre benevolente de la TV constituye un problema suficientemente complejo porque vivimos en un mundo televisado. En un estudio realizado en Maracaibo², Venezuela, sobre el im-

-
- 1 Programa que transmite semanalmente el canal de televisión Venevisión, en Venezuela. Consiste en concursos y en entretenimiento banal.
 - 2 Estudio sobre “El impacto de la integración social en la violencia delincriminal. Caso Maracaibo” (2003), proyecto de investigación financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, Condes (VAC.CONDES.CH-0073-02), de

pacto de los medios masivos se encontró que hay un intenso consumo mediático y particularmente televisivo (Villalobos y Romero, 2004).

En dicho estudio se aplicó un cuestionario a una muestra estratificada de personas del municipio Maracaibo. Tomando en cuenta las condiciones de vida de la población se ubicaron cinco estratos. El criterio de estrato se asumió haciendo una adaptación del método de Graffar (modificado) elaborado por Méndez C., H. y Méndez, María (1994). En resumen, el estrato I: Indica alta calidad de vida; el II: Moderada calidad de vida, el III: Baja calidad de vida, el IV: Pobreza relativa y el estrato V: Pobreza crítica.

Se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas, en su casi totalidad. Los formatos de respuesta son: escala Lickert, respuestas dicotómicas y respuestas alternativas múltiples. En total se aplicaron 381 cuestionarios.

En sus resultados el estudio evidencia que la televisión está prácticamente en todos los hogares marabinos. Apenas en el estrato IV y en el V la cifra no alcanza el tope del cien por ciento.

Hay más datos interesantes. En el estrato I, de mayor calidad de vida, el 53% tiene tres aparatos de TV y el 24% dos aparatos. En el estrato II, 25% tiene tres aparatos de TV y 36% dice tener dos televisores. Entre los más pobres -estrato V- el 63% tiene un TV y 33% tienen dos.

Según la consulta, hay más aparatos receptores de TV que de radio. Todo esto configura la base material del consumo simbólico (Cuadro 2).

Cuando en ese estudio se verificó el consumo televisivo diario, se detectó que el grupo más grande (15%) concentra a las personas que ven TV entre 2 y 4 horas, en un día ordinario de semana; siendo el promedio de 4 horas diarias. Lo cual evidencia una importante exposición al medio.

Luego si se suman a quienes ven más de cuatro horas -segmentos entre 4 y 6 y más de 6- se encuentra un 31 por ciento. Es decir, casi un tercio de la muestra está expuesta más de 4 horas diarias al influjo de los contenidos de los programas y la publicidad televisiva.

Cuadro 2
Aparatos de radio y TV según los diferentes estratos.
Lectura porcentual.

Estratos	TV %	Radio %
I	100	88
II	100	88
III	100	87
IV	97	92
V	99	84

Fuente: Cuestionario sobre “El impacto de la integración social en la violencia delin cuencial. Caso Maracaibo”. (Villalobos, O. y Romero S., A. 2003).

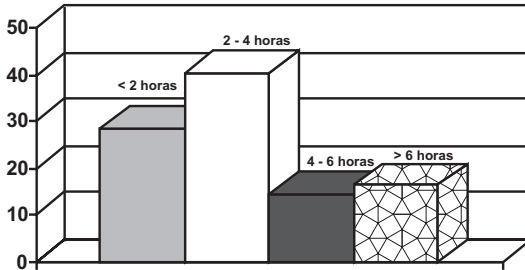
Esta considerable exposición que el usuario tiene ante el medio televisivo refleja la intensidad del consumo simbólico. Son muchas horas de exposición. Si sólo se asumiera que una persona está 4 horas expuesta diarias a la TV, ya eso representa un poco más de dos meses del año (Gráfico 1).

Cuando la lectura de los datos se hace por estratos, se observa que quienes ven más televisión son los sectores populares. En el estrato V -de los más pobres-, un tercio (33%) ve más de cuatro horas diarias; en el IV, una porción un poco menor (30%) y en el III, una similar (36%). Si comparamos con los estratos I y II -de ingresos superiores-, tenemos que sólo una cuarta parte de las personas (24 y 25%, respectivamente) ve más de 4 horas.

Es decir, en los sectores populares -estratos III, IV y V- se consume con mayor intensidad el mensaje televisivo.

¿Cómo se explica que se dedique tanto tiempo a la TV? La primera explicación viene dada por el hecho de la ampliación del paisaje televisivo. Cada vez hay acceso a una mayor variedad de canales. De la TV abierta se ha llegado a la TV por cable, TV por satélite, televisoras comunitarias, y a canales que se captan vía Internet. “Si los televidentes reciben actualmente más mensajes televisivos también varían las formas en que se relacionan con ellos, desde las maneras en que los seleccionan hasta los modos en que componen autónomamente sus propias carteleras de programación o diseñan sus ritmos personales de recepción televisiva” (Barbero y Rey, 1999: 51).

Gráfico 1
Exposición de horas ante la TV en un día normal de semana



Fuente: Cuestionario sobre “ El impacto de la integración social en la violencia delincual. Caso Maracaibo” (Villalobos, O. y Romero S., A., 2003).

Un punto en el que debe insistirse es que la expansión de la oferta y del impacto no se traduce en un crecimiento, al menos suficiente, de su diversidad y sobre todo de su pluralismo; tampoco en su mejoramiento cualitativo. Esa ampliación no estimula el desarrollo de valores democráticos, ni de la convivencia ciudadana. Al contrario uniforma gustos, preferencias, estilos de vida; hay muchos programas que tienden a reproducir los mismos enunciados.

Puede inferirse que ese consumo intenso de TV se expresa en un efecto negativo, porque la pantalla promueve una relación pasiva, desestimula la gestión cívica, desmoviliza; auspicia una interacción que genera promesas de vida mejor que no se pueden cumplir.

En el estudio sobre “El impacto de la integración social en la violencia delincual. Caso Maracaibo” (Villalobos y Romero, 2004) frente a la interrogante: ¿participa usted en algún grupo organizado? se declara una participación pobre. Apenas sobresalen las asociaciones de vecinos (15%) y las formas de participación en grupos religiosos organizados (19%). En este renglón, si se quiere la inclusión participativa viene dada por la cultura, por las creencias, y no siempre indica proactividad o iniciativa personal. Las otras formas participativas son más débiles, y eso incluye a dos muy tradicionales en la sociedad venezolana, los partidos (8%) y los sindicatos (4%) (Cuadro 3).

Cuadro 3
Participación en grupos organizados

Asociación o grupo	Sí %	No %
Asociaciones de vecinos	15	85
Grupos culturales	8	92
Clubes deportivos	8	92
Partidos políticos	8	92
Club social	7	93
Gremios	7	93
Grupos religiosos org.	19	81
Sindicatos	4	96
Otro	3	97

Fuente: Cuestionario sobre “ El impacto de la integración social en la violencia delin-cuencial. Caso Maracaibo” (Villalobos, O. y Romero S., A. 2003).

El bajo registro de participación en grupos organizados se traduce en déficit de ciudadanía y de virtudes cívicas. Se reproduce una ecuación perversa, según la cual no se participa y no se reconocen derechos. En síntesis, si no se participa difícilmente puede desarrollarse una cultura ciudadana, inclusiva, de reconocimiento de deberes y derechos de las personas. En el caso de Venezuela recientemente se ensayan nuevas formas de participación mediante cooperativas y distintas acciones emprendidas por organismos gubernamentales, pero todavía no se traducen en una movilización eficiente.

Los símbolos compartidos de la comunicación

La comunicación que se cumple a través de los medios masivos puede favorecer que se desarrolle un proceso de inclusión social y de ciudadanía, en tanto propicia la generación de símbolos, expectativas comunes, vías de gratificación, que sirven de soporte a la cohesión social y puede contribuir a un ejercicio ciudadano participativo.

Ese proceso integrador pudiera servir de soporte para vencer las pulsiones anómicas, que se derivan de las diferencias entre el capital y

del trabajo, las brechas entre incluidos y excluidos, la brecha entre aspiraciones, expectativas, y acceso real a la movilidad social.

En tal caso que lograra ese cometido de vencer, postergar o redefinir el conflicto social, no lo anularía. Incluso pudiera redireccionarlo -darle otra dirección- en aras de conseguir mejores resultados para la comunidad. Este es un punto claro: el conflicto social existe y tiene diversas fuentes, por tanto no resulta aconsejable obviarlo o minimizarlo.

Un tema tan lleno de complejidades como el de la cohesión social y de la generación de ciudadanía está llamado a reconocer, de entrada, el conflicto, a observarlo y a admitirlo. Para generar vías de integración, en el sentido de construir convivencia ciudadana, es preciso reconocer las contradicciones, la incertidumbre, las asimetrías. Otro punto de vista sería partir del consenso a todo trance, de realidades inexistentes.

El papel o rol que juega la comunicación mediática en la sociedad ocurre por vía de la compensación simbólica, es decir por vía de las prácticas, costumbres y saberes compartidos, generados desde el ámbito de la comunicación, que hacen posible que las carencias materiales no se transformen en anomia. Eso es lo que se constata en Maracaibo, en donde los medios masivos han propiciado la creación de los puntos de encuentro, de símbolos compartidos. Se han ido construyendo redes comunicacionales, que pueden medirse cuantitativa y cualitativamente, que han influido y fijado pautas y normas. De tal modo que lo que puede considerarse la identidad marabina está reflejada en los medios masivos.

La representación mediática actúa como un factor que, en líneas generales, tiende a propiciar la vertebración social, en tanto favorece el diálogo público y redefine el ágora público. Emerge una cultura ciudadana que responde o tiene como una de sus principales referencias a las representaciones sociales generadas por los medios.

Es decir, los medios producen una compensación simbólica que se explica por el hecho de que en esta era de los medios masivos tiende a imponerse en la audiencia la línea del menor esfuerzo. Se impone el predominio de los medios masivos y sólo una mínima proporción del público televidente, por ejemplo, elige por adelantando el programa que va a ver.

Un problema relevante es que el progreso técnico que experimenta la comunicación mediática no siempre favorece el desarrollo de un circuito virtuoso, que se traduzca en información, cultura, educación, con-

vivencia y paz. Los cambios cuantitativos en el ámbito de la comunicación masiva, no generan siempre cambios cualitativos.

¿Cómo puede mejorarse la acción comunicativa?

¿Desde el campo de la comunicación qué puede hacerse para favorecer la construcción de ciudadanía? ¿Cuáles son sus contribuciones a la creación de la convivencia humana, caracterizada por equidad, la justicia y la paz? ¿Cómo a partir del reconocimiento del conflicto social conseguir mejores escenarios, que superen las brechas económicas, sociales, culturales y comunicacionales?

Las interrogantes sintetizan preocupaciones centrales de la sociedad marabina y de cualquier otra sociedad de esta época, al menos en América Latina. Es cierto que trascienden a la comunicación, que el problema no es exclusivamente comunicacional, pero evidentemente éste es un escenario privilegiado para sumar fuerzas, acciones y saberes en beneficio de la sociedad.

A manera de formulación prospectiva, se exponen a continuación algunas claves y puntos esenciales en el área de comunicación que actúan para favorecer una integración social benefactora, generadora de ciudadanía.

1. Creación de ciudadanía: El aporte esencial de la comunicación, como disciplina profesional, se ubica en términos de propiciar el surgimiento, ampliación y consolidación de un ciudadano ético, que se mueva dentro de parámetros de responsabilidad social, justicia y democracia. Eso requiere que se vea la ciudadanía en toda su integralidad, es decir con una visión de totalidad y no simplemente como un concepto político abstracto. La dimensión de ciudadanía abarca lo individual y lo colectivo, por tanto incluye lo económico, social y cultural. En fin, se entiende que la ciudadanía no se otorga, no es una concesión, es una condición que se gana, que se asume; es una apropiación de valores que se consigue mediante el empoderamiento del ciudadano.

2. Fuente de democracia: Propiciar formas emergentes de ciudadanía significa ahora hacer posible la circulación mediática de mensajes, ideas, opiniones, en fin del pensamiento. Esto quiere decir en pocas palabras dar paso a la democracia comunicacional, lo cual puede traducirse como equidad simbólica o “el acceso de los actores sociales y culturales a consti-

tuir voz pública, ser interlocutores en el diálogo político, participar en redes donde se gestionan los servicios y se reclaman derechos” (Hopenhayn, S/F).

La idea de mejores escenarios económicos y sociales incluye como una de sus principales variables la equidad simbólica, pues en la medida en que haya un mejor y mayor acceso a la información, la educación, la cultura y el conocimiento, se eleva la capacidad productiva.

Además, comunicación y ciudadanía son dos variables de la misma ecuación. Ambas son finalidades, metas de la sociedad. Construir ciudadanía requiere de democracia, derechos, deberes, igualdad, justicia, pero sobre todo de diálogo. Como señala Alfaro (2003) la gran pelea con todos los proyectos debe ser conseguir que la comunicación sea una finalidad de la democracia, del desarrollo. Una sociedad está bien cuando dialoga, cuando se escucha, cuando es capaz de oír al otro y de entenderlo.

3. Factor de equidad: La equidad, material y simbólica, tiene un peso significativo en la generación de ciudadanía. La falta de equidad se expresa en las brechas de distinto tipo: social, digital, comunicacional. Se expresa en las barreras entre incluidos y excluidos, entre quienes acceden a Internet y quienes permanecen al margen de los adelantos tecnológicos, entre quienes hacen uso del derecho a la información y quienes son víctimas de la acción mediática perversa.

Por esa razón, la acción comunicativa debe favorecer la cohesión social, mediante la difusión de una información de calidad, que estimule una cultura plural que eleve la convivencia y la comunicación.

4. Una cultura de paz: En el caso de Venezuela, y en particular de la sociedad marabina, la comunicación masiva se cumple en medio de una realidad contradictoria, matizada por el conflicto social. No obstante, el reto está en superar las comunicaciones perversas y en propiciar una labor periódica y comunicacional que esté al servicio de la cultura de la paz, y eso implica, por una parte, denunciar y criticar el uso abusivo de los medios, el afán recurrente de transmitir mensajes que incitan al odio y la violencia, la práctica de hacer pasar por opinión o información lo que simplemente es un mensaje de persuasión propagandística; implica también, contribuir a construir un tejido social sustentado en la equidad. Eso significa que varios factores deben confluír, para crear una sinergia favorable.

Una visión que se plantee, de manera consciente y activa, trabajar para crear y mantener la paz requiere de una noción integral, que contem-

pla tres ámbitos: la paz con uno mismo –paz interna-, con el otro –paz social- y con el entorno natural –paz cósmica-. Lo ideal es que estos tres campos lleguen a fundirse, a juntarse de manera inseparable, para producir como resultado la mejor conquista humana: la capacidad de convivencia. Y convivencia es sinónimo de respeto y de aceptación de la diferencia, pues justamente se puede hablar de acuerdos, porque entendemos que tenemos diferencias con el otro.

5. Ecología comunicativa: Para que la comunicación pueda hacer aportes efectivos en favor de la idea de ciudadanía debe apoyarse en una actuación ética, a toda prueba y en toda circunstancia. Eso significa dejar de lado las comunicaciones perversas. En el caso del periodismo, por ejemplo, eso significa, que se hacen pronósticos no fundados, sin pruebas, pero que generan un impacto que termina en la práctica confirmando la predicción que se había hecho. Es el caso de las corridas bancarias o del desabastecimiento. Otro ejemplo, es el ocultamiento de información vital, como puede ser el caso del carácter tóxico o contaminante de algún producto, que puede ocasionar daño al consumidor o a quien trabaje con él.

Para conseguir ecología informativa y comunicativa es indispensable atender las normas que recomiendan verificar la información que se va a transmitir, no dar crédito al rumor, usar las fuentes con precisión, perseguir el rigor y la precisión, en síntesis, actuar con honestidad y ética.

El tema referido a los requisitos que se proponen para unos medios que sean responsables con la sociedad y sean factores de integración se debate cada vez con mayor frecuencia. En el informe de la Comisión Hutchins (citado por Bisbal, 2004) se reclama de los medios:

1. Un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos, en un contexto con significado completo;
2. Una versión representativa de los diversos grupos sociales que constituyen la sociedad;
3. Facilitar el pleno acceso de los ciudadanos a la información sobre el estado de los asuntos públicos.
4. Los medios deben actuar en concordancia con la responsabilidad que tienen de desdibujar o clarificar los fracasos y logros de cada día.

Referencias bibliográficas

- Alfaro, Rosa María (2003). “**Comunicación y Ciudadanía**”, disponible en: www.nuevatierra.org.ar/comunicacionyciudadania.htm (Consulta: 2003, febrero 12).
- Aquin, Nora; Acevedo, Patricia; Rotondi, Gabriela. **La sociedad civil y su construcción de ciudadanía**, disponible en: www.insumisos.com. (Consulta: 2005, febrero 20).
- Barbero, José y Rey, G. (1999). **Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva**. España: Gedisa Editorial.
- Bisbal, Marcelino (2004). “Los medios de comunicación social”. En Ramírez Ribes, María (Compiladora) **¿Cabemos todos? Los desafíos de la inclusión**. Caracas: Club de Roma, Capítulo Venezolano.
- Ciriza, Alejandra (2003). Las paradojas de la ciudadanía bajo el capitalismo global. De consensos y violencias. **Revista Utopía y Praxis Latinoamericana**. No. 22. Año 8. pp. 67-84.
- Garreton, Manuel (1995). Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general. En Barbero, J.M. *et al.* **Los medios: nuevas plazas para la democracia**, Lima, Perú: Calandria.
- Hopenhayn, Martín (S/F). **Ciudadanía democrática en la era de la información y la comunicación**. Mimeografía.
- Magendzo, A. (1993). **Currículo, escuela y derechos humanos. Un aporte para educadores**. Santiago de Chile: Programa Interdisciplinario de Investigaciones en Educación (PIIE).
- Marshall, T. (1950). **Citizenship and Social Class and Other Essays**, Cambridge: Cambridge University Press, pgs.1-85.
- Mata, María (2003). “**Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación**”, disponible en: www.comminit.com/la/lacth/sld-5114.html. (Consulta: 2004, enero 15).
- Méndez C. Hernán y Méndez, María (1994). **Sociedad y Estratificación**. Caracas: Fundacredesa.
- Villalobos, Orlando y Romero S., A. (2003). **Cuestionario: el impacto de la integración social en la violencia delincriminal. Caso Maracaibo**: mimeografía.
- Villalobos, Orlando y Romero S., A. (2004). El efecto mediático en la articulación del tejido social. El caso de Maracaibo, Venezuela. En **Ambitos**, revista internacional de comunicación. N°. 11-12. 89-114. Universidad de Sevilla, España.