

Democratización de la sociedad: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa

Carlos A. Camacho Azurduy

Boliviano, licenciado en Ciencias de la Comunicación (UCB-La Paz) y Magister en Comunicación y Desarrollo (UASB). Miembro del Directorio de la Asociación de Periodistas de La Paz y de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). Docente universitario a nivel de pre y post grado. Consultor en programas y proyectos de comunicación estratégica, investigador en educación y salud para el desarrollo.

geocities.com/carcam2000; carcam@ceibo.entelnet.bo

*Si no hallan luna
lo llaman día
Si no hallan sol
lo llaman noche
Si no hallan luna ni sol
lo llaman error
y cierran los ojos
buscando estrellas con que orientarse.
M. Montalbeti*

RESUMEN

El presente ensayo argumentativo se sustenta en una adecuada investigación documental, cuya tesis es que el consumo crítico de la oferta de los medios de comunicación masiva, en general, y la información, en particular, favorece la conformación de la ciudadanía comunicativa. Esta tiene como eje central el ejercicio pleno del derecho humano a la información _a través de la facultad no sólo de recibir información, opinión y propaganda, sino, también, de investigar y difundirlas_, que favorece a las personas para formarse y emitir libremente una opinión fundamentada sobre algún hecho o acontecimiento, debatir públicamente su posición, participar en espacios públicos y controlar socialmente a los otros conciudadanos.

Palabras clave: comunicación masiva, derecho a la información, ciudadanía

RESUMO

O presente ensaio argumentativo sustenta-se numa adequada pesquisa documental, cuja tese é que o consumo crítico da oferta dos meios de comunicação massiva, em geral, e a informação, em particular, favorece a conformação da cidadania comunicativa. Esta têm como eixo central o exercício pleno do direito humano à informação -a través da faculdade não apenas de receber informação, opinião e propaganda, mas, também de pesquisar e difundir- que favorece as pessoas para se-formar e emitir livremente uma opinião fundamentada sob algum fato o acontecimento, debatir públicamente a sua posição, participar em espaços públicos e controlar socialmente os outros concidadãos.

Palavras chave: Comunicação massiva, direito à informação, cidadania

ABSTRACT

This essay, based on a suitable documentary investigation poses the thesis that a critical use of mass media production, in general terms, and particularly, of information, favours the construction of communicative citizenship. This pivots on the full use of man's right to every aspect of information be it straight information, opinion and even propaganda as well as doing research on it and then reporting on this. For people have the right to make up their own minds, to express them in the open and to socially control fellow citizens.

Key words: mass media, the right to information, citizenship

Multidimensionalidad ciudadana

Manuel Antonio Garretón (1994) plantea la noción de *multidimensionalidad ciudadana* —ligada al acceso y la calidad—, esto es, un conjunto de derechos y deberes donde la persona ejerce su capacidad de ser sujeto, de llegar a controlar o decir algo sobre los procesos que definen un determinado campo, por ejemplo, en relación al mundo territorial, educacional, comunicacional, de género, etnia, generación, etc.

En cada uno de estos, se es titular de derechos humanos inalienables de acuerdo a una particular condición, que proviene de características tales como el grupo socioeconómico, educativo, étnico, de género y, fundamentalmente, de pertenencia étnica y racial que configura la profunda diversidad cultural que nos caracteriza frente a la homogeneización global.

Al respecto, Garretón considera que en el concepto de ciudadanía moderna estamos frente a una extensión de derechos irrenunciables que provienen precisamente de la diferencia y no de la igualdad básica de los seres humanos, lo que le otorga a cada persona o grupo, la posibilidad de definir y luchar por tales derechos.

Empero, esta *potencialidad de la expansión ciudadana* —como la llama el autor mencionado— se ve frustrada y negada por la exclusión, marginación y discriminación frente a “lo diferente”. La descomposición y fragmentación de las comunidades de principios de siglo se manifiesta en una serie de acciones que demuestran la negación del “otro” en su rol de actor (léase ciudadano), ni siquiera de ser humano con derechos fundamentales reconocidos y protegidos, especialmente del “otro” no persona - no ciudadano. Aquel sin poder económico para asumir activamente el status sustantivo y válido socialmente de consumidor-persona, o mejor dicho, ciudadano-consumidor.

Me refiero, fundamentalmente, a sectores populares marginados del poder de toma de decisión y definición de políticas públicas que influyan en la mejora de sus condiciones de vida. Este es uno de los aspectos que marca la ausencia de proyectos de sociedad multicultural, que encaminen el desarrollo humano de los pueblos de América Latina y Central.

Ciudadanía comunicativa

La chilena María Elena Hermosilla (1995) sostiene que los medios de comunicación masiva pueden aportar en la constitución de la ciudadanía —o ciudadanías en plural, respetando el carácter multicultural y plurilingüe que nos caracteriza—, estimulando la autonomía (social, política, económica y cultural) de los sujetos sociales para que puedan gestionar, construir y asumir su propio destino,

sobre la base del desarrollo de sus condiciones de vida.

Las personas se encuentran en permanente interacción con la oferta mediática, reclusas, cada vez más, en espacios privados e íntimos. Los estudios culturales y los de recepción en el ámbito comunicacional, muestran que hay aproximaciones diferenciadas, mutuas complicidades, seducciones permanentes, deseos insatisfechos y prácticas diversas que configuran esta relación. Una correspondencia de intereses y convivencias en las que se construye, de una u otra manera, frescas formas de ser y ejercer la *ciudadanía comunicativa*.



Esta se establece, con mucha más fuerza en la sociedad informacional de principios de siglo, a través del vínculo no equitativo pero con rasgos de interdependencia, entre la persona situada social y culturalmente y los medios y, cada vez con mayor intensidad, las nuevas tecnologías de información (TICs).

Por lo tanto, ciudadanía es, también, el reconocimiento de esa integración, en la cual el ciudadano consume discursos informativos (noticias) y de opinión que circulan en estos, a través de un

conjunto de procesos de apropiación y uso en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (Cf. GARCÍA 1993).

A propósito, Claudia Villamayor y Ernesto Lamas (1998) plantean lo siguiente:

“El ejercicio de ciudadanía es un proceso de aprendizaje al que contribuyen las diferentes instituciones presentes en la sociedad, entre ellas los medios de comunicación. Desde un medio de comunicación siempre se construye ciudadanía: se puede ayudar al fortalecimiento de una ciudadanía activa y participativa o se puede fomentar una ciudadanía pasiva vinculada únicamente con el consumo”.

En esta línea, estos autores reconocen que en la actualidad los medios juegan un papel prácticamente insustituible en la construcción y ejercicio de ciudadanía orientada a la consolidación de una sociedad democrática, ya que mediante el acceso¹ y la participación en estos, las personas pueden ejercer su rol ciudadano al hacer uso de la libertad de expresión y acceder al espacio público, al mismo tiempo que “controlar” las instituciones y ejercer presión sobre ellas.

En este proceso que se articula, o más bien, forma parte, de la vida cotidiana, los sujetos construyen pertenencias, vinculaciones y membresías a determinadas comunidades, entre cuyos miembros se establecen relaciones de interdependencia, responsabilidad, solidaridad y lealtad, así como desprecio, resentimiento y negación frente a otras. Asimismo, permite reconocer en el “otro” una persona que está en la misma condición y con el que hay algo en común (lo público) que me une o separa, lo que no siempre lleva a consideraciones y tratos mutuos de respeto y consideración igualitaria.

Esta concepción de la ciudadanía como relación comunicacional entre los

medios y la ciudadanía, parte de dos dimensiones interdependientes, tal como lo sintetiza acertadamente Garretón (ver Cuadro N.1).

Cuadro N.1 Dimensiones de la Ciudadanía Comunicativa

PRIMERA DIMENSIÓN “También ejerzo mi ciudadanía a través de los medios”	SEGUNDA DIMENSIÓN “También aprendo a ser ciudadano en mi relación con los medios”
En los medios las personas expresan y ejercen su ciudadanía en diversos campos, por ejemplo, a través de diversas formas de control social del poder. Sin embargo, los medios también pueden sustituir de forma ilusoria la participación a la que no se tiene acceso realmente o se puede dar el caso que los medios intenten sustituir a otras instancias de participación (por ejemplo, partidos políticos).	Las personas definen y (re)configuran su ciudadanía en la relación que establecen con la oferta mediática (consumo cultural) ² . Por ejemplo, la información que estos producen aumenta el poder ciudadano (control social). Asimismo, aquí se plantea un tema de fundamental importancia, cual es el control ciudadano de los medios para la regulación democrática de estos.

FUENTE: Elaboración propia.

De ahí que la definición mínima de la noción de *ciudadanía comunicativa* plantee una dirección doble: de los medios hacia el ciudadano (oferta mediática) y del ciudadano hacia los medios (consumo cultural). En ambos sentidos, el ciudadano es un actor social que ejerce íntegramente su derecho garantizado por el Estado no sólo a recibir, sino a investigar y difundir información y opinión por cualquier medio, y asume activamente sus responsabilidades en la generación y reproducción de procesos de formación de opinión y deliberación públicas, participación y control sociales.

Por su parte, los medios demuestran —o deberían hacerlo por la responsabilidad social que les ha sido delegada—, que les reconocen como beneficiarios directos e interlocutores suyos, asumiendo su corresponsabilidad en la construcción de espacios públicos verdaderamente participativos, conducentes a la definición y ejecución de estrategias y acciones de desarrollo.

Esta ligazón que se va construyendo cotidianamente en relación desigual (el medio propone/enuncia un discurso a partir de una serie de condiciones de producción y el sujeto dispone/interpreta en su contexto sociocultural), no significa, de ninguna manera, sumisión al sistema de medios masivos existente, sino que plantea la idea de apropiación y uso pasivo, crítico e indiferente, no exento de conflicto y competencia, racionalidad y emoción, deseo y decepción. De este modo, se configuran pertenencias, complicidades y seducciones en torno a percepciones o intereses comunes.

Empero, hay que manifestar la imagen ilusoria que, muchas veces, los medios montan en escena comercial para hacer creer a la gente que ¡participa y decide! (porque, imagínese, nos permiten hablar a través de “sus” micrófonos o aparecer en “su” pantalla).

No cabe duda que en muchos de estos se va tejiendo la idea misma de integración ilusoria o de ejercicio pleno de ciudadanía y sus derechos, a partir de una presunta equidad simbólica: intercambio dialógico, consumo cultural y acceso a espacios públicos. Nada más falso.

La información: de “poder” a “derecho humano”

El papel estratégico de la educación, del conocimiento y de las redes de información constituyen en la actualidad uno de los principales elementos de integración social al mundo moderno. Solamente un grupo muy reducido de latinoamericanos tienen acceso a redes de información y al manejo de las nuevas formas de conocimiento. Resulta pues fundamental que una renovación ciudadana busque una expansión de las nuevas formas de conocer y comunicar. (Cf. CALDERON; LEHNER 1998)

La información es fundamental para conocer y comprender la realidad actual. El hombre moderno tiene necesidades informativas que son satisfechas en gran parte por los medios de comunicación masiva y las TICs; empero, la selección y/o tratamiento que estos hacen no siempre está acorde con las aspiraciones, necesidades, exigencias y expectativas de los ciudadanos. La avalancha cuantitativa de mensajes coloca al individuo en una situación de “observador” o “recipiente” pasivo, en cuya producción parece no participar, lo que lo lleva a un estado de marginamiento social.

La información adquiere valor cuando consciente y apropiadamente se desea, busca y utiliza para construir una visión y un sentido particular de desarrollo, de futuro, en definitiva, de mundo. La información por sí sola no basta, se requiere de su análisis e interpretación para poderla convertir en conocimiento útil (informar es transmitir un saber a quien no lo posee), que brinde seguridad y dirección en el accionar cotidiano. El ciudadano es, en última instancia, el que le otorga valor a la información —frente a la entropía, el caos o la casualidad—, por tanto, es quien determina si la considera como ruido o como herramienta válida.

La *información estratégica de calidad* coadyuva en el proceso de toma de decisiones. Tiene, como cualquier otra mercancía que circula en el mercado dentro de un sistema económico de libre competencia, un determinado valor económico (el precio está en función del nivel de especialización que se busca) y de uso (grado de interpretación y aplicabilidad en función del nivel educativo), que lamentablemente no puede asumir la mayoría de la población (público consumidor). No porque no quiera, sino porque no sabe o no puede.

Esta información favorece la opinión sustentada, la participación permanente, el control social y la deliberación pública, se concentra en pocas manos. Circula por redes privadas de alto costo y por circuitos

“secretos” con carácter reservado, porque se constituye en un insumo estratégico para el movimiento del poder. De ahí que por su importancia se haya comenzado a calificar a esta aldea global —como la emplazara McLuhan— como sociedad de la información.

El sociólogo catalán Manuel Castells (1999) sostiene que estamos viviendo la *era de la información*³ caracterizada por una “revolución” que, bajo el nuevo paradigma tecnológico (TICs) y económico (globalización) actual, reemplaza la base productiva de la sociedad y penetra en el núcleo de la vida y la mente, inaugurando una diferente configuración estructural societal y flamantes relaciones virtuales.

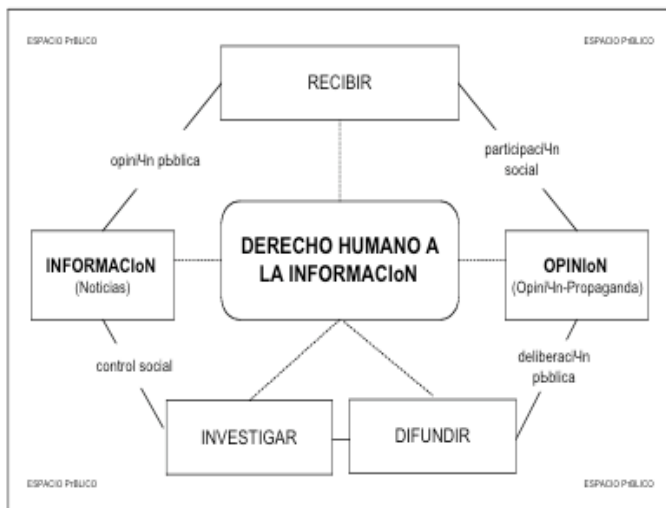
Diferentes estudios académicos en el campo de la comunicación revelan que hay una tendencia creciente en los informativos televisivos (de señal abierta a los que todos los que poseen el aparato pueden tener acceso), por impregnar las “noticias” con sangre, violencia y otros hechos que denigran la condición humana, porque así aumenta su rating de audiencia o, mejor dicho, sus ingresos económicos por concepto de publicidad.

Patrick Chareaudeau (2003) explica que a causa de su ideología (“seleccionar lo más sorprendente”, “mostrar a toda costa”), los medios construyen una visión parcializada del espacio público adecuada a sus objetivos, pero muy alejada de un reflejo fiel de la realidad empírica. Para él, los medios son un “espejo deformante” que dan testimonio de una parcela amplificada, simplificada o estereotipada del mundo. Aún de ese modo, son una de las tres esferas de configuración de las sociedades democráticas, además de la de lo civil y de lo político.

Tal es su importancia que el ejercicio pleno del *derecho a la información* se constituye en el eje articulador de la ciudadanía comunicativa (ver Gráfico No.1). El ciudadano ejerce su derecho a la información articulando procesos complementarios de formación de opinión y/o deliberación pública, de participación y/o control social, en el marco de configuración de esferas públicas democráticas, donde ellos son

actores protagonistas en la definición y búsqueda de su propio desarrollo.

Gráfico N.1 Modelo de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa



FUENTE: Elaboración propia.

Comunidades de intérpretes en movimiento

A través del acceso y consumo de los mensajes de los medios, en general, y de la información noticiosa, en particular, los sujetos se vinculan al ejercicio constante de formación de su ciudadanía. Dejan de ser un objeto sometido al poder para convertirse en sujeto y titular legítimo de poder. Constituyen y potencian su rol de actores sociales (a nivel individual, grupal e institucional), para poder decir su palabra públicamente e incorporarse en el sistema político de toma de decisiones colectivas, asegurando que exista una real práctica democrática.

Algunos medios, especialmente los de carácter comunitario y popular que superaron la estrecha visión de los fines de lucro, se constituyen en espacio de verdadera participación ciudadana⁴. Paradójicamente, estos son los medios que no tienen reconocimiento legal por parte del Estado en la mayor parte de los países de América Central y Sud América, por su crítica al sistema hegemónico, manifestando su permanente búsqueda de un flamante

orden social, económico y comunicacional más justo y equitativo⁵.

Cuando los mal llamados “receptores” de los mensajes de los medios, se asumen y desenvuelven como interlocutores, es decir como, *ciudadanos activos y participativos*, e interactúan con los otros sobre la base del respeto y reconocimiento recíprocos (el “otro” percibido y sentido como un semejante con el que tengo posibilidad de dialogar), institucionalizan procesos de cambio social consensuado, en función de la expansión de sus derechos políticos y sociales.

Este reconocimiento como ciudadano, en el que el individuo vale por sí mismo, por lo que es como ser humano, es el primer paso que lleva a asumir el compromiso de velar por la existencia de algo común que me liga a los otros: lo público. Y, precisamente aquí, se sitúa la edificación virtual de *comunidades de intérpretes*, a partir de la formación de acuerdos, creación de redes, espacios y comportamientos de solidaridad colectiva y, su derivación posible, en la conformación de esferas públicas: intereses, espacios e imágenes comunes.

La ciudadanía, en esta lógica de razonamiento, no es sólo un status sociopolítico determinado por un balance adecuado de derechos y deberes; sino, también, una *identidad compartida*, vale decir, una expresión de la propia pertenencia a determinado(s) segmento(s) dinámico(s) de público(s) en constante movimiento.

Esta identidad está estampada por un modo particular de apropiarse y usar los bienes simbólicos, fundamentalmente la información noticiosa, generando múltiples sentidos, en diferentes direcciones que muchas veces no coinciden con la intención del “todopoderoso” y “omnipresente” —tal como seguimos concibiéndolo en la práctica, a pesar de que la teoría ha mostrado que la cosa va por otro lado— emisor.

Para coadyuvar en la formación de la ciudadanía desde el Estado se pueden impulsar acciones de educación ciudadana y para la recepción, además de la formulación de políticas públicas a partir de procesos investigativos que identifiquen las demandas de los sectores sociales involucrados, tal como veremos en los dos acápites que vienen a continuación.

Educación ciudadana y para la recepción

Se aprende, cada día, a ser ciudadano. No hay un modelo ideal a seguir o imitar. Cada persona ejerce, de manera particular, su propia cultura política ciudadana, en un marco legal y democrático instituido desde el Estado. La familia, la escuela y los medios son los ámbitos que mejor “ejemplifican” el ser ciudadano. Es ahí donde se debe comenzar a intervenir para generar procesos educativos que coadyuven en la formación del ciudadano activo, crítico y participativo.

Educación en la ciudadanía es *æviene* a decir con razón Adela Cortina (1996) ayudar a cultivar las facultades (intelectuales y sentientes) necesarias para apreciar y practicar los valores ciudadanos. Por eso, la educación en la ciudadanía es, necesariamente, una educación en valores morales cívicos, que se constituyen en articuladores de los demás valores estéticos, religiosos, etc.

Los valores morales cívicos nucleares para la ciudadanía son fundamentalmente, siguiendo a Cortina, los siguientes: la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto activo y la disposición a resolver los problemas comunes a través del diálogo (ver Cuadro N.2).

¿Cuánto hemos avanzado en el desarrollo y práctica de estos valores en los países americanos? ¿Cuál es el interés del Estado en promover la educación ciudadana, así como la creación de espacios de reflexión y debate del significado que tiene la pertenencia a un Estado multicultural? ¿Qué acciones realizamos para instaurar un ambiente de solidaridad y de sentido de comunidad que supone respeto, diálogo, búsqueda de consensos y respeto a las diferencias? ¿Qué rol hemos asumido para propiciar espacios participativos, respetuosos y dialógicos en el que cada actor se convierta en un protagonista activo, reflexivo y comprometido consigo mismo y con sus conciudadanos?

Cuadro N.2 Valores morales cívicos para la educación ciudadana

FUENTE: Elaboración propia sobre la reflexión de Adela Cortina (1997).

William Galston (citado por López, 1997), explica que para una ciudadanía responsable se requiere, además, una serie de virtudes divididas en cuatro grupos:

- Virtudes generales:** coraje, observancia de la ley, lealtad.
- Virtudes sociales:** independencia, apertura.
- Virtudes económicas:** ética laboral, capacidad de postergar la propia satisfacción, adaptabilidad al cambio económico y tecnológico.

- Virtudes políticas:** capacidad para discernir y respetar los derechos de los demás, voluntad de demandar sólo lo que puede ser pagado, habilidad para evaluar el desempeño de quienes detentan cargos públicos, voluntad para involucrarse en la discusión pública.

Por otro lado, Mercedes Charles (1995) apoya y amplía lo mencionado sugiriendo que la *educación ciudadana* debe poner los cimientos en la formación de la cultura ciudadana: el respeto a los otros, la tolerancia, la actitud de escuchar y comprender, la solidaridad y la colaboración, el diálogo, la participación activa, el trabajo en equipo (sentido de grupo), la búsqueda de consensos, el respeto a las diferencias, la formación de un pensamiento sistemático y crítico. Porque, como dice la autora,

“[...] la democracia, necesariamente implica interacción, intercambio, coexistencia de coincidencias pero también de diferencias; implica crear espacios y foros diversos donde se ponga en la escena social la pluralidad y proyectos que existen en la sociedad” (CHARLES 1995:177).

Asimismo, Charles plantea que la conformación de esta cultura ciudadana puede ser muy bien trabajada desde la *educación para la recepción*, creando espacios de reflexión y debate donde se proporcione a los grupos herramientas para reapropiarse de los mensajes y conformar un pensamiento autónomo,

VALOR MORAL CÍVICO	PRINCIPIO	DESCRIPCIÓN
Igualdad	Todas las personas son iguales en dignidad, por lo que merecen igual consideración y respeto	- De todos los ciudadanos ante la ley - De oportunidades vitales - En ciertas prestaciones sociales
Respeto activo	Interés por que el otro pueda vivir según sus convicciones y criterios	- Soportar que otros piensen de forma distinta y que tengan ideales de vida feliz diferentes a los míos (aprecio positivo del otro) - Interés activo por comprender y ayudar a llevar adelante sus proyectos siempre que representen un punto de vista moral respetable - Interés activo en que el otro pueda defender sus principios aunque no se comparta sus concepciones de vida (construcción compartida) - La tolerancia se convierte en respeto desde la solidaridad
Solidaridad (fraternidad)	Actitud de una persona que pone interés en otras y se esfuerza por los asuntos de esas otras personas participando con el mismo empeño en cierta cosa (causa común)	- Es valor moral cuando no es solidaridad grupal, sino solidaridad universal, por ejemplo, paz, desarrollo, respeto al medio ambiente, etc. - Valor indispensable para vivir bien
Diálogo	Acción comunicativa que compromete a quien lo realiza y a quien lo acepta, y lo hace responsable en la búsqueda compartida (cooperativa) de lo verdadero y de lo justo	- Deben participar todos los afectados como protagonistas/interlocutores - Estar dispuesto a escuchar para mantener o modificar su posición - Bilateral - Que todos puedan expresar sus puntos de vista y replicar - Encontrar solución justa - Entender al interlocutor - Descubrir lo que tenemos en común - Atender a intereses universalizables, es decir, de todos los afectados

responsable y fundamentado sobre la base del diálogo.

Los *programas de educación para la recepción* implican la generación de procesos educativos con el fin de que las personas aprendan a usar los medios desde diversas perspectivas, para integrarlos a procesos de desarrollo de sus potencialidades y que, además, estas se constituyan en interlocutores aprendiendo a ser emisores comprometidos con su propio proceso pedagógico y con el de los demás.

Por esto, es necesario incrementar las potencialidades y competencias de las personas y grupos, para que puedan seleccionar información que consideren valiosa y relevante, sistematizar, analizar, reflexionar y discutir sobre ella y confrontarla con fuentes alternativas que sirvan como complemento y parámetro de comparación. De lo que se trata es de convertir a la información que circula por los medios, en estructuras de sentido (significados relevantes) capaces de orientar y permitir la acción ciudadana, a través de un acercamiento selectivo, reflexivo, analítico y crítico a los medios, en general, y a la información, en particular.

Para Humberto Vandenbulcke (1999), la *educación ciudadana* persigue —frente a la pasividad, resignación, lamento y sumisión de mucha gente en la sociedad actual— los siguientes propósitos:

- Sacar a la gente de su pasividad y encausar procesos para que llegue a la propuesta, la iniciativa, la búsqueda de soluciones, la formulación de propuestas, la toma de iniciativas y la acción individual y colectiva.
- Aumentar la participación de la población en la (auto)gestión de la sociedad.
- Democratizar y potenciar a la sociedad desde abajo, es decir, desde la sociedad civil.
- Defender los derechos y promover también los deberes ciudadanos con respecto al mejoramiento de la calidad de vida (desarrollo integral).



- Llenar a la gente de confianza y afirmar la identidad de los pobres para poder luchar y actuar en la sociedad.

Todo lo anterior requiere la adquisición de *códigos de modernidad*, vale decir, un conjunto de conocimientos y destrezas necesarios para participar en la vida pública y desenvolverse productivamente en la sociedad moderna.

La participación, entendida como un factor clave para el acceso igualitario a la vida pública, se asienta en el intercambio comunicativo de la sociedad que se manifiesta, según para que las personas puedan expresar sus demandas y opiniones en los medios de comunicación masiva, manejar los códigos y las destrezas cognoscitivas de la vida moderna para adquirir información estratégica y expandir sus opciones vitales, manejar las posibilidades comunicativas y el ejercicio de derechos para defender sus diferencias culturales y desarrollar sus identidades de grupo o de territorio (Cf. CALDERÓN; et.al. 1996).

Investigación estratégica en comunicación

Todo el trabajo en educación ciudadana y para la recepción carece de sentido si no encuentra su sustento en políticas públicas que se generen participativamente desde las demandas de los futuros usuarios y beneficiarios de las mismas.

En esta dirección, la *investigación estratégica* brinda los insumos necesarios y suficientes para generar argumento para la discusión de *políticas públicas de comunicación*, porque se refiere a fenómenos sociales y culturales concretos que pueden corroborar al desarrollo humano.

Para ello, los resultados de las investigaciones tienen que ser socializados a través de planes de comunicación

educativa e información masiva (medios de comunicación), grupal (organizaciones sociales, instituciones, ONGs) e interpersonal (operadores de políticas y políticos) que, articulados en redes temáticas, generen en los diferentes actores sociales y políticos, reflexión y debate públicos, consenso y toma de posición, exigencia y control social en la puesta en marcha de las políticas.

En esta dirección, se plantean las siguientes estrategias, a manera de recomendaciones:

- ♦ **Cultura del debate público.**- El rol de la investigación estratégica es el de plantear problemas ante la sociedad, que sean textos de discusión, de socialización y de reflexión crítica. Es importante dar a conocer estas investigaciones, no sólo en actos oficiales de entrega, sino como textos de análisis.

A partir de los resultados de los estudios, los investigadores pueden generar espacios públicos de diálogo, reflexión y discusión (seminarios, talleres, foros, debates, etc.) con los actores sociales y políticos involucrados en la problemática analizada.

En estos espacios convergen los diferentes intereses y demandas de las instituciones públicas, de desarrollo regional y de las organizaciones de base, con los de la comunidad académica. Son cruciales para la reformulación, contraste y validación de los resultados, en función de la búsqueda de consensos susceptibles de influir en la formulación e implementación de políticas públicas municipales, departamentales y nacionales. Éstas son el resultado de la amplia participación —y presión— de los diferentes actores y sectores sociales involucrados.

En esta lógica, la Academia podría constituirse en catalizador e inductor de estos procesos a través del debate, que busque consensos, con suficiente participación social e institucional. Así, podría organizar espacios de discusión pública donde se discutan resultados en torno a un mismo eje temático, analizado desde la perspectiva de diferentes regiones y actores (académicos, dirigentes, políticos, operadores de políticas, ONGs, etc.).

- ♦ **Alianzas estratégicas.**- Los equipos académicos de investigación deben tomar, desde el inicio del proceso —inclusive en la formulación del proyecto de investigación—, la iniciativa de acercarse e involucrar

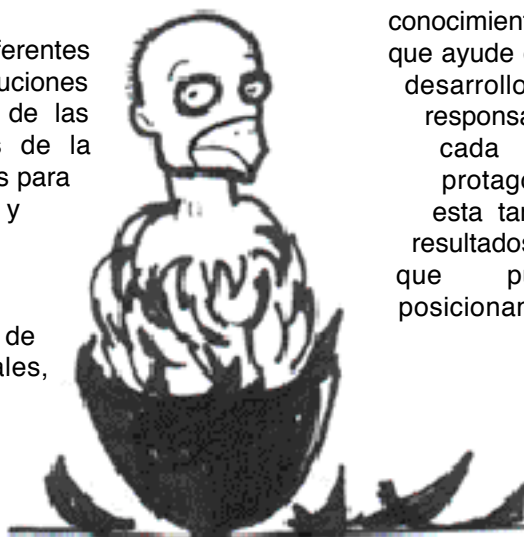
a los medios de comunicación, la cooperación internacional, las organizaciones sociales y las instancias no gubernamentales y gubernamentales, directa e indirectamente ligadas con la temática-problemática del estudio. Éstas pueden enviar un comisionado al equipo para que apoye la realización de la investigación.

Con algunas de estas instancias, será conveniente firmar convenios interinstitucionales de trabajo y mutua cooperación, avalados por la(s) Universidad(es) de pertenencia de los miembros del equipo. Esta podría realizar el *lobby* colectivo, para iniciar el contacto con los investigadores. La continuidad de la investigación y la aplicación de los resultados, están en gran medida relacionadas con este aspecto.

Este proceso de involucramiento debe tender a la generación del conocimiento, en forma conjunta, para que ayude en el cambio de la visión del desarrollo y del futuro, y de las responsabilidades que engendra en cada uno de los actores protagonistas comprometidos en esta tarea. El impacto real de los resultados se medirá en la medida en que puedan favorecer el posicionamiento de los diferentes actores con relación a una problemática concreta.

Las Universidades desempeñan un rol crucial en esta dirección. Ellas deben articular e interactuar con los diferentes actores locales, regionales, nacionales e internacionales, construyendo redes que favorezcan la toma de decisiones públicas con los insumos de las investigaciones.

Asimismo, es importante que las instituciones y las organizaciones sociales promuevan la investigación, en estrecha coordinación con la comunidad intelectual y de investigadores, planteando proyectos, creando espacios de intercambio de experiencias, reflexionando alternativas de proyectos,



etc. De este modo, se garantiza, de algún modo, la posibilidad de involucrar las demandas e intereses de la sociedad civil organizada.

Notas y referencias

1. Al respecto, Rosa María Alfaro (1995) sostiene que hoy la ciudadanía se construye desde el ser público de los medios masivos de comunicación. Estos, amplía la autora, se han formado como nuevas instituciones culturales que definen lo público, constituyéndose en escenarios donde se construye el poder, donde se legitiman actores, personajes y temas”.
2. En palabras de García Canclini el consumo cultural es “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.” (1993: 34) Por lo tanto, el estudio del consumo cultural aparece, así, como un “lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que deseamos, el lugar que tocará a cada sector, el papel del poder público como garante de que el interés público no sea despreciado. Conocer lo que ocurre en los consumos es interrogarse sobre la eficacia de las políticas, sobre el destino de lo que producimos entre todos, sobre las maneras y las proporciones en que participamos en la construcción social del sentido” (1993: 42).
3. Castells (1999: 47) establece una distinción analítica entre las nociones de sociedad de la información y sociedad informacional. El primer término destaca el papel de esta última en la sociedad, aunque él sostiene que la información —como comunicación del conocimiento— ha sido primordial en todas las sociedades. En contraste, el término informacional, “indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico.”
4. Cfr. Carlos A. Camacho Azurduey. Las radios populares en la construcción de ciudadanía. Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia, 1ª ed., UASB, La Paz, 2001, pp. 275.
5. Recientemente en Bolivia, y luego de varios años de lucha e “ilegalidad” de estos medios, fue promulgado un Decreto Supremo que reconoce, respeta y protege la labor de la Radiodifusión Comunitaria.

Bibliografía

- ALFARO, Rosa María (1995) “Descifrando paradojas ciudadanas: una mirada cultural a la política” en aa.vv., Los medios, nuevas plazas para la democracia, 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 109-131.
- CALDERÓN, Fernando, HOPENHAYN, Martín y OTTONE, Ernesto (1996) Esa esquiva modernidad. Desarrollo, ciudadanía y cultura en América latina y el Caribe, 1.ª ed., Caracas, unesco, Nueva Sociedad, pp. 112.
- CALDERÓN, Fernando y LECHNER, Norbert (1998) Más allá del

Estado, más allá del mercado: la democracia. La Paz, Bolivia, Plural editores/CID, 88 pp.

- CAMACHO AZURDUY, Carlos Alberto (2001) Las radios populares en la construcción de ciudadanía. Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia, 1ª ed., UASB, La Paz, 2001, pp. 275.
- CASTELLS, Manuel (1999) La era de la información: economía, sociedad y cultura, Vol. 1 - La Sociedad Red. 1ª ed., 3ª reimp., Madrid, España, Alianza Editorial, pp. 590.
- CHAREAUDEAU, Patrick (2003) El discurso de la información. La construcción del espejo social. 1ª ed., Barcelona, Ed. Gedisa, pp. 317.
- CHARLES, Mercedes (1995) “Educación para la recepción ciudadana”, en aa.vv., Los medios, nuevas plazas para la democracia. 1.ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 163-177.
- CORTINA, Adela (1996) Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía. Madrid, España, Alianza, pp. 265.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1993) “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica” en GARCÍA CANCLINI, Néstor (coord.), El consumo cultural en México, («Pensar la Cultura»). 1ª ed., México, cnca, Grijalbo, pp. 15-42.
- GARRETÓN, Manuel Antonio (1994) “Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general”, en aa.vv., Los medios, nuevas plazas para la democracia. 1ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 97-108.
- HERMOSILLA, María Elena (1995) “La educación que viene de los medios: el aporte de los estudios de recepción” en aa.vv., Los medios, nuevas plazas para la democracia. 1ª ed., Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 179-186.
- LÓPEZ JIMÉNEZ, Sinesio (1997) Ciudadanos reales e imaginarios. Concepciones, desarrollo y mapas de la ciudadanía en el Perú, Lima, Perú, Instituto de Diálogo y Propuestas, pp. 513.
- VANDENBULCKE, Humberto (1999) “La radio popular en la educación ciudadana. La experiencia de la red de udeca”, conferencia magistral presentada en la Asamblea General de erbol realizada en julio en la ciudad de Cochabamba, pp. 7.
- VILLAMAYOR, Claudia y LAMAS, Ernesto (1998) Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. 1ª ed., Quito, amarc, Fundación Friedrich Ebert Stiftung, pp. 258.