

Autor: Omar Rincón*
Título: DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CÓMO FORMAR EN CIUDADANÍA?"
Ciudad: Bogotá, 2004
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ¿CÓMO FORMAR EN CIUDADANÍA?

¿Qué son las competencias ciudadanas?

Competencias ciudadanas que buscan que los colombianos sean competentes (tengan la capacidad) para aplicar conocimientos y habilidades cognitivas emocionales y comunicativas que lleven a

- (1) la convivencia pacífica,
- (2) la participación y responsabilidad democrática
- (3) pluralidad, identidad y valoración de las diferencias
- (4) todo esto enmarcado en el respeto y la defensa de los derechos humanos.

La ciudadanía como concepto político propone que todos somos iguales, que todos tenemos derecho a tener derechos, que somos ciudadanos los que actuamos la sociedad a partir de reglas equitativas y justas de convivencia. La ciudadanía dentro del proyecto de construcción de sociedad democrática, implica:

- “Una tensión entre proyectos de reconocimiento - que implican presencia de diferencia - y proyectos de ciudadanía que implican aspiraciones de igualdad ante la ley” (Cabrera, 2002).
- La ciudadanía es una figura política: “La adquisición de referentes y competencias políticas capaces de propiciar y estimular la participación activa en los espacios políticos. Obviamente se trata de ir más allá de votar. Se trata de adquirir información, desplegar intereses, cultivar actitudes y adoptar criterios que contribuyan a construir y enriquecer un espacio público plural” (Cabrera, 2002).
- La ciudadanía es una aventura para dejar la condición de individuo y ganar la experiencia de colectivo; una acción de improvisaciones, aciertos y desaciertos.

La ciudadanía se pone de moda por cuanto asistimos a una crisis de los agentes tradicionales de socialización (iglesia, familia, escuela); una crisis de las formas de representación (partidos, sindicatos); una efervescencia de un sistema político llamado democracia (un

* Coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert.

adjetivo, más que un ethos); una moda de movilización social-territorial (una combinación entre arribismo y desplazados).

¿Qué son los medios de comunicación?

- (i) Los *media* son productivos en establecer puntos de referencia comunes a toda una sociedad, son potentes en cuanto proponen y estabilizan representaciones, formación de imaginarios colectivos.
- (ii) “Los media son potentes de lo que tenemos derecho a esperar y desear” (Martin-Barbero, 2000: 32).
- (iii) “Los medios, especialmente la televisión, han sido capaces de recuperar el “habla mítica” del pueblo (Reguillo, 2000: 195).
- (iv) Los medios establece marcos de referencia de lo experimentable a través del relato.
- (v) Los medios comunican desde y en la lógica del entretenimiento. Los mensajes se ven desde los tiempos del ocio, el afecto y la diversión. [¿Los medios de comunicación recuperan el goce del aprender propio de la educación?]
- (vi) Los medios de comunicación buscando la masividad debe simplificar sus mensajes, trabajar sobre referentes arquetípicos y narrar con base en géneros que establecen los pactos de comunicabilidad entre productores y audiencias.

¿El problema?

El concepto a comunicar: No sabemos qué es. En un país en el cual la democracia es un adjetivo, la ciudadanía es una ficción. Las competencias ciudadanas: No se comprende el concepto. No se ha socializado lo que significa ser “competente”. Las competencias ciudadanas debe llegar a ser: “una experiencia *individualmente* experimentada, *socialmente* construida y *culturalmente* compartida” (Reguillo, 2000: 189).

Propuestas desde lo medios

- (i) Producir unos medios y una televisión útil para que los ciudadanos con los recursos de la vida cotidiana y con los aprendizajes básicos puedan garantizar su competitividad y asegurar el mejoramiento de la calidad de vida.
- (ii) Realizar un compromiso de responsabilidad: concepto de nación.
- (iii) Actuar una ética cotidiana: Los mínimos éticos, por ejemplo, la corrupción.
- (iv) Establecer los referentes “narrativos” de las competencias ciudadanas. Contar las historias que expresen el concepto de competencias ciudadanas.
- (v) Establecer referentes de cotidianidad ciudadana. El ejemplo, del cigarrillo y leer.

- (vi) Diversificar los accesos en voces, estéticas y saberes.

Textos Básicos:

BECK, Ulrich (1998). **La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad.** Buenos Aires, Paidós.

CABRERA, Fabrizio (2002). **Multiculturalidad, ciudadanía y ciudad.** Conferencia en Simposio "Pensar a Cali". Septiembre 20.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor (1995) **Consumidores y ciudadanos.** México: Grijalbo.

LECHNER, Norbert (1993). **Modernización y modernidad: la búsqueda de ciudadanía.** En: SALLES, V. Y ZAPATA, F. (comp). **Modernización económica, democracia política y democracia social.** México: CES/Colegio de México.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1996). **Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos.** Cali: Universidad del Valle.

RINCÓN, Omar (2001). **De la desconexión a la conexión, Medios de comunicación y movimientos sociales.** Bogotá: Revista *Signo y Pensamiento* #38, Universidad Javeriana, pp. 11-23.

ROTKER, Susana (ed.) (2000). **Ciudadanías del miedo.** Caracas: Nueva Sociedad. En este volumen: MARTIN BARBERO, Jesús (2000). **La ciudad: entre medios y miedos,** pp. 29-35.

REGUILLO, Rossana (2000). **La construcción social del miedo,** pp. 185-201.