

RECONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO URBANO DE BARRANQUILLA (COLOMBIA): DE LA CIUDAD MEDIADA A LA CIUDAD SOÑADA

Pamela Flores

Me aferro a ti, extraña ciudad sin nombre.

Tallulah Flores



FOTO: PAMELA FLORES

*Barranquilla es una ciudad que
se usa precariamente.*



FOTO: PAMELA FLORES

El centro comercial recupera la noción de barrio.



FOTO: PAMELA FLORES

PAMELA FLORES

JEFE DE DEPARTAMENTO DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, UNIVERSIDAD DEL NORTE. MAGISTER EN PROYECTOS DE DESARROLLO SOCIAL, UNIVERSIDAD DEL NORTE- PARÍS XII, VAL DE MARNE. LICENCIADA EN EDUCACIÓN, UNIVERSIDAD JAVERIANA. COMUNICADORA SOCIAL, UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO. MIEMBRO DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE.
(E-MAIL: paflores@uninorte.edu.co)

RESUMEN

Esta investigación reconstruye el imaginario urbano en Barranquilla (Colombia) mediante encuestas y observaciones para establecer usos, relatos, metáforas y símbolos creados por sus habitantes. Los resultados revelaron profundas carencias en las relaciones del barranquillero con su entorno. Entre las razones para las conflictivas relaciones del habitante de los países en desarrollo con su ciudad está, además del deterioro, el miedo debido a la inseguridad ciudadana. Sin embargo, investigaciones han mostrado que este factor no sólo está asociado a niveles reales de inseguridad sino que la televisión hace significativos aportes a los miedos urbanos. Se realizó, entonces, una encuesta para establecer miedos simbólicos e incidencia de la televisión sobre ellos. La reconstrucción del imaginario muestra que desde la carencia es imposible construir ciudadanía. Las categorías trabajadas, «Estar», «Percibir», «Transitar» y «Negar la Ciudad», identificaron deterioradas relaciones del barranquillero con su ciudad, lo cual impone proyectos pedagógicos que cambien la percepción de los habitantes. La televisión tendría un papel fundamental en esta tarea y se recomienda que los periodistas se replanteen su saber sobre lo urbano para construir una ciudad mediada que conduzca a la ciudad soñada.

PALABRAS CLAVES: Ciudad, ciudad mediada, imaginarios urbanos, miedos urbanos, miedos simbólicos.

ABSTRACT

This research reconstructs the urban imaginary in Barranquilla (Colombia) through interviews and observations to establish uses, stories, metaphors, and symbols created by its inhabitants. The results revealed deep deficiencies in the relationships between the inhabitant of Barranquilla and his city. Among the reasons for the troubled relationships between the urban citizen of a developing country and his city are deterioration and the fear caused by the insecurity in the cities. However, different researchs have shown that the latter is not only associated to real levels of insecurity but television has made significant contributions to urban fears. We conducted interviews to establish symbolic fears and the incidence of television on them. The reconstruction of the imaginary shows that this precarious relationship is an obstacle to build citizenship. The categories analyzed to be, to feel, to cross and to deny the city helped us to identify a very poor relationship between the inhabitant and the city and the need of educational programmes to change the perceptions of people. Television should play a fundamental role in this process and it is recommended that journalists should review their knowledge about urban affairs to build a mediated city that leads to the dreamed city.

KEY WORDS: *City, mediated city, urban imaginary, urban fears, symbolic fears.*

FECHA DE RECEPCIÓN: ABRIL DE 2000

Las investigaciones recientes sobre la problemática urbana han abordado la ciudad desde una perspectiva que intenta aprehender el fenómeno desde el imaginario de sus habitantes. Condenados a lo urbano, hemos dejado de plantearnos utopías de regreso a la naturaleza para enfrentar la disgregada e impostergable tarea de construir ciudad. Y preguntamos, ¿qué es la ciudad? ¿Desde dónde aprehender el tejido de relaciones que la conforma? ¿Desde dónde asumir la multiplicidad cuando la ciudad es tejido de relaciones, encuentro de relatos, de memorias y olvidos? La ciudad es el espacio donde nos reconocemos en nuestra realidad caótica y precaria, pero también donde nos imaginamos desde el deseo, desde lo que quisiéramos ser y no somos. Esta ciudad deseada es la que buscamos en el transitar cotidiano y es la que anhelamos construir para que las generaciones futuras vivan una ciudad que de verdad lo sea.

Pero si el imaginario colectivo presenta las metáforas y símbolos que crean los habitantes para conjurar la carencia o el miedo, construir ciudad requeriría el ejercicio de ciudadanía mediante un proceso pedagógico que capacite para la participación. Sólo así es posible un proyecto que mejore la calidad de vida y permita la apropiación de lo urbano no desde la resignación o la confrontación sino desde la reflexión y la solidaridad. Por tanto, nos propusimos reconstruir nuestro imaginario como un primer paso para pensar la ciudad, recorriendo los lugares que usan los barranquilleros y estableciendo relaciones urbanas propias. Las formas de estar, percibir, transitar y negar la ciudad revelaron profundas carencias entre el barranquillero y su entorno. Las razones para las conflictivas relaciones del habitante urbano del Tercer Mundo con su ciudad son el deterioro y el miedo debido a la inseguridad ciudadana. Pero nuevas investigaciones han mostrado que este factor no sólo está asociado a la inseguridad real sino que la televisión hace significativos aportes a los miedos urbanos. Mediante encuestas se establecieron los miedos simbólicos en Barranquilla y la incidencia de los discursos televisivos sobre ellos. Puesto que desde la carencia es imposible construir ciudadanía, se requiere que concibamos un imaginario que permita soñar la ciudad desde la razón, imaginarla desde el interés colectivo y sospechar su belleza. Ya en el siglo IV a.C. Platón

asoció lo bueno a lo bello. Al pensar la ciudad, esta relación resulta ineludible.

JUSTIFICACIÓN

El abordaje de la compleja problemática que enfrentan las ciudades del Tercer Mundo, en las cuales, a los inconvenientes propios de cualquier gran ciudad se suman los problemas asociados a la miseria y los consiguientes miedos asociados a la violencia, se ha enriquecido, durante la última década, con los aportes comunicacionales que han permitido aprehender realidades y considerar variables que habían estado ausentes en las investigaciones urbanas.

Estas investigaciones han revelado que el análisis de los procesos comunicacionales a través del tejido urbano conduce a no desconocer los aspectos relacionados con el sentido que los habitantes de una ciudad específica dan al hecho de habitarla y al reconocimiento de las formas de expresión que producen los habitantes para resignificar su ciudad.

De ahí que una lectura de ciudad sea un aporte valioso al establecer programas que pretendan resolver los problemas urbanos. En el caso específico de Barranquilla, no existe un trabajo que dé cuenta de la manera como los barranquilleros asumen su ciudad y de los modos y usos que crean para habitarla. De manera que las políticas y programas de desarrollo urbano no consideran el imaginario de los barranquilleros y parten de supuestos ajenos a la percepción que los habitantes tienen de su propia problemática.

Por otra parte, constatada la incidencia de la televisión en las representaciones y en los mapas cognitivos de los seres humanos, hemos considerado que investigar la presencia de dicho medio en la construcción del imaginario colectivo es no sólo un aporte a la investigación misma sobre imaginarios urbanos, sino la posibilidad de transformar las ciudades a partir de usos de la televisión distintos a los comerciales.

COMUNICACIÓN Y CIUDAD

- LA CIUDAD DESDE LA PERSPECTIVA SOCIOCULTURAL. Las investigaciones de las últimas décadas han abordado la ciudad desde una nueva

perspectiva que intenta aprehender el fenómeno no ya desde su construcción física o estadística, sino desde las construcciones simbólicas originadas en el imaginario de los habitantes. Esta perspectiva aborda el hecho urbano a partir de dos fundamentos teóricos: a. La interdisciplinariedad como requisito para evitar visiones desconectadas, y b. La visión del usuario, receptor o consumidor como creador de sentidos y no como la pasividad sometida a unos dictámenes que le proporciona un existente fuera de sí mismo. El primero de estos fundamentos entiende la ciudad como «escenario de relaciones múltiples que permite una construcción social...», y « como ámbito fundamental para la mediación social entre lo individual y lo público »¹, lo cual implica abordar el hecho urbano desde una perspectiva sociocultural que integre desde las construcciones simbólicas vinculadas a los sueños y temores hasta las más concretas, como son las calles o plazas. El segundo impone que se aborde al habitante como capaz de participar en la construcción de su entorno en sus dimensiones simbólica y material reconociendo « las prácticas decodificadoras de las audiencias »², es decir, la capacidad del habitante de transformar la ciudad a partir de los usos y de las lecturas que elabora en su tránsito cotidiano. Esta mirada reconoce al receptor como sujeto capaz de elaborar o desplazar sentidos emitidos desde el poder. Aunque esta óptica enriquece las perspectivas teóricas, se reconoce que « en algunos casos (se llegó) a optimismos exagerados en términos de una democracia semiótica como práctica generalizada de la gente »³. Se resignifica así el debate partiendo de un sujeto que ni es la pasividad pura, ni se pretende inmune al poder, mucho menos cuando éste pasa por los medios de comunicación.

- DIMENSIÓN SIMBÓLICA DE LO URBANO. Así, la construcción teórica del entorno urbano pasa por la descripción del imaginario constituido por « los símbolos que sobre (la ciudad) construyen sus propios

¹ FERNANDO CARRIÓN, «Ciudad y Comunicación». En: Revista *Comunicación*, N° 18, p. 37, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 1995.

² LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio. *Cultura mediática y videopolítica en Colombia y América Latina*. IEPRI, Universidad Nacional, Bogotá, 1996, p. 13.

³ *Idem*.

moradores»⁴, por la memoria («*las historias y relatos que la gente hace*»)⁵ y las metáforas que representan la relación del habitante con su ciudad y determinan los usos del espacio. Esta ciudad imaginada transforma el escenario material creando formas que den sentido al caos ciudadano. De modo que una semiótica de lo urbano ayuda a comprender las perspectivas multiculturales que pueblan la ciudad contemporánea. Pero, puesta en duda la autonomía del habitante ante los diversos poderes, la lectura del imaginario también pasa por las propuestas hechas desde dichos poderes sobre lo que significa ser habitante urbano hoy.

- DINÁMICAS URBANAS EN COLOMBIA. Antonio Pasquali advirtió que los problemas de crecimiento descontrolado corresponden sobre todo al Tercer Mundo, donde no hay voluntad política para resolverlos,⁶ ya que allí las dinámicas urbanas se relacionan más con la miseria y la violencia rural y menos con actividades de desarrollo económico. Hasta los cincuenta, las comunidades rurales y urbanas eran culturalmente homogéneas; pero hoy las ciudades presentan un panorama heterogéneo y los grupos humanos no están ya ligados a una memoria territorial sino a solidaridades que, con frecuencia, pasan por los medios de comunicación⁷.
- USOS URBANOS. La dimensión comunicativa muestra que la ciudad es espacio de intercambio y encuentro; y que la restitución del espacio público se entiende no sólo en su dimensión física sino simbólica. En Barranquilla es visible el mal estado o la ausencia de espacios de encuentro, la disminución de la esquina como lugar del estar y del transitar, la desaparición de la «puerta de la calle» como sitio de convivencia. A ello sumemos la inseguridad y la apatía de los habitantes ante la falta de espacios para un uso creativo de la ciudad.

⁴ SILVA, Armando. *Imaginarios urbanos*. Bogotá, Tercer Mundo, 1997, p. 21.

⁵ *Ibíd.*, p. 22.

⁶ PASCUALI, Antonio. «La ciudad como artefacto comunicante». *Revista Comunicación*, *op. cit.*, p. 114.

⁷ BARBERO, Jesús Martín. *Dinámicas urbanas de la cultura, en comunicación y espacios culturales en América Latina*. Bogotá, Universidad Javeriana, 1994, p. 134-149.

TELEVISIÓN Y CIUDAD

■ TRANSFORMACIONES EN LAS RELACIONES DE PODER. Una característica del presente es «*el desplazamiento de las fuentes de producción de la cultura de sus fuentes tradicionales hacia las industrias especializadas de producción cultural*»⁸, al punto que las tecnologías han creado la llamada cultura mediática. Este desplazamiento ha alterado las relaciones de poder y transformado las funciones de las fuentes tradicionales, las cuales se resignifican a través de los medios de comunicación. La televisión se ha convertido en escenario privilegiado del poder y ha imprimido a los poderes tradicionales su propia lógica y resignificado las relaciones de poder.

■ TELEVISIÓN Y REALIDAD. Ya Walter Lippmann⁹ anotó que los medios proporcionan un amplio porcentaje de realidad comparado con las observaciones originales y que un mundo fuera de lo inmediato aparece junto a las observaciones directas sin que discernamos entre unas y otras. Así, el habitante urbano hoy vive simultáneamente la ciudad real y la ciudad mediada sin, al parecer, establecer diferencia. De modo que: ¿Puede la construcción de un imaginario ignorar las relaciones que el habitante crea con su ciudad a partir de las imágenes televisivas?

■ DE LA CIUDAD MEDIADA A LA CIUDAD SOÑADA. La ciudad contemporánea es, según anota Pérgolis, palimpsesto y laberinto. Su fragmentación, sus solidaridades sin territorio, hacen que el habitante la reconozca y la desconozca en la mediatización de la televisión. Pero la ciudad mediada es, a la vez, la ciudad soñada que, muchas veces, se resuelve en la ciudad temida. Es la memoria que no sólo remite al pasado sino al incierto futuro. Es la totalidad de los desplazamientos y de los flujos que son inasibles. De ahí que un imaginario urbano consista también en el modo como los habitantes de la urbe sueñan el futuro de la ciudad.

⁸ *Ibid.*, p. 137.

⁹ LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*, 1922.

- TELEVISIÓN Y MIEDOS SIMBÓLICOS. La fragmentación y virtualidad contribuyen a la incertidumbre. Y ante ella, la ciudad mediada pareciera ser el sitio de privilegio donde se recrea la violencia simbólica y todo un imaginario del miedo, pero también el lugar donde los terrores se conjuran. Bástenos mirar la cantidad de programas sobre temas «esotéricos» o fenómenos «inexplicables» por medio de los cuales la televisión actúa (retomando las palabras de Rossana Reguillo) «como caja de resonancia del milagro urbano», y les otorga credibilidad a fenómenos en los cuales, de otra manera, el ciudadano no creería, ya que «a través de la lente de la cámara, el ciudadano-espectador se convierte en testigo y copartícipe del milagro urbano»¹⁰. Pero el mercado de la violencia simbólica no sólo se nutre de los miedos ancestrales. Está también el miedo al otro en un mundo inasible. Porque simultáneo a los procesos de internacionalización de los referentes culturales, se producen procesos de defensa de lo propio que, con frecuencia, se transforman en xenofobia o racismo, que no son sino formas del miedo. Estos procesos hallan, a veces, su lugar de conjuro en la ciudad mediada. Como indicó Richard Felson: «*La contribución de la televisión al ejercicio de la violencia es relativamente menor {...} en cambio, su contribución a la percepción de la violencia es mucho mayor*».

- TELEVISIÓN Y CLIMA DE OPINIÓN. Ya Brunner estableció que la opinión pública es un fenómeno producido por los medios e insistió en el papel preponderante de la televisión. Las investigaciones sobre medios y miedos confirman que los medios contribuyen a crear un clima de opinión que mantiene a los ciudadanos aterrorizados, confirmando el «doble clima de opinión» de E. Noelle-Neumann producido, el uno, por el intercambio con lo real, y el otro, con los medios. Así, los miedos imaginarios determinan usos, trazan recorridos, crean, incluso, solidaridades y desconfianzas.

¹⁰ REGUILLO, Rossana. «El Oráculo de la ciudad: Creencias, prácticas y geografías simbólicas». En: *Diálogos de comunicación*, N° 49, Lima, Felafacs, 1997, p. 35-36.

■ TELEVISIÓN, CREDIBILIDAD E IDENTIDAD. Esto muestra el alto nivel de credibilidad de la televisión, ya que ésta cuenta con amplios recursos para descontextualizar y recontextualizar la información; a lo que se añade que las imágenes son apropiadas para defender el mito de la «objetividad periodística», pues inducen a creer que vemos las cosas «tal cual son». Además, aspectos como la multiculturalidad y la tensión local-universal remiten al problema de la identidad. Esta implica unos rituales hoy desplazados a la esfera mediática, ya que «*hay que reconocer que {...} los medios masivos son una fuente principal de significados en una variedad de asuntos, incluyendo los relacionados con la identidad...*»¹¹.

■ TELEVISIÓN, VIOLENCIA Y MIEDOS. Dos aspectos de la extensa literatura relacionada con el tema tienen pertinencia aquí: el primero se relaciona con los efectos cognitivos de la violencia en televisión. Dichas investigaciones podrían resumirse en la «hipótesis de aculturación» de Gerbner y Gross, entendiendo «aculturación» como «*la contribución que la televisión efectúa a las concepciones de realidad social*»¹² cultivando «*percepciones exageradas sobre la cantidad de gente involucrada en violencia*»¹³. El otro, con el modo de medir la violencia en televisión y la pertinencia o no de distinguir entre violencia-ficción o documental. Así, el análisis de aculturación parece aclarar que la influencia de la televisión en los mapas cognitivos está en relación directa no sólo con la cantidad de consumo televisivo sino con la diversidad del discurso; y que los mapas cognitivos de los que nacieron con televisión difieren de los de aquellos que recuerdan cuando ésta ingresó en sus mentes.

■ HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UN IMAGINARIO URBANO. En síntesis, si asumimos la ciudad como proyecto colectivo, tenemos que reinventar los imaginarios existentes, entendidos como producto

¹¹ PRADIP, Thomas. «Communication and National Identity: towards an inclusive vision». *Media Development*, N° 2, 1997, p. 6.

¹² GERBNER, George y otros. «Crecer con la T.V.: Perspectiva de Aculturación». En: *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 1996, p. 35-60.

¹³ *Ibíd.*, p. 50.

de la conjunción entre la experiencia directa y la representada por la televisión, la cual, al ser nuevo escenario de control social, lanza imágenes que magnifican el miedo de la ciudad real, lo cual convierte el espacio urbano en un ámbito donde imperan la desconfianza y el silencio. Y en el espacio de la desconfianza ni se reconstruyen identidades perdidas ni se postulan formas de identidad propias de las urbes contemporáneas

METODOLOGÍA

La primera parte del trabajo se enfrentó a la dificultad de medir imaginarios colectivos, es decir, imaginarios socializados en un contexto cultural dado, donde, por tanto, lo individual y lo social se entremezclan en una multiplicidad de capas cuyo descubrimiento comporta la creación de metodologías distintas a las tradicionales. En un principio, seguimos algunas de las categorías planteadas por Armando Silva en la investigación *Imaginario Urbanos*, relacionadas con el olor, el color y el ruido a los cuales el habitante asocia la ciudad y las relaciones que establece con las principales vías en términos de asociaciones imaginarias a partir de las maneras como siente y transita cada calle.

La siguiente decisión consistió en seleccionar los 12 parques, las 5 plazas y los 12 centros comerciales donde se harían las observaciones de campo. El criterio fundamental fue cubrir los diversos sectores de la ciudad teniendo en cuenta que las encuestas para establecer la percepción que de la ciudad tenían los habitantes se aplicaron en los seis estratos socioeconómicos. A medida que la investigación avanzó, sin embargo, nos fuimos dando cuenta de que en el imaginario colectivo específico de la ciudad de Barranquilla se habían ido creando unos relatos y unos símbolos que se referían no ya a la ciudad-presencia sino a la ciudad-ausencia. Creamos, entonces, una categoría que nos permitiera hacer un primer abordaje de estos imaginarios. Para ello, se seleccionaron textos, informes y gráficos que fundamentaran el análisis realizado, es decir, se escogieron documentos que dieran cuenta de la negación de aspectos fundamentales de la ciudad, como son su falta de sentido de la historia y la consiguiente pérdida de la memoria colectiva, su (carencia de) relación con el río y el mar o los escamoteos de realidades estadísticas en aspectos tan «objetivos» como porcentaje de zonas verdes,

distribución de los habitantes en la ciudad, etc.

Así, estos instrumentos nos dieron a conocer la percepción que tienen los habitantes de la ciudad en cuatro sentidos:

- PERCIBIR LA CIUDAD —percepción en términos de olores, colores, ruidos y asociaciones simbólicas o afectivas hechas a las distintas calles.
- ESTAR EN LA CIUDAD —relación del habitante con plazas, parques, centros comerciales
- TRANSITAR LA CIUDAD —relación con las calles al recorrerlas.
- NEGAR LA CIUDAD —los imaginarios del desconocimiento, los cuales conducen a evitar la ciudad o a negarla en cuanto espacio de reconocimiento e intercambio.

Pero la ciudad es también la ciudad mediada. De ahí que abordáramos un primer acercamiento a esa ciudad a partir de los imaginarios del miedo. Utilizando la técnica de la escala de Likert construimos el cuestionario de la ciudad mediada, por ser éste un método muy utilizado para medir actitudes. Estas encuestas midieron 4 aspectos relacionados con la incidencia de la televisión en el miedo en dos grupos diferenciados a partir del consumo televisivo:

- Miedos simbólicos en relación con Barranquilla
- Influencia de la televisión en el miedo
- Diferencia en la capacidad de producir miedos simbólicos entre los noticieros de televisión y los programas de ficción
- Relación entre los miedos que produce la televisión y el propio entorno.

MUESTRA

A partir del censo de 1993 del distrito de Barranquilla se establecieron los porcentajes de habitante por estrato. Los porcentajes establecidos son:

ESTRATO 1	22.9%	ESTRATO 2	19.8%
ESTRATO 3	36.6%	ESTRATO 4	8.5%
ESTRATO 5	5.3%	ESTRATO 6	6.7%

Puesto que el Censo Nacional de Población y Vivienda de ese año daba un número casi igual de hombres que de mujeres, se decidió distribuir las encuestas en números iguales entre unos y otros. Igualmente, en las encuestas preliminares de prueba se encontró que la variable «sexo» no era significativa en las respuestas, pero sí lo era la variable «edad». El cuadro 4 de dicho censo nos permitió establecer la población por edades en tres grupos:

- De 15 a 25 años
- De 26 a 45, y
- De 46 a 60

El número total de encuestas por estrato y grupos de edad quedó así:

ESTRATO 1		ESTRATO 2		ESTRATO 3	
GRUPO 1	34 ENCUESTAS	GRUPO 1	29	GRUPO 1	54
GRUPO 2	44	GRUPO 2	38	GRUPO 2	70
GRUPO 3	14	GRUPO 3	13	GRUPO 3	22
ESTRATO 4		ESTRATO 5		ESTRATO 6	
GRUPO 1	13	GRUPO 1	8	GRUPO 1	10
GRUPO 2	16	GRUPO 2	10	GRUPO 2	13
GRUPO 3	5	GRUPO 3	3	GRUPO 3	4

RESULTADOS

PERCIBIR LA CIUDAD

Estos resultados corresponden a las preguntas de la encuesta relacionadas con la percepción que tienen los habitantes en términos de las asociaciones a colores, olores y ruidos. En esta síntesis se presenta el cuadro final de los resultados en todos los estratos:

PERCIBIR LA CIUDAD (VALORES TOTALES)

RUIDOS	TOTAL	COLORES	TOTAL	OLORES	TOTAL
PICÓ	25.6%	AZUL	13%	ALCANTARILLA	21.9%
PITOS	20.9%	ROJO	17.1%	GASOLINA	23.8%
CARROS	35.6%	AMARILLO	19.3%	BASURA	27.8%
BUSES	14.6%	VERDE	14.5%	HUMO	15.9%
MÚSICA	15.2%	GRIS	22.9%	MAL OLOR	6.9%
OTROS	8.7%	NEGRO	6.3%	OTROS	1.8%

PERCIBIR Y TRANSITAR LA CIUDAD

El recorrer una calle con frecuencia o el no tener que hacerlo nunca, el transitarla para el trabajo o para el placer altera la relación del habitante con ella. Esta encuesta buscó establecer la relación del habitante de los diversos estratos con algunas de las calles principales. A modo de ejemplos colocamos el cuadro del estrato 3:

ESTRATO 3

CALLE	ADJETIVO	MASC. O FEM.
CALLE 84	RUMBA COMERCIO PELIGROSA	FEMENINA 86%
CALLE 82	CREÍDA O «PUPPY» LLENA DE CARROS LLENA DE ALMACENES	FEMENINA 89%
CALLE 79	BONITA CARA CON ARROYOS	FEMENINA 78%
CALLE 76	CASAS DE EMPEÑO CONGESTIONADA CON ARROYOS	FEMENINA 78%
CALLE 72	PROSTITUCIÓN BASURA MUCHA GENTE	AMBOS SEXOS 66%

CALLE	ADJETIVO	MASC. O FEM.
MURILLO	TALLERES DE MECÁNICA BARES PELIGRO	MASCULINA 69%
VÍA 40	PELIGRO FÁBRICAS	MASCULINA 76%
PASEO BOLÍVAR	RUIDO CALOR TRABAJO	MASCULINO 72%
CARRERA 46	AMPLIA BUSES	FEMENINA 52%
CARRERA 43	ARBOLES AMPLIA	FEMENINA 58%
CALLE 17	PELIGRO EL ALCALDE	MASCULINA 62%
CALLE 30	PROGRESO LAS VACAS	FEMENINA 90%

ESTAR EN LA CIUDAD

Se realizaron observaciones de campo en plazas, parques y centros comerciales. A manera de ejemplo se presenta el parque José Martí, la Plaza de la Paz y el centro comercial Country Plaza.

PARQUE JOSÉ MARTÍ

- UBICACIÓN: Cra. 49B N° 74.
- DESCRIPCIÓN: Es un parque pequeño, en forma de triángulo, arborizado y con grama. Hay muy poco espacio entre la zona residencial y el parque en sí. Las bancas están semidestruidas.
- USOS: Las observaciones nos determinaron que el parque es poco frecuentado los días de semana. Durante la semana del estudio sólo 14 personas se acercaron a las instalaciones.

Los fines de semana, la asistencia al parque se incrementa, ya que se organizan misas, hasta el punto de encontrar sábados y domingos –en horas de la mañana– un número de incluso 37 personas. En el sondeo realizado, el 77% de los habitantes del barrio asiste al parque

sólo por las actividades eclesíásticas de fin de semana y el 16% no asiste en absoluto. De ese 77% que asiste a las misas, el 86% no acudiría al parque si no existieran estos eventos religiosos, ya que consideran las instalaciones como muy «pobres».

LA PAZ

- **UBICACIÓN:** Calle 52, Cra. 45
- **DESCRIPCIÓN:** La plaza tiene un pequeño parque bien arborizado y una escultura de mapamundi. Hay un CAI y tiene varias bancas.
- **USOS:** Jóvenes toman el lugar como sitio de conversación. Las parejas también asisten en gran cantidad. Los domingos sirve como punto de reunión para las familias que salen de la misa celebrada en La Catedral. El promedio de personas que asiste de lunes a viernes es de 40, mientras que los fines de semana es de 20. En esta plaza es difícil pasar un rato de esparcimiento o entablar una conversación debido a la contaminación auditiva que hay alrededor, producida por el enorme tráfico vehicular de la zona. En el cuestionario que se les hizo a las personas que pasaban transitoriamente (20 personas de referencia), las razones por las cuales no se quedaban fueron: 40% por el hecho de no ser un lugar en el que se pudiera dar un completo esparcimiento, debido al humo y el ruido del tráfico; 50%, porque sólo estaban de paso; 10%, porque la plaza era muy frecuentada por parejas, hasta tal punto que ya no la consideraban como sitio de esparcimiento.

COUNTRY PLAZA

- **UBICACIÓN:** Cra. 53, calle 79
- **DESCRIPCIÓN:** Este centro comercial está construido en forma de bahía, con un islote en el centro. La parte posterior tiene dos niveles, mientras que las laterales tienen uno solo. No tiene locales en los que las personas puedan reunirse o pasar un rato. Únicamente funcionan locales comerciales. Solamente se encuentra una heladería pequeña. En el Country Plaza hay repartidas varias bancas y mesas.
- **USO:** La gente sólo va de compras a este centro comercial. Claro, la existencia de la heladería representa un pequeño porcentaje de reuniones de amigos, etc. Por otro lado, los fines de semana hay orquestas pequeñas que amenizan la estadía en el lugar.

LA CIUDAD MEDIADA

■ Niveles de miedo

En el **estrato 1**, la gente, en general, tiene miedo, independientemente de las variables de edad o de ver poca o mucha televisión. La gente del **estrato 2** tiene poco miedo, excepto los jóvenes que ven mucha televisión, siendo, en general, mucho más bajos los niveles de miedo en aquellos que ven poca televisión. En el **estrato 3**, la gente tiene niveles de miedo bajos, siendo, en todo caso, mayores los de aquellos que ven mucha televisión que los de quienes ven poca. En el **estrato 4** hay una notoria diferencia entre los niveles de miedo entre los que ven poca y mucha televisión, siendo mucho más alto el de estos últimos. En el **estrato 5** y en el **6**, los niveles de miedo son altos, excepto los jóvenes que ven poca televisión, siendo la variable «edad» importante de considerar, ya que, aun entre los que ven mucha televisión, los niveles de los jóvenes son los más bajos.

En general, los niveles de miedo son más altos entre aquellos que ven más televisión.

En cuanto a la variable «edad», los jóvenes expresaron que sentían menos miedo, lo cual, tal vez, pueda asociarse más a factores psicológicos relacionados con la juventud que a factores sociales.

Los niveles de miedo más altos están en los extremos: estratos 1 y 6.

■ INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN EL MIEDO

Aunque la televisión influye más en los que ven mucha televisión que en los que ven poca, las diferencias no son extremadamente notorias, debido a que el miedo en el **estrato 1** está asociado a circunstancias muy concretas e inmediatas. En el **estrato 2** también es notoria la diferencia de la influencia de la televisión entre los que ven mucha y los que ven poca. En el caso de aquellos que ven mucha televisión, se exceptúa el grupo mayor de 45 años, en quienes la televisión pareciera influir muy poco. En el **estrato 3** se muestra una mayor influencia en los que ven mucha televisión. Sin embargo, hay que anotar que las diferencias en el grupo de los que ven mucha televisión son casi insignificantes, mientras en el grupo de los que

ven poca son bastante notorias. Es decir que mientras los resultados del primer grupo pueden generar dudas, los del segundo muestran claramente la poca influencia de la televisión en el imaginario de los que ven poca televisión. En la gente del estrato 4 se aprecia una marcada influencia de la televisión, y ésta es ligeramente mayor en los que ven mucha televisión, y es muy marcada en los jóvenes y en los adultos entre 25 y 46 años. En el estrato 5, la influencia de la televisión es relativamente baja en las personas mayores de 45 años, tanto si ven poca o mucha televisión. Es notoria en los adultos entre 25 y 46 años, y es mayor en aquellos que ven mucha televisión. En el estrato 6 es notoria la influencia de la televisión tanto en los que ven mucha como en los que ven poca, y la más alta es la de los jóvenes que ven mucha televisión.

Podemos concluir que, en términos generales, la televisión sí influye en los imaginarios del miedo, especialmente cuando se consumen más de 2 horas de televisión por día.

DIFERENCIA ENTRE LA CAPACIDAD DE PRODUCIR MIEDOS SIMBÓLICOS ENTRE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN Y LOS PROGRAMAS DE FICCIÓN

En general, el estrato 1 pareciera no distinguir entre un tipo de programas y otro en cuanto a generar miedos se refiere. En el estrato 2, independientemente de ver mucha o poca televisión, los grupos marcan la diferencia entre los programas de ficción y los noticieros como fuentes de imaginarios de miedo. Esto es así en los grupos 1 y 2; la situación es contraria (no se marca diferencia entre un tipo de programas y otro) para las personas mayores de 45 años, las cuales, sea que vean poca o mucha televisión, no parecen distinguir en cuanto a la generación de sus miedos se refiere. En el estrato 3, el grupo de adultos entre 26 y 45 años establece claramente la diferencia entre los dos tipos de programas, lo cual resulta indiferente en el grupo de mayor edad. Para el grupo de jóvenes sí se establece diferencia entre ver poca o mucha televisión, ya que mientras los que ven poca casi no establecen diferencia, los que ven mucha establecen una diferencia bastante notoria. En los estratos 4, 5 y 6 todos los grupos establecen la diferencia entre ambos tipos de programas.

En conclusión, la mayoría de los grupos de los estratos 2 al

6 marcan la diferencia en cuanto al origen de sus miedos se refiere, ya que distinguen la ficción de los noticieros y reciben de estos últimos una mayor influencia en sus miedos. Sólo el estrato 1 y los mayores de 45 del estrato 2 reciben indistintamente los dos géneros televisivos.

■ Relación entre los miedos que produce la televisión y el propio entorno

Para los estratos 1, 2, 3 y 4 en todos los grupos es poca la influencia. En el estrato 5, la relación se da entre los que ven mucha televisión y no existe entre los que ven poca.

En el estrato 6, la influencia se percibe en todos los grupos, menos en el de los jóvenes, tanto los que ven mucha televisión como los que ven poca.

Así, la incidencia de la televisión en relación con la percepción del entorno se verifica en los estratos 5 y 6, donde existen altos niveles de miedo, y no se da en los estratos 2, 3 y 4, donde los niveles de miedo son bajos. En el estrato 1, la relación es inexistente, aunque los niveles de miedo son altos. Esto es coherente con el hecho de que los miedos allí surgen del entorno, no de la televisión.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

ESTAR EN LA CIUDAD O EL RELATO DE LA CARENCIA

Las observaciones de campo muestran que Barranquilla es una ciudad que se usa precariamente. Los niños imaginan parques mientras juegan en espacios deteriorados; los adultos acuden a los parques a pesar del miedo; las plazas simulan ser lugares para el estar mientras sus usuarios intentan ignorar el malestar que producen. Solamente en los centros comerciales se puede estar en la ciudad: son cómodos, seguros, funcionan. Allí el encuentro y el transitar son posibles. Y como dichos espacios se multiplican en todos los sectores, los usuarios (sobre todo si son jóvenes) tienden cada vez más a reconocerse, y así, de alguna manera, el centro comercial recupera la noción de barrio.

El problema que nos plantea el que el centro comercial sea el único espacio del estar es el del abandono de lo público y el hecho de

que lo privado asuma, en consecuencia, el vacío que dicho abandono ocasiona excluyendo de estos espacios a amplios sectores de la población. Lo mismo ocurre con la renuncia a lo que en Barranquilla se denomina «la puerta de la calle». Espacio tradicional del estar para compartir, cuando no se ha eliminado del todo, se enreja, se delimita, con lo cual se convierte un ámbito destinado a la inclusión del otro en uno excluyente y marginante. En Barranquilla, como en la mayoría de las ciudades de América Latina, el estar es asumido, entonces, desde la precariedad. Pero como el clima, la importancia que para el barranquillero tiene el estar con los otros, la necesidad del intercambio oral –forma privilegiada de expresión en la ciudad– incitan a la calle, la ciudad se sigue usando a pesar del deterioro, de la pobreza de sus calles, plazas y parques, y las tiendas, esquinas y puertas de la calle continúan siendo espacio de encuentro.

Esta precariedad explicaría, entonces, las actitudes de cinismo ciudadano, propias del barranquillero (recordemos que una de las características, según Berman, de las ciudades donde el cinismo ciudadano es alto es «la desilusión ante el irrisorio papel del Estado en la construcción del escenario ciudadano») y la urgencia de «humanizar el acto ciudadano» de la que habla Viviescas a través de la dotación de espacios donde el encuentro sea posible.

PERCIBIR LA CIUDAD O LA METÁFORA DEL CAOS

¿Cómo perciben los barranquilleros su ciudad? Sorprende encontrar que de 400 habitantes encuestados, menos del 2% asocia la ciudad a olores agradables. En el imaginario del barranquillero, la ciudad huele a basura, humo de carros, alcantarilla o, en el mejor de los casos, a comida o a ron. Barranquilla suena a pitos, motores de carros, picós, y los colores a los cuales se asocia no son sólo el amarillo (como el sol o la arena), el rojo (el calor, la alegría) o el azul (el cielo, el mar), sino también el gris (exceso de cemento, pero también de tristeza) y el negro (el cual es referible casi exclusivamente a estados anímicos). Con excepción de la calle 84 que, inequívocamente, se asocia a fiesta, las calles raras veces tienen asociaciones gratas: La 82 es intransitable o aburrida; La 72 se asocia a prostitución; la Vía 40, a soledad; la Circunvalar, a muerte; Murillo, a peligro; el Paseo Bolívar, a ruido y calor sofocante. La 76 es la calle a donde todos los estratos acuden a resolver las penurias coti-

dianas en las casas de empeño. Se salvan, a veces, la 43 que, aunque para algunos es intransitable por el tráfico, para otros es ancha y llena de árboles, y la 46 que, aunque llena de buses, es percibida por muchos como factor de descongestión. Las cualidades masculinas o femeninas de las calles también están dadas en razón de factores más bien negativos. Murillo, más que masculina, es machista: excluyente. Tanto los trabajos como las diversiones que allí se realizan son de hombres (talleres de mecánica y bares). La 82 es femenina porque es frívola; la Vía 40, masculina porque es ruda, y la Circunvalar, femenina por peligrosa. La 72 es para muchos homosexual, en todo caso, promiscua; la 76 es femenina porque «allí se dejan las cosas que uno tiene», sea en las casas de empeño o en los bares; y el Paseo de Bolívar es masculino porque allí se vende y se compra, se suda o se roba.

En todos los casos, la ciudad se siente en términos de miseria o ausencia: algo falta. Sin embargo, a la pregunta: «¿Le gustaría vivir en otra ciudad que no fuera Barranquilla?», el 87% de los habitantes del estrato 2 al 6 respondió que no. El 8% afirmó que le gustaría vivir en «otra parte por un tiempo», y sólo el 5% restante preferiría vivir en otro sitio. Para el estrato 1, muchos de los cuales no son barranquilleros y han llegado por razones asociadas a la miseria y/o a la violencia, «la vida es igual en cualquier parte».

Los eslóganes creados con la pretensión de crear conciencia ciudadana también ilustran este fenómeno: «Barranquilla es tu ciudad, siempre merece una sonrisa», o «Nadie hablará mal de ti, lo prometo», dan cuenta de ese amor un tanto cínico que relaciona al barranquillero con su ciudad. En el imaginario, la ciudad es ruidosa, pero nadie se calla. Es sucia, pero nadie la limpia. Es atestada, sofocante, caótica, pero nadie la ordena. La ciudad se siente así, pero se siente bien, y es casi como si se temiera que fuera de otro modo. Porque, en últimas, lo que pareciera ser el elemento común en el imaginario colectivo es una inagotable vocación al caos, un horror al orden.

NEGAR LA CIUDAD O EL VACÍO COMO SÍMBOLO

Pero, más allá de una percepción de la ciudad en términos de penuria, está la constante actitud del barranquillero de negar la ciudad. «Barranquilla, puerto aéreo, marítimo y fluvial», es una de las primeras afirmaciones que oímos y repetimos para describir a una ciudad en la

cual nunca vemos el río y casi nunca el mar. En las ciudades del mundo situadas junto a la orilla de un río o del mar, el agua es una presencia ineludible y la cotidianidad del ciudadano se construye alrededor de ella como elemento integrador y posibilitador de descanso, distensión, ocio, ejercicio de lo lúdico. Para los barranquilleros, el río y el mar son casi inexistentes. De hecho, hay que ir en su búsqueda, pues la ciudad creció de tal modo que podemos transitarla sin el menor riesgo de encontrarlos. De manera que la ciudad, al negarse en su condición portuaria, impidió a los habitantes apropiarse de unos espacios que, por tanto, sólo existen en el imaginario como imposibilidad.

Un segundo proceso de negación tiene que ver con el hecho de que nos han presentado a Barranquilla como una ciudad industrial. Sin embargo, durante los últimos 20 años hemos visto cerrar más que abrir industrias, y de las 180 hectáreas de la Zona Franca sólo el 19% están siendo utilizadas. Y mientras Cartagena posibilita la adquisición de predios industriales a menor precio que Barranquilla, las 700 hectáreas disponibles e inutilizadas para zona industrial en la ciudad parecerían afirmar esa vocación a la negación que signa el imaginario de los barranquilleros.

Una tercera modalidad de la negación tiene que ver con la exclusión del sentido de la historia. Las ciudades conformadas a partir de procesos migratorios, como es el caso de Barranquilla, tienden a percibir la urgencia de fabricarse un pasado que fundamente su devenir. Barranquilla, por el contrario, entronizó desde sus inicios lo nuevo como valor absoluto y, en concordancia con este imaginario, eliminó, por negación, todo lo que constituyera una tradición. La expresión «Historia de Barranquilla» es reciente en nuestro medio, pues el imaginario que compartimos hasta hace un par de décadas afirmaba que la ciudad no tenía historia. En lugar de ello, nos inventamos una fundación mítica (Barranquilla fue fundada por unas vacas que buscaban agua) y una Edad de Oro en las primeras décadas del siglo en la cual la naciente urbe fue pionera de un sinnúmero de procesos y modelo de ciudad. En consonancia con esto, Barranquilla eliminó, por negación, su pasado, e ignoró hasta la ruina todo lo que no era nuevo y lo reemplazó cada vez por lo que fue considerando «moderno».

A estas negaciones habría que agregar la ignorancia, desde la oficialidad, de los procesos y problemas sociales, lo cual ha contribuido

a un imaginario de fragmentación y desconocimiento sustentado en estadísticas mentirosas y en el ocultamiento, a través de los medios, de las reales dimensiones de la ciudad, de su problemática, y se han eliminado posibles solidaridades interurbanas al deshacer el tejido social mediante el desconocimiento y el miedo.

Así, por ejemplo, el hecho de que en Barranquilla sea tan difícil conseguir un plano de la ciudad, nos oculta la magnitud de la urbe y de su miseria. Las postales y fotografías llenas de árboles que aparecen en las primeras páginas de los periódicos locales nos ocultan que contamos apenas con un metro cuadrado de zonas verdes por habitante, mientras la Unesco recomienda doce. Las estadísticas oficiales aceptan que el 48% de los habitantes están en los estratos 1 y 2 (ver censo de 1993), mientras las organizaciones no gubernamentales hablan del 77% (ver, por ejemplo, los documentos de la Fundación Social en la serie «Barranquilla para todos»). Y las estadísticas de violencia y criminalidad crecen, mientras se sigue hablando del «ambiente pacífico que nos caracteriza». Y, entonces, ¿qué nos queda?

LA CIUDAD MEDIADA

Nos queda, entonces, reconstruir la ciudad, allí donde los medios nos brindan la oportunidad, debido a su poder de penetración, de repensar nuestro universo urbano. Sin embargo, las encuestas realizadas para determinar la incidencia de la televisión en el imaginario (especialmente cuando se consume más de dos horas diarias) muestran cómo la televisión multiplica los miedos, lo cual coincide con la teoría de Gerbner y Gross, la cual afirma que *«la exposición muy intensa al mundo de la televisión cultiva percepciones exageradas sobre la cantidad de gente involucrada en violencia»*. Igualmente, los resultados obtenidos en referencia a los niveles de miedo en el estrato 1 coinciden con las investigaciones que afirman que en un vecindario violento, los contenidos violentos de la televisión aumentan los niveles de miedo, pues tienen mayor credibilidad que en un vecindario no violento. Los altos niveles de miedo obtenidos en los estratos más altos podemos referirlos al hecho de que los habitantes de estos estratos (5 y 6) ven reflejada en la televisión su visión del mundo y, con ella, sus temores, ya que, como se deduce de las teorías expuestas sobre los discursos televisivos, este medio impone solidaridades asociadas a los poderes estatuidos.

Es claro que la mayoría de las personas diferencia entre la violencia ficción y la violencia mostrada en los informativos y noticieros, lo cual pone de presente el alto nivel de responsabilidad de estos programas en la construcción de los mapas cognitivos de la gente en lo referente a la percepción de la violencia. Sin embargo, quienes manejan la información parecieran no haber notado la alta repercusión de sus mensajes en los niveles de miedo de los habitantes y en el papel que juegan en la construcción de una sociedad más armónica. El afán de mantener el *statu quo* obliga a los noticieros e informativos a escamotear las causas de la violencia y la inseguridad ciudadana; y crea en los habitantes la enfermiza ilusión de que las acciones violentas que originan el miedo son incontrolables e inasibles.

Los informativos en Colombia están en la obligación de revisar sus agendas: las prioridades en materia noticiosa, los valores implícitos en las decisiones que toman, lo que esconden tras titulaciones objetivas, los silencios en los que incurren, las perspectivas que favorecen y los miedos que alimentan. Los periodistas podrían ser protagonistas de los procesos de construcción de ciudad y de recuperación de la habitabilidad de las urbes. Para ello tendrían que asumir su responsabilidad social y hacerse solidarios con la sociedad civil de la cual forman parte.

PENSAR LA CIUDAD

A pesar de la precariedad de nuestro imaginario y de la casi inexistencia de un pensamiento sobre la ciudad, la última década ha sido especialmente reveladora. Por un lado, la magnitud de la problemática social nos ha obligado a reconocer las múltiples ciudades que conforman Barranquilla. La insistencia, desde diversos sectores, incluida la administración distrital, de la existencia del «suroccidente» nos ha instado a pensar la ciudad desde una perspectiva menos excluyente. El caos urbano se ha vuelto, en virtud de su gravedad, motivo de preocupación de la administración y la ciudadanía. El miedo, que no era parte de nuestro imaginario, invade paulatinamente todos los espacios, con lo cual al temor se suma la necesidad de, al menos, no seguir escamoteando las condiciones que promueven los conflictos sociales y de asumir la ciudad desde perspectivas más racionales y realistas.

De ahí la necesidad de pensar un proyecto de educación ciudadana que permita que los barranquilleros abandonen su imaginario de

carencias y miedos y aborden la responsabilidad de construir ciudad y ciudadanía. Pero, ¿quién y desde dónde estaría interesado en un proyecto de ciudad para todos? Los habitantes de la ciudad, inmersos en un imaginario signado por el cinismo y la ausencia, se hallan incapacitados para participar no sólo porque no haya interés desde los diferentes poderes, o porque no existan los mecanismos de participación, sino porque, desde la precariedad de sus imaginarios, los habitantes —que no ciudadanos— no cuentan con un conocimiento sobre la ciudad que les permita participar en el debate.

Pensar ciudad tiene, entonces, que equivaler a comunicar ciudad. Esto hace imperativa una estrategia de comunicaciones que construya un nuevo imaginario, para que, desde las diversas instancias gubernamentales y no gubernamentales, podamos construir ciudadanía. Dentro de esta estrategia, la televisión tendría un papel fundamental: construir un imaginario de la confianza, un discurso de la participación, una ciudad común. Mientras la televisión siga construyendo ciudades donde el miedo impere, mientras el discurso de los sectores más ricos de la sociedad pretenda imponerse como el discurso de todos y la ciudad mediada se construya a partir de las imágenes del horror, la televisión seguirá contribuyendo a nuestra visión desesperanzada de lo urbano. Necesitamos construir un nuevo imaginario. Un imaginario que nos permita soñar y pensar la ciudad, simplemente, porque si la habitamos, necesitamos que exista.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El imaginario del barranquillero acerca de su propia ciudad y de su estar, percibir y transitar por la misma en la cotidianidad debe ser conocido y reconocido por las diversas entidades gubernamentales y no gubernamentales que han comenzado a pensar la ciudad y a plantear la necesidad de construir ciudadanía. Sólo desde este conocimiento se podrá reconstruir un imaginario de ciudad desde valores como la solidaridad, la participación y la convivencia.

El imaginario planteado en esta investigación es necesariamente incompleto. Es necesario un inventario completo de calles, parques y centros comerciales que, al ser incorporados, nos darán una visión menos fragmentaria de la ciudad. Igualmente, el fenómeno de las esquinas,

las tiendas y las «puertas de la calle» requiere de una investigación detallada si se pretende establecer cómo usan los barranquilleros la ciudad.

Por otra parte, la transformación del imaginario de carencias y miedos requiere de unos procesos pedagógicos, por un lado, y de unas acciones transformadoras, por el otro, que conduzcan a una nueva percepción y reflexión sobre la ciudad, para que las precarias relaciones del barranquillero con su entorno urbano se transformen y se cree un tejido social donde imperen la solidaridad y la confianza.

Las acciones tendrían que ver, entre otros factores, con la recuperación de los espacios públicos; la creación de un gran espacio con zonas verdes y lugares para la recreación y el encuentro; el ordenamiento del transitar por la ciudad y la posibilidad de garantizar niveles confiables de seguridad a la ciudadanía que contribuya a recuperar los espacios tradicionales del estar, como son las esquinas y las «puertas de la calle».

Más ardua es la tarea de reconceptualizar la ciudad y reencontrarnos con nuestra propia historia y asumirnos desde una tradición que tenemos que empezar por reconstruir allí, donde han imperado la negación y el disimulo. En este aspecto, la negación permanente que hemos hecho de la ciudad, hay también una importante labor investigativa que emprender. Se ha ganado mucho en términos de estudio de la Historia de Barranquilla, un saber que sólo lleva en la ciudad menos de dos décadas. Pero hace falta abordar investigaciones que den cuenta de cómo nos ha afectado la negación en términos de las relaciones del barranquillero con su ciudad. Investigaciones tales como el análisis de los textos que han construido nuestro imaginario aportarían significativamente a mejorar las relaciones del barranquillero con su entorno.

Todo esto implica asumir la ciudad en su totalidad y adoptar la construcción de ciudadanía como un proyecto de todos y para todos. Este proyecto pedagógico incluiría un conocimiento de la ciudad desde su historia, desde su geografía y desde la aceptación de la desigual distribución del espacio urbano en términos de habitabilidad; así como una percepción de la misma desde una perspectiva que involucre la construcción de los diversos sentidos a partir del hecho de habitarla.

Existe, entonces, la urgencia de pensar un proyecto de educación ciudadana que requeriría no sólo de unos mensajes pedagógicos sino,

sobre todo, de unos ejercicios que permitieran en forma experimental que los ciudadanos ejercieran el poder diferenciando las formas patológicas de hacerlo de las que no lo son. Es decir que tendríamos que redefinir el ejercicio político cotidiano y resemantizar el imaginario de lo público, entendido en Barranquilla no como aquello que es de todos, sino como lo que es de nadie. Sólo a partir de un proyecto de educación ciudadana podemos postular procesos de participación que conduzcan a proyectar la ciudad hacia el interés colectivo y no hacia el de unos pocos habitantes incapaces de pensar más allá de sus intereses particulares e inmediatos.

La ausencia de este proyecto permite, por ejemplo, que mientras se está negociando un Plan de Reordenamiento Territorial para los próximos 20 años, que mientras, por otro lado se están debatiendo los límites de la ciudad, los barranquilleros estemos de espaldas al proceso, desconociendo las implicaciones de estas decisiones y no presionando para establecer canales de participación que permitan tener injerencia en ellas.

En este sentido, la televisión, como espacio privilegiado de construcción de discursos y de sueños, tendría un papel fundamental en la creación del imaginario urbano y en la postulación de vías de participación a partir de un conocimiento real de la ciudad. Igualmente, los estudios de intervención, mediante los cuales se ha capacitado a la población para ver televisión en términos críticos y reconocer los recursos que tiene el lenguaje televisivo para imponer «realidades», tales como los citados por *Barrie Gunter* en su estudio «Acerca de la Violencia de los Media», demuestran que sí se puede proveer a las personas de recursos cognitivos y emotivos para enfrentar con autonomía el universo televisivo. Todo ello conduce a que los educadores, los periodistas y comunicadores, como ciudadanos situados en un ámbito privilegiado, se replanteen su saber sobre la ciudad, y se den a la tarea de construir una ciudad mediada que nos conduzca por el camino de la ciudad soñada.

BIBLIOGRAFÍA PARCIAL

- Barranquilla, en otras palabras*. Facultad de Psicología, Universidad Javeriana, Cámara de Comercio. Barranquilla, 1995.
- BRUNNER, José Joaquín. «Política de los medios de la política: Entre el miedo y la sospecha». En: *Diálogos de la Comunicación*, N° 49. Lima, Felafacs, 1997.
- BRYANT, Jennings. ZILLMANN, Dolf (Comp.). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 1996
- CARRION, Fernando. «Ciudad y Comunicación». En: Revista *Comunicación*, N° 18, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 1995.
- ESTEINOU MADRID, Javier. «La relación comunicación-ciudad en los tiempos de la modernidad latinoamericana». Revista *Comunicación*, N° 18, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 1995.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y ciudadanos*. México, Grijalbo, 1995.
- GIRALDO, Fabio y VIVIESCAS, Fernando. *Pensar la ciudad*. Bogotá, T M Editores, 1996.
- LIPPMANN, Walter. *Public Opinion*. Nueva York, McMillan, 1922.
- LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio. *Cultura mediática y videopolítica en Colombia y América Latina*. IEPRI, Universidad Nacional, Santafé de Bogotá, 1996.
- BARBERO, Jesús Martín. *Dinámicas urbanas de la cultura, comunicación y espacios culturales en América Latina*. Universidad Javeriana, Santafé de Bogotá, 1994.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. *La Espiral del Silencio*. Barcelona, Paidós, 1995.
- PASQUALI, Antonio. «La Ciudad como Artefacto Comunicante». Revista *Comunicación*, N° 18, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 1995.
- PÉRGOLIS, Juan Carlos. *La Poética del Fragmento: La ciudad actual como red de comunicación. Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Universidad Javeriana, Santafé de Bogotá, 1994.
- REGUILLO, Rossana. «El Oráculo en la Ciudad: Creencias, prácticas y geografías simbólicas». En: *Diálogos de Comunicación*, N° 49. Lima,

- Felafacs, 1997.
- SILVA, Armando. *Imaginario Urbano*. Santafé de Bogotá, Tercer Mundo, 1997.
- VILCHES, Lorenzo. *La Televisión. Los Efectos del Bien y del Mal*. Barcelona, Paidós, 1993.
- Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Paidós, 1989.
- VÁSQUEZ MITCHELL, Carlos. *Propuesta urbana: El Paseo del río Magdalena*.
- WOLF, Mauro. *La investigación de la Comunicación de Masas*. Barcelona, Paidós, 1987.