Cartógrafos de identidades móviles

Ciudadanos, medios y nación piensa el tema de la identidad nacional desde la comunicación. Se acerca a las ciudadanías comunicativas, los relatos de nación y las narraciones de identidad que construyen los colombianos y observa cómo los medios de comunicación inciden en este proceso.

Por Marisol Cano Busquets

De Túquerres a Pailitas, de Itsmina a Cocorná, de Chinácota a Inírida o de Ubaté a Tuluá. Todos ellos son sólo un ejemplo de las travesías, los territorios y los espacios de diálogo que pusieron a contar a los habitantes de 33 municipios de nuestro país qué es eso de ser colombiano. Los investigadores iban tras el presente de la identidad colombiana, tras los imaginarios y mentalidades que se construyen de conceptos como ciudadanía, nación e identidad, y preguntándose por el papel de los medios de comunicación en este proceso.

Los de la identidad nacional son terrenos movedizos, sospechosos, ambiguos. Se les teme. Crean desconfianza. Son más las preguntas que las respuestas. Los discursos de la identidad están llenos de imágenes, símbolos, frases, palabras, mitos y estereotipos. ¿Cómo acercarse a ellos? Por tradición, desde un enfoque historicista. Poco se ha buscado interpretar el fenómeno en relación con las agendas de los medios de comunicación, desde un enfoque cultural y discursivo. En ello radica el valor de la investigación que aquí presentamos, también las nuevas desconfianzas, especialmente, las que provienen de la orilla de los sectores más tradicionales de las ciencias sociales.

Ciudadanos, medios y nación es un trabajo revelador. Conjuga los esfuerzos de la Universidad Javeriana, el Centro de Investigación en Educación Popular –Cinep– y Colciencias. Fue capaz de convocar a más de 25 profesionales, entre los que se encontraban sociólogos, periodistas, físicos, matemáticos, músicos, politólogos y antropólogos, quienes con avidez y compromiso impulsaron la búsqueda y lograron una metodología innovadora. Abrió espacios de diálogo y se concentró en el país que es consultado con muy poca frecuencia, salió de los núcleos urbanos y su territorio de observación, se trasladó a pequeñas poblaciones de once regiones del país, aquellas que tienen procesos de construcción de Estado muy desiguales y diferenciados regionalmente.

> "PARTÍAMOS DE QUE ÍBAMOS A ENCONTRAR LA IDENTIDAD COLOMBIANA Y NOS DIMOS CUENTA DE QUE LO QUE HAY ES UNA EXPLOSIÓN DE IDENTIDADES SIEMPRE EN RECONFIGURACIÓN Y COMPLETAMENTE MÓVILES".

El objetivo general, comenta el comunicador y sociólogo Camilo Tamayo, su investigador principal, era indagar por categorías muy gruesas: ciudadanía, nación e identidad, pero desde preguntas que apelaran a la cotidianidad de la gente. "No desarrollamos el ejercicio de preguntar a una persona qué entiende por nación o por identidad. No nos interesaba el saber experto, el que indaga por cuánto conoce usted de ciudadanía o de historia de Colombia. Creíamos más en lo que llamamos las preguntas de salida".

En las preguntas, las claves

"Que qué destaca de su municipio, que qué hace en su tiempo libre, que quiénes defienden sus intereses, que si ha contribuido a solucionar algún problema de su comunidad, que qué no puede faltar en la casa de un colombiano, que dónde se entera de lo que pasa, que quién es el más colombiano de todos los colombianos...".

Y así hasta completar una rica batería de 18 preguntas, cuidadosamente estudiadas y validadas. De ahí fue de donde partieron los investigadores para finalmente llegar a elaborar mapas regionales y nacionales de agendas ciudadanas y mediáticas, que dieran cuenta de las construcciones simbólicas de lo que hoy puede entenderse como lo nacional o lo colombiano.

La original batería de preguntas hizo parte de una metodología que comprendió un componente cuantitativo, uno cualitativo y otro hermenéutico. La idea era cruzar

FOTOGRAFÍA DE DANIEL RUÍZ. ARCHIVO DE LA INVESTIGACIÓN "MEDIOS, CIUDADANOS Y NACIÓN". Niños y jóvenes de Riosucio, en Chocó, participan en los registros audiovisuales de la investigación.

técnicas y métodos tan diversos como el muestreo estadístico, el sondeo telefónico, entrevistas en profundidad, estructuradas y semiestructuradas, grupos focales y observaciones etnográficas.

Los investigadores definieron tres categorías. A la primera la llamaron "ciudadanías", con el fin de entender cómo los medios y los procesos de comunicación ayudan a conformar algún tipo de ciudadanía en esos lugares de Colombia. La segunda, fue "nación", a partir de la cual buscaron mirar qué relatos de país y qué memorias sobre la nación conocen las personas, a través de los medios y en ambientes donde construyen su vida social, como la familia, la escuela y el barrio. Y la tercera fue "identidades", desde donde estudiaron cómo las identidades de estas personas se ven afectadas por los relatos que vienen de los medios y por las prácticas sociales que desarrollan en sus municipios.

Confirmaron que los medios proveen relatos leves, no oficiales, para construir identidades. La televisión, con sus melodramas, tiene un peso simbólico importante en esa configuración. Es el medio de mayor penetración y a través del cual las personas se enteran de lo que pasa. Identificaron que existe una conexión clara entre estos lugares y los procesos que suceden en el espacio internacional y que en las identidades locales hay referentes culturales y estéticos, ubicados en otros países que se afianzan al pasar por los medios internacionales con los que se tiene contacto.

Los resultados llaman la atención sobre los procesos muy diferenciados y desiguales de construcción de identidades y de nación que vive Colombia y sobre la tremenda heterogeneidad de identidades y naciones que se dan en el país. Los referentes de ciudadanía y la manera como se vive la nación en esos territorios muestran unas colombias muy disímiles y dispares entre ellas. "Si desde la sociología, la ciencia política y la historia se ha analizado que Colombia es un país en proceso de construcción y que tiene una mirada diferenciada regionalmente, podemos decir que desde los procesos comunicativos y simbólicos se generan esos mismos grados de diferenciación", comenta Tamayo, quien dirigió la investigación junto con Andrés Medina, físico, antropólogo y matemático.

Contradicciones al desnudo

Este trabajo arroja muchos datos significativos, acá destacamos sólo algunos. Al indagar sobre lo que hacen los colombianos en el tiempo libre o por las actividades grupales en las que les gusta participar, fue posible comprender cómo se ejerce la ciudadanía, cómo se hace parte de una comunidad y cómo se construye lo público. La fuerza está más en el tipo de ciudadanía que se configura en torno al deporte o a través de los medios, que en las actividades religiosas o políticas. Los habitantes de los municipios consultados destinan la mayoría de su tiempo libre al hogar y a ver televisión, y sólo un 6% participa en actividades políticas, el espacio grupal privilegiado para construir lo público.

En el ejercicio de la ciudadanía se presupone que el Estado tiene una incidencia importante, en la medida en que debe garantizar unos derechos, de ahí que se hiciera la pregunta "¿Quién defiende sus intereses?". El porcentaje más alto de respuestas fue "mi familia", 54%, o "yo mismo", 28%, evidencia contundente de lo ausentes que están en estos territorios el Estado, las instituciones y las autoridades. Y cuando se pregunta al ciudadano si ha contribuido en la solución de algún problema de su comunidad, es revelador encontrar una negativa como respuesta principal. La solución institucional a los problemas, el control político o la mediación en conflictos, asuntos que pasan por procesos formales en el ámbito político, no están presentes.

El estudio permitió observar los procesos de construcción de memoria, en particular de lo que se llamó "memoria mediática". La gente recuerda las noticias, las novelas y la violencia desde una perspectiva nacional. Lo que preocupa a los investigadores es que en Colombia no exista una diversidad de medios lo suficientemente amplia para generar procesos de memoria y de identificación en lo local. Se destaca que las demandas de las personas al Estado estén relacionadas con las agendas mediáticas, por eso habría que reflexionar sobre la responsabilidad que les compete a los medios en los procesos de construcción de ciudadanía en sus audiencias.

En esto de indagar por la identidad, una pregunta como "¿Qué tenemos en común los colombianos?", deriva en respuestas sublimes, emocionales, subjetivas: "somos solidarios", "queremos la paz", "amamos el país". Es un imaginario muy positivo que contrasta con la evidencia de una persona que no participa, no construye en lo público y es individual. La investigación desnuda grandes contradicciones de lo que es un proceso de formación de país.

Con los resultados fue posible realizar dos mapas sociocomunicativos que muestran cómo los relatos de país, de nación y de ciudadanía, conectan diversos territorios y contienen elementos e imaginarios compartidos, que permiten trazar las regiones mentales de los participantes.

¿Qué entienden hoy por nación los colombianos? No hay una nación colombiana, sino múltiples naciones y cada colombiano tiene una representación de nacionalidad diferente, muy marcada por los procesos coyunturales que ha vivido en un determinado territorio. Todavía se está construyendo "un relato de nación" que dé cuenta de lo bueno que es ser colombiano y de la nación imaginada. ¿Y cómo se construyen los relatos de identidad? Definitivamente con referentes que pasan por los medios, especialmente por la televisión.

Como bien dicen los investigadores "en este movimiento constante de las identidades, los medios de comunicación y los productos culturales son elementos que generan constantes inestabilidades en las identidades de los sujetos, pues son múltiples y frecuentes los mensajes ante los cuales el individuo escoge y reconstruye constantemente lo que es y de lo que se distancia".

De ahí la expectativa de quienes participaron en esta trabajo, muchos de ellos haciendo hoy su doctorado por fuera del país, en regresar para dar continuidad a un *Ciudadanos, medios y nación* aún más poderoso.

PARA LEER MÁS

» Diálogos Cinep. Podcast: "Medios, ciudadanos y nación". Disponible en: http://www.cinep.org.co/node/608. Recuperado 01/10/2010.