

IDENTIDAD PAÍS COMO RECURSO PARA LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y LA CONFORMACIÓN DE LA CULTURA DE PAZ (1)¹.

Anny Paz*, Silvia Romero**

Luís R. Rojas***, Bladimir Díaz****, Mary Trini Mena*****

annypaz@hotmail.com

Universidad del Zulia Universidad Católica Cecilio Acosta

Resumen

Esta investigación tiene como propósito determinar cómo la identidad de país puede gestar las bases para la conformación de la cultura de paz y la resolución de conflicto en las sociedades actuales. El trabajo se dividió en dos partes: 1) se presenta una revisión y contrastación teórica de los postulados de la cultura de paz, la identidad de país y los conflictos, relacionando con los procesos comunicacionales. 2) se realizó una revisión de las constituciones de tres países latinoamericanos y de sus planes nacionales de desarrollo, para determinar la presencia de indicadores de cultura de paz, comunicación y resolución de conflictos. La metodología aplicada fue de tipo cualitativo. Se comprobó la presencia de elementos de la tríada en los fundamentos de la identidad de los países estudiados, la cual si es bien difundida logrará cambios de percepción y conducta hacia la paz y los conflictos.

Palabras clave: Identidad de país, comunicación, resolución de conflictos, cultura de paz.

¹ Este trabajo se preparó en el Seminario: Comunicación, Conflictos y Cultura de Paz, dirigido por el prof. Luís Rodolfo Rojas, en el doctorado en Ciencias Humanas, de la Universidad del Zulia, y como avance de las investigaciones CONDES/1149-2006: "Política comunicacional de los medios de comunicación venezolanos en la resolución de conflictos en la frontera colombo-venezolana", y CONDES/1124-2006 Comunicación Ciudadanía y Paz", con los aportes académicos de la Fundación Unamuno: www.fundacionunamuno.org.ve fundacionunamuno@gmail.com

IDENTITY COUNTRY LIKE RESOURCE FOR THE RESOLUTION OF CONFLICTS AND THE CONFORMATION OF THE CULTURE OF PEACE

Anny Paz*, Silvia Romero**

Luís R. Rojas***, Bladimir Díaz****, Mary Trini Mena*****

Abstract

The main goal of this research is to determine how country identity can develop the foundations for the conformation of the peace culture and the resolution of conflict in actual societies. The work was divided in two parts: 1) one appears a revision and theoretical contrast of the postulates of the peace culture, the identity of country and the conflicts, relating to the communicational processes. 2) A revision of the constitutions of three Latin American countries and their national plans of development was made, to determine the presence of indicators of peace culture, communication and resolution of conflicts. The applied methodology was qualitative. The presence of triad elements in the foundations of the identity of the studied countries was verified, which if it is well spread will obtain changes of perception and behavior towards peace and conflict.

Key words: Country identity, communication, conflicts resolution, peace culture.

* Profesora de la Universidad del Zulia. Miembro del Centro de Estudios de la Comunicación (CICI)

** Profesora de la Universidad del Zulia. Miembro del Centro de Estudios de la Comunicación (CICI)

*** Profesor de la Universidad del Zulia. Miembro del Centro de Estudios de la Comunicación (CICI)

****Profesor de la Universidad del Zulia. Miembro del Centro de Estudios de la Comunicación (CICI)

*****Profesora de la Universidad del Zulia. Miembro del Centro de Estudios de la Comunicación (CICI)

INTRODUCCIÓN

La identidad, que es en esencia comunicación y acción, y en este caso de un país, visto como una compleja organización, representa un recurso para la formación y difusión de la paz y la gestión, resolución y transformación de los conflictos.

Se plantea como propósito determinar cómo la identidad de país puede gestar las bases filosóficas para la conformación de la cultura de paz y la transformación de los conflictos en las sociedades actuales.

La paz se nos presenta como un intangible con efectos tangibles, que en la actualidad une los esfuerzos de la comunidad internacional, que lucha por alcanzarla o por lo menos, por iniciar el proceso que la vislumbra en el horizonte.

Para entender la paz hay que deslastrarse del concepto tradicional la que define como un estado-meta, totalmente antagónico a la guerra, y por el contrario, se debe asumir

como un proceso multidimensional, que es mucho más que ausencia de guerra (UNESCO, 1994) y que abarca lo psicológico, lo social y lo estructural (Fisas, 2005).

El estudio de la paz y los conflictos, y cómo la comunicación interviene y determina ambos procesos, es objeto de discusión, estudio y análisis en el mundo entero desde hace algunos años, los hallazgos de los investigadores como Rojas y otros (2006), presentan varias áreas desde las que se pueden abordar estos temas: 1) la comunicación; 2) las personas; 3) los profesionales; 4) las instituciones; 5) la formación y educación; 6) los valores y la filosofía; 7) el papel y las acciones de los gobiernos; 8) las investigaciones y el conocimiento científico aplicado; 9) el valor e interpretación de los hechos; 10) el discurso; 11) la prominencia del líder, educador o vocero; 12) la visión y el compromiso ante la paz por parte de los involucrados, 13) las emociones.

En este sentido, se puede ubicar el estudio de la identidad de país

como recurso para la conformación de la cultura de paz y transformación de conflictos, en varias de las áreas anteriormente mencionadas, como la comunicación, pues es su esencia; las personas, son los ciudadanos los que reciben e identifican los mensajes; la formación y educación, los fundamentos de la identidad de país delinea los procesos educativos y formativos de las naciones; valores y filosofía, pues representa en sí los preceptos filosóficos y la base axiológica de los países; el papel y las acciones de los gobiernos, son éstos los encargados de diseñarla y difundirla; el discurso, encierra el mensaje que el país envía a sus ciudadanos y a los ciudadanos del mundo; la visión y el compromiso ante la paz por parte de los involucrados, analizando la identidad de país se puede determinar si está en sintonía con el resto del mundo.

Estas razones hacen necesario determinar la identidad de país en sus dos dimensiones: a) el diseño, como existencia de los principios básicos organizacionales (misión,

visión, valores), b) la promoción, comunicación de los principios establecidos, y su relación con la tríada cultura de paz, comunicación y conflicto.

El abordaje de este tema, nos lleva a una revisión de los fundamentos teóricos de las tres categorías mencionadas y a determinar, a través de un análisis de contenido de los documentos más importantes de un país, como la constitución y los planes de desarrollo de la nación, la labor de fortalecimiento y compromiso de los gobiernos con la promoción de la cultura de paz, expresada a través de la identidad de país.

El Enfoque de la Identidad de País

Etimológicamente identidad viene del latín *identitas*, y su raíz *Ídem* que significa lo mismo. Pero en su misma redundancia pone de manifiesto esta condición intrínseca de la identidad: lo único e idéntico; la unicidad o la mismidad de cada cosa, como un círculo cerrado (Costa, 1989).

Axiológicamente, la identidad sugiere la transmisión de la filosofía corporativa, basada en el conjunto de valores y creencias, misión, visión, objetivos y actitudes, que conforman el “centro psíquico” de la organización, que orienta el establecimiento de su rumbo y determina las iniciativas y actuaciones (van Riel, 1998; Schinsohn, 1993)

Desde la perspectiva comunicacional la identidad presenta una dualidad dialéctica, expresándose como diferenciación e indiferenciación. La indiferenciación reside en la concepción que la identidad es lo único e idéntico a sí mismo, mientras que la diferenciación se manifiesta en la distinción frente a lo otro (Schinsohn, 1993).

La dualidad de la identidad permite apreciarla en dos dimensiones, por lo menos desde el enfoque organizacional. La primera, se define como todas las *formas de expresión* (emisión) que una organización utiliza para dar a conocer el conjunto de rasgos y

atributos, visuales y no visuales, que permiten recrear su autorepresentación, ofrecer una perspectiva de su naturaleza y forman su “personalidad”; pero también se concibe, en una segunda dimensión, como *identificación*, al permitir el conocimiento y percepción de la identidad de un sujeto u organización.

Las organizaciones, entendidas en todas sus manifestaciones, ya sea como grupos primarios (familias, amigos) o colectivos (empresas, sociedades, países), “*expresan*” o emiten su “personalidad” soportándose en categorías o componentes como los principios básicos organizacionales y la comunicación.

Los principios básicos organizacionales o P.B.O son la parte intangible de la identidad (Ramírez y Sánchez, 2004). Los valores, objetivos, políticas, misión, visión y la filosofía en general de la organización conforman los P.B.O, y estos guardan relación directa con los otros componentes de la identidad, direccionando el

comportamiento, plasmándose en la simbología y sustentando la comunicación. Más adelante abordaremos estos principios en profundidad.

Otra forma de expresión de la identidad es la comunicación, que se presenta en un sentido reducido como el envío directo y planificado de mensajes verbales y visuales. Esto significa la acción inmediata sobre los públicos objetivos, que pueden ser internos y externos.

En una visión más amplia de la comunicación, podemos decir que se constituye un eje transversal que atraviesa el comportamiento, que transmite la identidad a través de las acciones, el simbolismo, como la expresión visual de la identidad, y la identidad en sus dos dimensiones: la emisión, que es comunicación es esencia y la identificación, que cierra el círculo de la comunicación con la percepción del mensaje y la emisión de uno de retorno.

La identidad presenta una bidimensionalidad en dos sentidos, restringido y amplio, que Costa

(1993) explica con la existencia de dos naturalezas; una la del diseño y emisión, según la cual la identidad es la presentación de sí mismo, en su propia materialidad, total y directamente con su sola presencia, a partir de la unidad integrada entre sustancia, función y forma. La otra es la identificación, que según el autor, deviene una relación entre lo identificado y una serie de ideas; primeramente una serie de asociaciones empíricas de ideas y en un segundo nivel de percepción a una serie de asociaciones psicológicas de ideas, ligadas éstas a la cosa percibida en forma de "atributos".

Se puede asumir la identidad de país como el conjunto de características o atributos tangibles o intangibles, visibles o no visibles, que constituyen en esencia la personalidad de la organización/nación, se refleja en su comportamiento, que no es más que el resumen de sus "modos de hacer", y se expresa a través de la comunicación planificada o no. La

identificación es el contacto con lo real, implica el reconocimiento y percepción para realizar su diferenciación, memorización y asociación.

La Cultura de Paz y la Identidad de País

Existe un déficit conceptual sobre la cultura de paz y su relación con la identidad de país, que es vista como un tema relacionado con las ciencias gerenciales y las organizaciones, ignorando su accionar psicológico, actitudinal, comunicacional y educativo, elementos importantes y determinantes para la resolución y transformación de conflictos y la conformación de la cultura de paz.

La paz es la palabra más invocada y la menos disfrutada por el hombre; inclusive se llegó a pensar en la guerra como el estado natural de las relaciones humanas y la paz, apenas un interludio e intervalo entre dos guerras (Lombardi, 1996).

Dado que “la guerra nace en las mentes de los hombres, es en la mente de los hombres donde deben erigirse los baluartes de la paz”

(Unesco, 1999), gestando y promoviendo una cultura que promulgue un cuerpo creciente de valores, actitudes, comportamientos y estilos de vida compartidos, basados en la no violencia y el respeto a los derechos y libertades fundamentales, en la comprensión, la tolerancia y la solidaridad, en la coparticipación y la libre circulación de la información.

La cultura de paz es un proceso diario, paulatino, que no se diluye en el tiempo (Muñoz, 2001), un concepto en desarrollo, siempre inacabado (Mayor, 1999), que es parte de la naturaleza del hombre y, por lo tanto, no puede ser normada o impuesta (Aguilar, 2000).

Según el artículo 5 de la declaración de la Cultura de Paz (Unesco, 1999), son los gobiernos, apoyados por las organizaciones internacionales y la sociedad, quienes tienen una labor esencial en la promoción y fortalecimiento de la cultura de paz. A través de la identidad de país, se pueden establecer y plantear, previo diálogo y consenso con los sectores

representativos de las sociedades, los preceptos y el ideal de comunidad que se puede construir, haciendo énfasis en la difusión de valores y principios básicos filosóficos comprometidos con la paz que indiquen el camino a seguir, enmarcados en un proceso educomunicacional omnidireccional, intra e inter personal y grupal, que abarca la vivencia de la interrelación en sus tres ámbitos de expresión (Fernández, 2001), la social (entre los seres humanos); el natural (con la naturaleza) y el personal (la paz interna).

La “Comunicación Para la Paz” Como Esencia de la Identidad de País

Determinar y comprender cómo a partir de la comunicación se generan, gestionan, transforman o resuelven pacíficamente los conflictos (Fisas, 2005), y como se puede fomentar un comportamiento no violento (Galtung, 1999) y la cultura de paz, a través del recurso de gestión invaluable que constituye

la identidad de país, requiere una visión holística que coadyuve y permita entender y analizar los cambios que experimenta la sociedad actual.

Se concibe a la comunicación como un todo dinámico (Mercado, 2005), que puede verse en dos sentidos, uno amplio y otro restringido. Una perspectiva reduccionista de la comunicación la define como el envío y recepción de mensajes, confiriéndole un rol estrictamente funcional. La otra, es la visión holística de la comunicación, que la concibe como omnipresente en las acciones implícitas y explícitas, tangibles o intangibles, visibles e invisibles de las organizaciones, como la cultura de paz y la identidad.

La identidad de país no es solo cultura, ésta va más allá, la integra y relaciona con una serie de mensajes y metamensajes que expresan el ser y el sentir, el pensamiento y la acción, la retrospectiva y prospectiva de un país-Estado, su sociedad y sus

ciudadanos, es en esencia comunicación.

La cultura comunicacional como parte de la identidad de país, puede activar o desactivar procesos de violencia y conflictividad. Por lo tanto, a través del diseño de la identidad de país, se pueden definir y difundir los mensajes encaminados a establecer una visión y comportamiento positivo hacia la resolución pacífica de conflictos.

El incremento de la violencia y la necesidad de establecer la cultura de paz (UNESCO, 1998) produce en algunos casos incongruencia entre el QUERER y el PODER, entre el VER-DECIR-HACER. Se genera una apatía en la participación de los ciudadanos, que no comparten los mismos conceptos por oposición de pensamientos o por falta de información, es aquí donde cumple un rol determinante la identidad de país y la comunicación como su componente y elemento transversal.

Se destaca la transversalidad de la comunicación en la identidad, pues atraviesa los otros componentes: principios básicos

organizacionales, comportamiento y simbolismo, que “son formas diferentes de comunicación que deben sinérgicamente coincidir en un todo para posicionar una sólida identidad de la organización en sus públicos determinantes” (Ramírez y Sánchez, 2004).

La comunicación se inserta en los dos procesos de los P.B.O, diseño y promoción. En el primero, lo ideal es que se genere la participación de los miembros de la organización, quienes deben tomar las decisiones para que cada uno de los principios sea aceptado por la mayoría. La promoción debe realizarse estratégicamente para que sean compartidos e internalizados por el público interno y reconocidos por el externo. Para esto debe establecerse una clara política comunicacional.

La cultura de paz es percepción y comportamiento, y éste *per se* es comunicación. Las formas de actuar voluntarias e involuntarias construyen y develan mensajes relacionados con lo que la organización es; comunica sus valores, creencias, políticas, es una

de las formas más directas de transmitir la identidad.

La comunicación como componente se instituye como la operacionalización de las estrategias y políticas que permitirán desarrollar los P.B.O, direccionar el comportamiento hacia una cultura de paz, todo esto como un engranaje en pro de la consecución de los objetivos que permitirán materializar la misión.

La paz no es solo ausencia de conflictos, sino que deben resolverse a través de la comunicación, del diálogo igualitario, que son bases ineludibles para evitar los conflictos y las bases de la nueva cultura de paz.

Cultura de Paz y los Conflictos

La paz no se contrapone a la guerra, va mucho más allá, es una condición que implica una postura no violenta, que se caracteriza por tratar de crear las condiciones en las que los conflictos puedan resolverse sin recurrir a la agresión (Fernández, 2001)

El conflicto se plantea como la percepción de intereses divergentes, o la creencia que las aspiraciones de las partes no pueden ser logradas de manera simultanea (Méndez, 2004).

Para abordar el conflicto se deben considerar una serie de factores que deben ser sometidos al análisis, pues conllevan cambios de actitudes, contextos, poderes, formas de comunicar, modelos culturales y estructuras de dominio, entre otros (Fisas, 2005). Son fenómenos culturales, enfermedades sociales, agresiones racionalizadas, preparadas y planificadas (Díaz, 2002).

Los métodos de resolución pacífica de conflictos son en la actualidad procesos centrales para excluir la violencia del seno de la sociedad (Mercado, 2005). El acercamiento al conflicto puede generarse por tres vías: 1) la resolución, busca una convergencia de los intereses de los actores; 2) la gestión, reconoce que el conflicto no puede resolverse librándose de él, sino que intenta realinear las

divergencias y limitar las consecuencias destructivas, y 3) la transformación, de naturaleza dialéctica, se refiere básicamente a lo mismo pero expresan ópticas diferentes (Fisas, 2005).

Metodología

La investigación tiene un enfoque cualitativo (Martínez, 2002, 2006), en el que se estudiaron las categorías identidad de país, conflicto, cultura de paz y comunicación.

Se realizó en primer lugar una revisión y contrastación teórica de esas categorías y luego se determinó la presencia de los elementos de éstas en las constituciones y los planes nacionales de desarrollo de varios países latinoamericanos, específicamente, Venezuela, Bolivia y Brasil. Para ello, se establecieron varias unidades de análisis. En el caso de la identidad, se estudió el diseño y la promoción de la visión, misión, valores y objetivos del país. La cultura de paz fue estudiada con la presencia de valores como la paz, la justicia, igualdad, tolerancia y no discriminación, entre otros. Los

conflictos, se midieron como la expresión o referencia textual de medidas o estrategias para solucionarlos o transformarlos. La comunicación se observó en dos vías, como un eje transversal de las categorías anteriores y como una categoría en sí.

La revisión documental y on-line se realizó fundamentada en los postulados de Chávez (1997), para establecer los contenidos teóricos que permitieron la realización de las siguientes fases.

Resultados de la Revisión

Documental

1.- Emisión de los principios básicos organizacionales del país como elementos definitorios de la identidad.

Para poder determinar la identidad de país en cuanto a la emisión de los Principios Básicos Organizacionales (PBO) fue necesario establecer sus indicadores: la existencia y la promoción de los PBO. El primer indicador se refiere al diseño o creación de los PBO por parte del

Estado, como ente regulador de las acciones del país. La promoción, se refiere a la publicación de los PBO en documentos, leyes, planes o proyectos nacionales.

En tal sentido, la emisión y promoción de los Principios Básicos Organizacionales de los países se verificó de dos maneras:

a) Revisión documental, definida por Chávez (1997) como los estudios que se realizan sobre la base de documentos o revisión bibliográfica. Su finalidad es la recolección a partir de documentos escritos y no escritos susceptibles de ser analizados y se pueden clasificar en cuantitativa y cualitativa. En esta categoría se incluyen, entre otros, los diseños de modelos o propuestas.

b) Revisión on-line de los sitios web de los Estados, específicamente los portales en línea de los Gobiernos de Venezuela (www.gobiernoenlinea.gob.ve), Bolivia (www.bolivia.gov.bo) y Brasil (www.brasil.gov.br/espanhol)

El Caso Venezuela

En este caso, se revisó el marco legal definitorio del país, siendo el documento más importante, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, además, del plan o proyecto delineado por el Gobierno Nacional denominado: “Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007”.

Al revisar los contenidos de estos documentos no se detecta de manera clara y explícita la misión y la visión de país, sin embargo, la letra del artículo 3 de la Constitución Nacional puede interpretarse como la misión del Estado venezolano.

En el **Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación (PNDES) 2001-2007**, se encuentran implícitamente lo que podríamos caracterizar como la misión y la visión del actual Estado Venezolano o más bien del Gobierno Nacional, no las del país. Algunas líneas de la fase introductoria titulada “Construyendo un modelo para Venezuela”, hacen referencia a los postulados de la Constitución

Nacional, donde se declara como fines esenciales del Estado (misión)

“la defensa y el desarrollo de la persona y el respeto a su dignidad, el ejercicio democrático de la voluntad popular, la construcción de una sociedad justa y amante de la paz, la promoción de la prosperidad y bienestar del pueblo y la garantía del cumplimiento de los principios, derechos y deberes reconocidos y consagrados en la constitución” (Art.3)

La visión puede destacarse en las siguientes líneas:

“conducir al país hacia la maximización del bienestar colectivo, que se exprese en la ampliación de la democracia, mayor seguridad social, crecientes fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, mejor nivel de vida para la

internacionalizar los hidrocarburos, desarrollar la economía social; alcanzar la sostenibilidad fiscal e incrementar el ahorro y la inversión”.

- Equilibrio social: El objetivo fundamental es “alcanzar la justicia social”, para ello se debe “garantizar el disfrute de los derechos sociales de forma universal y equitativa; mejorar la distribución del ingreso y la riqueza; fortalecer la participación

población y mayor soberanía del país” (PNDES, 2001)

Por su parte, los valores que identifican al país aparecen claramente delineados en el artículo 1 de la Carta Magna, destacando “la libertad, la igualdad, la justicia y la paz internacional” como fundamentos de nuestro “patrimonio moral”.

Los objetivos están específica y estratégicamente diseñados siguiendo cinco grandes ejes o equilibrios. A saber:- Equilibrio económico: Su objetivo principal es “desarrollar la economía productiva”. Para lograrlo se proponen: “alcanzar un crecimiento económico sostenido; eliminar la volatilidad económica; social y generar poder ciudadano, en espacios públicos de decisión”.

- Equilibrio político: Este eje destaca como objetivo principal “construir la democracia bolivariana”. Para alcanzarlo se debe “consolidar la estabilidad política y social; desarrollar el nuevo marco jurídico institucional y contribuir al establecimiento de la democracia participativa y protagónica”.

- Equilibrio Territorial: El objetivo general es “ocupar y consolidar el territorio”, se consolidará al “aumentar las actividades productivas y la población en áreas de desconcentración; incrementar la superficie ocupada y mejorar la infraestructura física y social para todo el país”.

- Equilibrio Internacional: Las relaciones internacionales buscarán “fortalecer la soberanía nacional y promover un mundo multipolar”. Para lograrlo se buscará “impulsar la multipolaridad de la sociedad internacional; promover la integración latinoamericana y caribeña; consolidar y diversificar las relaciones internacionales; fortalecer el posicionamiento de Venezuela en la economía internacional y promover un nuevo régimen de seguridad integrar hemisférico”.

El Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, se fundamenta en los mismos valores de país que exalta la Constitución.

Asimismo, la revisión on-line de los sitios web del Estado, específicamente la del Gobierno (www.gobiernoenlinea.gob.ve), se pudo constatar que en esta página no existen secciones, vínculos o enlaces relacionados a contenidos que destaquen los elementos de los Principios Básicos Organizacionales del país. No obstante, desde este portal se puede acceder al Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007.

La existencia de textos relacionados con los aspectos resaltantes de la misión, visión, objetivos, valores y políticas, fue comprobada. Sin embargo, sólo los valores y objetivos son destacados explícitamente como parte de los PBO; el diseño de la misión y la visión no se presenta de manera estratégica y directa, sino que subyacen en algunos documentos.

La emisión de los PBO del país por parte del Estado es incipiente, prácticamente nula.

El Caso Bolivia

Igual que en el caso anterior, se consultó la Carta Magna boliviana, como el documento marco de la legalidad de ese país, así como el Plan Nacional de Desarrollo "**Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien**", estipulado para el período 2006-2010.

Al revisar la Constitución de Bolivia no se distinguen la misión y visión del país, sin embargo, ambos principios están bien delineados en el Plan de Desarrollo Nacional, en el que se plantea la reforma y transformación del país en varios ejes con diferentes alcances y períodos de ejecución. De esta manera se destacan varios preceptos.

Visión: la transformación del país en el largo plazo, en el lapso de una generación, configura una Bolivia digna, soberana, productiva, democrática y participativa para que todos, bolivianos y bolivianas, "vivamos bien".

Misión: El desmontaje y la construcción, en el corto plazo, plantean el fortalecimiento de un Estado promotor y protagonista del desarrollo, distribuidor de riqueza y oportunidades, productor en unos casos de manera directa y en otros como socio mayoritario, e impulsor de la convivencia entre la economía comunitaria y privada.

Los valores que promueve el país son la libertad, independencia, soberanía, la convivencia pluricultural y multiétnica, la unión, la democracia, la igualdad y la justicia. Esto se puede apreciar en el texto del artículo 1 de la Constitución boliviana.

Artículo 1°

I. Bolivia, libre, independiente, soberana, multiétnica y pluricultural constituida en República Unitaria, adopta para su gobierno la forma democrática representativa y participativa, fundada en la unión y la solidaridad de todos los bolivianos.

II. Es un Estado Social y Democrático de Derecho que sostiene como valores superiores de

su ordenamiento jurídico, la libertad, la igualdad y la Justicia.

Los objetivos están contemplados también en el Plan Nacional de Desarrollo, cubriendo cuatro ejes básicos para la transformación.

Bolivia digna: erradica la pobreza y toda forma de exclusión, discriminación, marginación y explotación; con una población en menor riesgo social, económico y político.

Bolivia productiva: crea productos materiales e intelectuales con marca boliviana, los excedentes se distribuyen equitativamente.

Bolivia democrática y participativa: sociedad plurinacional y comunitaria. El pueblo elige y revoca mandatos, es corresponsable en las decisiones sobre su propio desarrollo.

Bolivia soberana: es la que toma decisiones propias y autónomas a partir de sus necesidades, perspectivas e identidades; que se relaciona e interactúa digna y exitosamente en el contexto mundial,

preservando relaciones armónicas y de equilibrio entre los países.

En el portal del gobierno boliviano www.bolivia.gob.bo, no existen vínculos directos a los Principios Básicos Organizacionales, incluidos las misión, visión y los valores. Sin embargo, se puede establecer un vínculo al Plan Nacional de Desarrollo y a la Constitución Nacional, documentos en los que se especifican algunos de los anteriores.

El gobierno boliviano está recién constituido, y presenta un plan de desarrollo ambicioso, pero consciente de la transformación que debe tener el país, en sentido estratégico económico, político y social, sin dejar de lado el replanteamiento de la identidad de país, en una nación pluricultural y multiétnica.

El Caso Brasil

El gobierno de Brasil no tiene establecido el acceso a su Plan Nacional de Desarrollo, por lo tanto no se pueden determinar la visión,

misión y objetivos fundamentales de este país.

En la Constitución Nacional aparecen claramente reflejados los valores por lo que se rige el gran país del sur. Estos valores son la soberanía; la ciudadanía; la dignidad de la persona humana; los valores sociales del trabajo y la libre iniciativa; el pluralismo político (Art. 1)

El artículo 4 de la Constitución contempla otra serie de valores promulgados por Brasil:

La República Federativa de Brasil se rige en sus relaciones internacionales por los siguientes principios:

- I.- Independencia nacional;
- II.- Prevalencia de los derechos humanos;
- III.- Autodeterminación de los pueblos;
- IV.- No intervención;
- V.- Igualdad de los Estados;
- VI.- Defensa de la paz;
- VII.- Solución pacífica de los conflictos;
- VIII.- Repudio del terrorismo y del racismo;

IX.- Cooperación entre los pueblos para el progreso de la humanidad;

X.- Concesión de asilo político.

Entre los principales objetivos están:

- 1. Construir una sociedad libre, justa y solidaria;
- 2.- Garantizar el desarrollo nacional;
- 3.- Erradicar la pobreza y la marginación y reducir las desigualdades

Sociales y regionales;

- 4.- Promover el bien de todos, sin prejuicios de origen, raza, sexo, color edad o cualesquiera otras formas de discriminación.

En el contenido del portal on-line de [Brasil \(www.brasil.gov.bra/espanol\)](http://www.brasil.gov.bra/espanol), se describen las características geopolíticas del país, sin embargo, no se hace mención a los principios básicos organizacionales, ni establecen vinculación con el Plan de Desarrollo Nacional.

La existencia de algunos de los elementos de la identidad fue comprobada en documentos como la Constitución Nacional y un esbozo

del Plan de Desarrollo encontrado por una vía no oficial, es decir, no relacionada con el portal del gobierno brasilero. Es evidente la

2.- Elementos Comunicacionales, Principios de Cultura de Paz y Mecanismos Para Resolución de Conflictos como Componentes de la Identidad de País.

Un Modelo Para Venezuela

En Venezuela la emisión de los PBO por parte del Estado es incipiente. La revisión de documentos como el Plan Nacional de Desarrollo Económico y social de la Nación “**Modelo Venezolano**” y la Constitución Nacional, demuestra que están diseñados algunos principios, pero no en su conjunto, sino de manera disgregada, valga decir, de cinco principios básicos organizacionales PBO (misión, visión, objetivos, políticas y valores del país), sólo se destacan de manera explícita los valores y los objetivos, los primeros en el artículo 2 de la Constitución Nacional, y los segundos, en el texto del Plan

deficiencia en la promoción de los PBO y por consiguiente de los elementos de la identidad de país.

Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación, con una connotada carga política, que refleja la postura ideológica del gobierno actual.

Entre los valores que se promulgan en la Constitución, encontramos algunos relacionados con la cultura de paz, como la igualdad, la justicia, la paz, la inclusión social, el rechazo a la discriminación por raza, credo o condición socioeconómica.

Es importante destacar, que el diseño de los principios básicos organizacionales define las características predominantes de la identidad del país y establece su accionar como una corporación (Costa, 2000; Scheinsohn, 1993; Ramírez, 2004). Así principios básicos como la visión de país, determinante para direccionar el rumbo de la organización y promover

una identidad de país sólida, no esta descrita de forma explícita en un aparte, sino que subyace entre líneas en el contenido de la propuesta de Gobierno.

En el contenido del portal del gobierno venezolano (www.gobiernoonlinea.gob.ve), sin embargo, existe un link que conduce directamente al Plan de Desarrollo 2001-2007, en el cual aparecen de forma explícita los objetivos de la nación venezolana.

El manejo o resolución de conflicto no se considera como parte de los elementos de la identidad de país, ni en los elementos que aparecen en la Constitución, ni en la estructura del Plan de Desarrollo.

Por otra parte, el tratamiento de la emisión de los PBO por parte del gobierno nacional, evidencia la ausencia de explícitos lineamientos comunicacionales dirigidos a la promoción y fácil acceso por parte del público en general a este tipo de información.

La Bolivia Digna

Tanto en la Constitución como en el Plan Nacional de Desarrollo de Bolivia es evidente la presencia de algunos elementos de los postulados de la Cultura de Paz y mecanismos comunicacionales para la resolución de conflictos, como parte de su identidad de país.

Los bolivianos expresan la concordancia de su hacer con la cultura de paz al considerar como parte fundamental de su transformación, el erradicar la desigualdad y la exclusión. Para ellos una “Bolivia digna” consiste en un país donde se erradique la pobreza y toda forma de exclusión, discriminación, marginación y explotación; con una población en menor riesgo social, económico y político.

El Plan de Desarrollo propone sustituir el concepto de “bienestar” por el “vivir bien”, que promueve el encuentro entre pueblos y comunidades, respetando la diversidad e identidad cultural. Es una convivencia comunitaria, con interculturalidad y sin asimetrías de

poder, así como la equidad social, cultural y de género y el manejo adecuado del medio ambiente como ejes transversales de sus estrategias.

La defensa de los principios de la cultura de paz es soportada por varios artículos de la Constitución, como el 6º, que concede derechos, libertades y garantías sin distinción de raza, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen, condición económica o social, u otra cualquiera, y obliga al Estado a proteger la inviolabilidad de la dignidad y la libertad de la persona.

En Bolivia están conscientes de que la transformación estructural del Estado y la economía, de la organización social y la cultural podría generar conflictos debido al cambio radical que experimentarán las relaciones político sociales y el modo de vida de sus ciudadanos, por lo que el Plan de Desarrollo Nacional **"Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien"**, plantea un nuevo pacto

social intercultural para conseguir el cambio institucional.

En un país donde las etnias indígenas son mayoría, las identidades colectivas pueden llegar a consolidarse y complementarse, de manera que sean comprendidas, respetadas y conjugadas de forma enriquecedora, convirtiendo la diversidad en un factor de cohesión social (identidad de país) y no de separación y enfrentamiento, y para esto es indispensable la comunicación.

La propuesta de consolidación y complementariedad de identidades y valores compartidos es una apuesta por la constitución de textos, hábitos y prácticas que permitan que los principios básicos organizacionales del país sean conocidos por todos.

El acceso universal al conocimiento y a la comunicación como bienes públicos es responsabilidad del Estado, porque están asociados a la generación de espacios de igualdad y de oportunidad a través de la democratización del conocimiento y

las comunicaciones, como lo establece el artículo 7 de la Constitución al otorgar a toda persona el derecho fundamental a emitir libremente sus ideas y opiniones por cualquier medio de difusión y a formular peticiones individual y colectivamente.

En este sentido, el PND propone que los sistemas de publicación y difusión de información se fortalezcan pero que, además, se constituyan mecanismos y redes para el desarrollo y la comunicación del conocimiento y de los saberes propios y autóctonos vinculados con los pueblos originarios y con las comunidades urbanas.

De tal manera, el acceso plural a la información y a la disponibilidad de tecnologías apropiadas debe entenderse como un mecanismo para combatir la desigualdad y mejorar la productividad, la creatividad, la comprensión y el intercambio cultural.

Brasil de Avanzada

Brasil representa un avance importante en Latinoamérica en la

concepción de los postulados de la cultura de paz y la resolución pacífica de conflictos como elementos constitutivos de la identidad de país, al incluir elementos de las categorías mencionadas en el texto de la Constitución Nacional.

Con respecto a la cultura de paz, el país carioca se rige por unos principios fundamentales que defienden valores como la inviolabilidad del derecho a la vida, a la libertad, a la igualdad, a la seguridad y a la prioridad, en los siguientes términos, según el artículo 5:

- 1.- El hombre y la mujer son iguales en derechos y obligaciones.
- 2.- Nadie será sometido a tortura ni a trato inhumano o degradante.
- 3.- Es inviolable la libertad de conciencia y de creencia,
- 4.- Es libre la expresión de la actividad intelectual, artística, científica y de comunicación, sin necesidad de censura o licencia;
- 5.- Son inviolables la intimidad, la vida privada, el honor y la imagen de las personas, asegurándose el

derecho a indemnización por el daño material o moral derivado de su violación;

6.- Se considera delito no susceptible de indulto o amnistía la práctica de la tortura.

Los programas y proyectos de Brasil, como el Plan Plurianual 2004/2007 “**Avanza Brasil**”, destacan la importancia de los ciudadanos para la consecución del desarrollo, y expresan la preocupación y constante trabajo por alcanzar y brindar bienestar a los brasileros. Presentan como el mayor desafío de la sociedad brasileña, el combate a la miseria y la exclusión social, promoviendo la igualdad en todos los niveles.

El desempeño de Brasil y sus relaciones internas y externas están determinadas por los principios de independencia nacional y prevaencia de los derechos humanos y la autodeterminación de los pueblos, por lo que se compromete como Estado/Nación a la no intervención, a respetar la igualdad de los Estados, cumplir y

promover la defensa de la paz, a través de la solución pacífica de conflictos, en cooperación con los pueblos para el progreso de la humanidad (Art. 4)

De los países que integran el estudio, Brasil es el único que presenta como parte del texto de su Carta Magna, el tema de la resolución pacífica de conflictos lo que demuestra la importancia que este país con más de 180 millones de personas, le confiere al tema de la paz. La comunicación de estos preceptos es importante para la constitución de la identidad de país,

El derecho de todos los brasileros al acceso a la información es resguardado por el Estado, así como la libre manifestación del pensamiento, la creación y la expresión.

La producción y programación de las emisoras de radio y televisión, deben considerar como parte de sus principios, los de la identidad de país y la cultura de paz, promocionando la cultura nacional y regionalizando la producción cultural, artística y

periodística, respetando los valores éticos y sociales de la persona y de la familia (Art. 221)

Consideraciones finales

Se presentan a manera de conclusión una serie de consideraciones sobre la cultura de paz, la resolución de conflictos y como la identidad de país, a través de procesos comunicacionales, representa un recurso para sentar las bases de los principios de las categorías mencionadas.

- a) Los países reflejan en el diseño de su identidad de manera explícita o implícita los postulados de la cultura de paz.
- b) Los principios de la cultura de paz deben ser la base filosófica de la identidad de país.
- c) El diseño de la identidad de país debe contener políticas y estrategias que contribuyan a la resolución pacífica de conflictos.
- d) La existencia de los conflictos y las estrategias para su resolución pacífica, generalmente, no son previstos o considerados como parte del diseño de la identidad de

los países, en las Constituciones Nacionales.

- e) Los países están tomando conciencia sobre la paz, esto se evidencia en los lineamientos de los Planes Nacionales de Desarrollo.
- f) La identidad de país debe considerarse en su doble dimensión, el diseño y la promoción. En este punto tiene un rol fundamental la comunicación para garantizar que los elementos de la identidad se conozcan y se identifiquen.
- g) El proceso de identificación de los elementos de la identidad de país bien constituidos, implica cambios en la percepción. Por lo tanto, se gestaría una nueva manera de asumir, enfrentar y vivir la paz y los conflictos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, A. (2000). Cultura de paz y derechos humanos. UNESCO-UCAB. Caracas: Venezuela.
- CHÁVEZ, N. (1997). Metodología de la investigación. Caracas: Ediciones Anera.

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. En www.tsj.gov.ve
- Constitución de la República de Bolivia. En www.tododercho.com
- Constitución de la República Federativa de Brasil. En www.tododerecho.com
- COSTA, J. (2002). Identidad Corporativa. México: Editorial Trillas.
- DÍAZ, C. (2002). Cultura de paz gestión de conflictos. En: Revista electrónica Futuro. www.revistafuturos.info. Consultado el 20/11/2006
- FERNANDEZ, C. (2001). Paz imperfecta y enfoque transpersonal. La Paz imperfecta. En: www.uaemex.mx
- FISAS, V. (2005) "Abordar el conflicto: Negociación o mediación" Revista Futuros. N° 10. Volumen III. En: www.revistafuturos.info
- GABALDON, F. (2003) **Gerencia de Organizaciones de Servicio** Edit. Universidad de los Andes Consejo de Publicaciones. Mérida-Venezuela.
- GALTUNG, J. (2000) Conflict Transformation by peaceful means, UNESCO, Ginebra, Suiza.
- LOMBARDI, A. (1996). La paz mediante el diálogo de las culturas. Paz creativa a partir del encuentro de las culturas del mundo. Ediluz. Maracaibo: Venezuela.
- LOPEZ, A. (2000). **Valores, Valoraciones y Virtudes**. Edit CECSA. México.
- MARTÍNEZ, M. (2002). La Investigación Cualitativa Etnográfica en Educación. Manual Teórico – Práctico. México, D.F. Editorial Trillas.
- MAYOR, F. (1999). Mensaje del Director General de la UNESCO con relación al año internacional de la Cultura de Paz. En: www.juricas.unam.mx. Consultado el 20/11/2006
- MÉNDEZ, M. (2004). Conflicto y reconciliación en Venezuela. Editorial Alfadil. Caracas: Venezuela.
- MERCADO, R. (2005). La comunicación en el proceso de mediación. Revista electrónica NegoCyAr. Año 3. En: www.negocyar.com.ar
- MUÑOZ, F. (2001). **La Paz Imperfecta**. Edit. Universidad de Granada, Colección Eirene, núm. 15. Granada: España.

- PAZ, A. (2006). Tratamiento informativo de la identidad de país aplicado por los canales de televisión venezolanos. Trabajo para optar al Título de Magister Scientiarum en Ciencias de la Comunicación. Mención: Publicación. LUZ.
- Plan Nacional de Desarrollo Económico, Político y Social de Venezuela “Gobierno Venezolano” en www.gobiernoonlinea.gob.ve
- Plan de Nacional de Desarrollo “Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien” en www.bolivia.gov.bo
- Plan Plurianual de Desarrollo “Brasil Avanza” en www.geocities.com
- RAMÍREZ, F. y SÁNCHEZ, M. (2004). “La Transversalidad de la Comunicación en la Identidad Corporativa”. Libro (digital) de las II Jornadas de Investigación del Centro de Investigación de la Información y la Comunicación (CICI).
- ROJAS, et al. (2006). Comunicación, Conflictos y Cultura de Paz: percepción en grupos de estudiantes universitarios. Revista Reflexión Política. Año 8. Nº 15. Colombia.
- ROMERO, S. (2005). **Teoría del Conflicto Social**. Revista Futuros Nº 10. Volumen III En www.revistafuturos.info. Consultado el 20/11/2006
- SCHEINSOHN, D. (1993). *Comunicación Estratégica*. Argentina: Ediciones Macchi.
- UNESCO (1998). Informe preliminar de síntesis de un proyecto de declaración y un programa de acción sobre una cultura de paz. En: www.unesco.org
- UNESCO (2000). Declaración de la Cultura de Paz. En: www.unesco.org
- UNESCO. (1994). Informe Final: Primera Reunión de Consulta de Paz; Paris. En: www.unesco.org
- Van RIEL, C. (1998). Comunicación Corporativa. Madrid: Prentice Hall.
- www.gobiernoonlinea.gob.ve (Portal del gobierno venezolano)
- www.bolivia.gov.bo (Portal del gobierno boliviano)
- www.brasil.gov.br/espanhol (Portal del gobierno brasileiro)