

La cultura ciudadana en Barranquilla mirada desde el transporte masivo. A propósito de la comunicación

Carlos Andrés Martínez Beleño
Jorge Andrés Lozano Altamiranda
Universidad del Norte. Colombia

Resumen: El presente texto busca abordar la Cultura Ciudadana desde una perspectiva teórica. Pretende además adherir a este proceso de ciudadanía, un discurso mediado por la comunicación y otros aspectos inherentes a la convivencia pacífica. Desde esa mirada, se desarrolló una investigación que trató de identificar los aspectos que fragmentan la cultura de los ciudadanos de Barranquilla vista desde el transporte masivo. En esa dirección la ciudadanía como sujetos y actores del proceso fueron de vital importancia para recopilar y obtener su percepción sobre los aspectos que fragmentan la sana convivencia en el sistema de transporte más utilizado en la ciudad. Indiscutiblemente los resultados mostraron que tanto el irrespeto verbal, el acoso sexual, el no ceder el puesto en casos diferenciadores o no hacer la fila de forma correcta, son indicadores de que la convivencia no es sana y por consiguiente la cultura no presenta trazos de armonía.

Palabras Clave: Cultura Ciudadana, Comunicación, Ciudad, Convivencia.

1. A modo de introducción sobre el concepto de Cultura

Según la Real Academia el significado de cultura hace referencia a “Cultivo y crianza”, también se define como “un conjunto de conocimientos que permiten a alguien desarrollar su juicio crítico”. Con estos significados, autores como Illera, (2005) establecen que la cultura se refiere al trabajo y provecho de la tierra, es decir, una práctica constante de actividades en pro de la transformación de lo natural.

Continuando con el concepto de cultura y entendiendo que esta se relaciona a la palabra “cultivo”, para otros autores como Sibirsky, (1996, p. 12), quien la relacionan o define como un proceso de auto cultivación, así “El hombre crea la cultura en un proceso de auto cultivación de su naturaleza en una labor incesante que se empeña en producir condiciones siempre más favorables para el bienestar y el desarrollo de las facultades del ser”.

En este sentido y desde el panorama presentado anteriormente, el proyecto VIVE EMPAZ entiende el significado de cultura como una práctica del hombre que se genera en un proceso de auto cultivación que permite la transformación de nuestro entorno, permitiendo mejores condiciones para nuestro bienestar.

2. Cultura ciudadana

La cultura ciudadana es un marco de análisis que se entiende por niveles. En estos niveles y en correlación con el proyecto se encuentran relacionados el nivel descriptivo y normativo.

En el nivel descriptivo se entiende a la cultura ciudadana como el conjunto de actitudes, costumbres y reglas mínimas compartidas por los individuos de una comunidad, con el fin de generar sentido de pertenencia y por lo tanto permitir la convivencia.

A nivel normativo se entiende la cultura ciudadana como una visión positiva de convivencia en la que hay presencia de valores como la tolerancia y actitudes como aprecio por distintos proyectos de la sociedad, cumplimiento de la ley, expectativa de cooperación con los demás y el interés por lo público.

A partir de estos dos niveles se identifica al hombre como el único capaz de generar cultura ciudadana, y el encargado de propiciar una mejor convivencia, por lo que esto lo confirma Illera (2005, p.242) quien afirma que “Los ciudadanos y ciudadanas son a la vez, consumidores y creadores de cultura”. En este contexto como ciudadanos, la responsabilidad de generar o no la cultura ciudadana se encuentra en nuestras manos. Depende de la práctica de estas actitudes, comportamientos y valores compartidos con otros ciudadanos, generar ese hábito de crear una mejor convivencia, autores como Mokus (2003, p.106) hacen referencia de esta práctica, utilizando como mecanismo la comunicación, el autor además, enfatiza en que “La cultura ciudadana ha buscado ayudar en la transformación de los hábitos y creencias de las personas, especialmente referidas al cumplimiento de normas de convivencias, haciendo uso de la comunicación para que los procesos sean conocidos y aceptados por la ciudadanía.”

Desde ese contexto, la cultura no puede desligarse de la ciudad, pues siempre irán de la mano, y se contempla en el Plan Distrital de Cultura (2002-2005, p3) cuando se afirma que “La cultura es ciudad y la ciudad es cultura”, donde se concibe claramente cómo un ciudadano debe mediar en el proceso de crecimiento de ella. Continuando con Mokus, (2003, p106) quien determina que “Las emociones producidas por el lenguaje, más que ser meros actos de palabras, producen hechos, y estos hechos nos han permitido confiar en que la comunicación ciudadana puede transformar los comportamientos en la ciudad” vemos entonces, cómo esa ciudadanía hace parte de ese proceso de transformación.

En ese sentido, nos vemos de acuerdo con Illera (2005, p 242) al definir la cultura ciudadana como “aquella que surge del ejercicio, del operar de la existencia colectiva, del existir con otros, del convivir, del vivir con, del participar, del hacerse parte de, que es la única forma posible de existencia humana”, infiriendo que la sociedad nace del hecho de participar y relacionarse unos con otros.

De ese modo, al reconocer que las prácticas ejercidas por los ciudadanos, van en contra de la armonía y el buen comportamiento, se dificultará el crecimiento de una cultura ciudadana idónea y por ende se verá afectada la convivencia ciudadana.

Es importante que cada persona no sólo se apropie de los diferentes comportamientos y actitudes que debe tener como ciudadano sino que pueda generar un pensamiento crítico, de cómo él hace parte de esa cultura y cómo sus actitudes generan una visión positiva o negativa en la convivencia.

Por lo anterior se ve pertinente apoyarse en Bernstein citado por Mokus (2003) quien afirma que “La sociedad es un sistema que se reproduce y se transforma de acuerdo con las formas en que se produce la comunicación”, desde este planteamiento, se ve pertinente llegar a la ciudadanía a través de canales como medios instituciones y redes sociales, como forma para difundir una estrategia que permita que ciudadanos puedan mejorar sus comportamientos.

3. Convivencia ciudadana

Después de identificar que la cultura ciudadana parte de los actos, acciones y costumbres de los ciudadanos, en últimas es la ciudadanía la responsable de que se genere o no una cultura armónica. En este caso, a partir de las problemáticas encontradas en el transporte masivo, se pretende generar una cultura idónea y que se ajuste a un modelo de convivencia pacífica que beneficie a todos. Se denota con esto, que la cultura ciudadana juega un papel de alta relevancia en la convivencia, tanto a nivel descriptivo como normativo la cultura ciudadana depende de una convivencia idónea, por esta razón, si se mantiene una cultura ciudadana armónica por consiguiente, la convivencia será positiva.

Focalizando al tema de convivencia, Maturana, (1991) citado por Montes, (2000) hace mención a la convivencia, cuando se reconoce que vivimos el mundo que surge con el otro, es decir, aprendemos de una manera o de otra la transformación que resulta de ella. Se inicia en la relación madre-hijo y se extiende al aceptar las condiciones de existencia de la comunidad social a la que se llega a pertenecer.

Toda convivencia debe estar fundamentada en el amor; esto es abrir al otro un espacio de existencia junto con nosotros, porque no existe convivencia social sin amor, sólo existe la hipocresía que nos lleva a la destrucción, a la separación. Convivir es vivir con; todos tenemos una necesidad de agruparnos, de estar con, de estar en relación con; el hombre comienza a ser persona cuando es capaz de relacionarse con los otros. Entonces, podemos definir la persona como un ser en relación con. Ser comprendido por otro u otros, significa que compartimos el modo de ver la realidad interhumana. Montes, (2000).

4. Comunicación y ciudad

En la Declaración de Puno, Mesa de Comunicación, (Mayo 2009) se aludió a que “la comunicación es la columna vertebral de la humanidad. Ésta ha sido ejercida desde que nuestros pueblos comenzaron a caminar en la Madre Tierra. Estamos llamados a recuperar la palabra propia, a descolonizarla, a retomar la tarea de caminar la palabra juntos, unidos en nuestra diversidad, y a comunicar desde la visión de nuestros pueblos construyendo medios de comunicación que expresen realmente lo que somos” (p.02).

Desde el panorama presentado anteriormente “Debemos pensar la ciudad para aprender a convivir en ella. Necesitamos convivir en la ciudad, en medio de la cercanía de la diferencia y de la diversidad cultural que nos divierten o incomodan” (Montañez, 2002: 37).

En América Latina el panorama cultural es inmensamente rico. Según Jesús Martín Barbero (2003), en su libro “De los medios a las mediaciones”, en esta región del mundo existe una “verdad cultural” que caracteriza a los países y los diferencia. Es decir, existe un “mestizaje” que no solo es el hecho racial en sí, sino el entramado de modernidad y discontinuidades culturales que tienen que ver con las formaciones sociales y estructuras del sentimiento, con las memorias e imaginarios que mezclan lo indígena con lo rural y lo rural con lo urbano; así como el folclor con lo popular, y lo popular con lo masivo.

Barbero fue uno de los primeros autores en relacionar la comunicación con la cultura y los medios con las mediaciones. Así las cosas, el concepto empezó a evolucionar y fortalecerse, dejando muy claro que en los procesos de comunicación no solo el conocimiento es clave, también lo es el reconocimiento; pues sólo así los pueblos o comunidades logran apropiarse de éstos.

García Canclini, (1998, p.19) asevera que para comprender a la ciudad debe reconocerse que “La ciudad espacial se sobrepone la ciudad comunicacional”, pues existe un “carácter dual de lo urbano”. Es decir, lo físico es apenas una cara de la ciudad, la otra, es lo comunicacional, dimensión inseparable de la primera faz ya que juntas son una sola cosa. Esto es clave porque indica que buena parte de la intrincada red de relaciones tejidas y gestadas en la ciudad dependen de la comunicación siendo ésta un elemento constitutivo de lo urbano.

Delgado (1999), por su parte, establece claras diferencias entre la ciudad y lo urbano, pero deja entrever que esto último, si bien no depende de la ciudad para que exista, sí requiere de lo relacional; asunto que se facilita a partir de la comunicación.

Canclini (1998) por su parte, plantea que en las ciencias sociales han surgido tres tipos de “aproximaciones” para intentar dar respuesta a la pregunta de “¿Qué es una ciudad?” La primera de ellas opone las ciudades al campo y los observa como los lugares donde se dan relaciones sociales que fueron el germen de la modernidad. La segunda aproximación corresponde a la escuela de Chicago y es aquella que ve a la ciudad como “la localización permanente relativamente extensa y densa de individuos socialmente heterogéneos”; es decir, a partir de unos criterios fundamentalmente espaciales y geográficos. La tercera opción se restringe al plano económico y ve la ciudad como el “resultado del desarrollo industrial y de la concentración de capital”.

Del escenario anterior se puede concluir que la ciudad necesita múltiples lecturas, debemos estar preparados para decodificar, debemos contar con los instrumentos necesarios para resistir al discurso hegemónico, decodificarlo críticamente. [Por ello] descifrar los procesos comunicacionales es esencial, esta conclusión se acerca a los planteamientos de Benach & Sánchez, (1999).

Pero bien, veamos la otra cara, y es que la preocupación de la comunicación por la ciudad y por la cultura urbana está encaminada a describir y a dar cuenta de los diversos lenguajes que en ella se desencadenan. Estos son métodos de expresión de la cultura, formas de comunicación, pero sobre todo modos de vida, modos o estilos de ser (Pereira, 1995).

En sintonía, “la ciudad, como la comunicación, son espacios fundamentales de construcción social, de desarrollo de identidades y de formación de lo público” (Carrión, 1999: 68).

En esa intersección entre lo público y la ciudad, es donde ocurre lo comunicacional, por ello es que Guzmán (1996: 2) sostiene que “una de las maneras de comprender lo que son las ciudades como ‘acontecimientos públicos’ es mirándolas como espacio de comunicación”.

Como respuesta a ello, se presenta la Educomunicación como una disciplina surgida de las teorías de la Comunicación y la Educación, cuyo objetivo es educar en la recepción crítica de los medios de comunicación de manera que el ciudadano sea consciente de cómo se construyen los Mensajes que recibe para tomar decisiones más razonadas (Kaplún, 1998:62 citado por Calvo, 2011). Por otro lado, el ciudadano también forma parte para la producción crítica, para que el ciudadano pueda participar de la sociedad de una manera libre y responsable elaborando sus propios mensajes y participando de la vida democrática desde su propia autonomía personal.

Desde lo anterior, Mata, (2010) citado por Jiménez et al., (2010, p.2). nos ubica en que en la didáctica de la comunicación la educación con la comunicación que consiste en “educarse aprendiendo a leer de forma crítica los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. Usando los medios para su análisis”.

Asimismo, esta autora nos acentúa que la educomunicación “podría definirse como una educación CON/PARA/ EN la comunicación” (Mata, 2010 p.2)

A modo de cierre en este apartado, Lara (2011) citado por Calvo (2011) comenta que la relación entre educación y comunicación ha adquirido preeminencia social y cultural en el último medio siglo gracias al papel estratégico de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida contemporánea hasta el punto de hablarse de sociedad de la información, sociedades del conocimiento, sociedad del aprendizaje, sociedad en red y otras tantas denominaciones en las que se implican diversas concepciones de mundo. Hablamos de nuevos modelos de vida y de nuevos métodos de enseñanza, donde el esquema de roles tradicionales -periodista/maestro, ciudadanos/alumnos, cambia.

5. Identificación de las problemáticas de cultura ciudadana en el medio de transporte masivo de Barraquilla

A partir de la mirada de los usuarios del sistema Transmetro se encontraron diferentes problemáticas de cultura ciudadana que desfavorecen la armonía en la convivencia ciudadana dentro de

este sistema. Las problemáticas encontradas mediante el instrumento tipo encuesta que se realizó, fueron:

- Obstrucción de los usuarios en la fila;
- Falta de respeto, entre ellas lenguaje obsceno entre los usuarios;
- Maltrato físico como empujones y golpes;
- El acoso sexual;

De las anteriores problemáticas encontradas, la más evidente con un 83% fue el desconocimiento de los deberes de los usuarios del sistema frente a un 17% de los usuarios que sí lo conoce, seguido de la falta de respeto entre usuarios que con un 74% han presenciado dicho maltrato mientras que un 26% no lo ha presenciado, se evidenció también que un 55% de los usuarios encuestados obstruyen la fila y un 45% no lo hace.

Por último, se encontró como problemática la poca colaboración con otros usuarios dentro del sistema, ya que según las encuestas de percepción realizadas por Barranquilla como vemos demuestran que al pasar de los años 2012 y 2013, el comportamiento de los usuarios en la opción Malo 1+2 aumentó de 15% en el año 2012 a 30% en 2013, y si se comparan con los resultados del proyecto Vive Empaz aumentan, ya que la mayoría de los usuarios siendo un 35% se calificó en un nivel 3 entre las opciones de 1 a 5 para calificar su colaboración con otros usuarios, es decir su autocalificación fue regular ya que 5 era la más alta calificación.

A continuación se evidencia la información dada en la siguiente tabla especificada de manera general.

6. Interpretación de los hallazgos

La mayoría de los usuarios encuestados siendo más de la mitad con un 52% utilizan el sistema Transmetro diariamente y el otro 48% lo usan en una frecuencia menor, en las que se encuentran de tres a cuatro días a la semana, de tres a cuatro días en el mes y esporádico.

Según los resultados obtenidos en la encuesta a los 240 usuarios del sistema de Transmetro se encontró que la mayoría de los encuestados siendo un 87%, respondieron tener comportamientos y actitudes adecuadas como usuarios cuando ingresan al sistema Transmetro, sin embargo otros de los usuarios encuestados en menor proporción con un 13% aceptaron no tener comportamientos adecuados como usuarios, sin embargo este 13% aumenta si hablamos de usuarios que han entrado a una estación sin pagar varias veces con un porcentaje del 20% y solo un 1% que lo hace siempre, se rescata que el 79% afirma que nunca lo ha hecho.

Se determinó que ese 21% de usuarios que entran en el sistema de transporte sin pagar lo hacen por falta de cultura ya que un 5% afirmó que lo hacía porque no encontraban a alguien que lo impidiera, otro 6% porque no tenían dinero, otro 4% afirmó porque quería, un 5% porque la máquina no estaba funcionando, y un 4% afirmó que lo ha hecho por todos los motivos anteriores. Estos porcentajes demuestran que una quinta parte de los usuarios utilizan el servicio sin importar las circunstancias de cómo ingresan en el sistema; ya que el usuario no opta por tener comportamien-

tos adecuados ni aun cuando la máquina de recargar se encuentra fuera de servicio y no hay nadie en el cubículo con el asesor de recargas, este 5% de usuarios prefiere entrar sin pagar a la estación que caminar hasta el otro lado de la estación donde no hay una máquina pero si se puede encontrar un asesor de recargas. Estos resultados también demuestran que las fallas en el sistema sirven de excusa para algunos usuarios para no pagar el pasaje, pero que realmente esta situación no depende del sistema, y sí de la cultura del usuario frente a la situación en que se les presenta.

En otra de las variables en la encuesta, se examinó la actitud de los usuarios al preguntarles si toman ventaja para ingresar al bus sin necesidad de hacer la fila. Los resultados aumentan en cuanto al 13% que no tiene buenos comportamientos en el sistema, y se duplica el 21% que aceptó que no ha pagado pasaje para ingresar al sistema. Un 40% toma ventaja para no hacer la fila principalmente por actitudes y comportamiento de los usuarios, puesto que el 24% afirmó que no hace la fila porque siempre se desordena y nadie se da cuenta, un 10% lo hace porque tiene prisa, y otros porcentajes minoritarios certifican que adultos mayores, mujeres en embarazo, personas con discapacidad y personas que llevan menores, también aprovechan dicha condición para no hacer la fila.

Sin embargo se destaca que el 60% de usuarios no toma ventaja alguna para ingresar al bus y realizan la fila como debe ser.

En la estación principal Joe Arroyo donde se toman las rutas S1 y donde llegan las rutas R1, y se encuentran los diferentes alimentadores, los usuarios deben realizar las filas para tomar el bus que necesitan. Sin embargo un 55% de los usuarios se detienen en medio de la fila para esperar otro bus, porque 44% prefiere irse sentado y un 10% porque espera a alguien y solo un 1% porque les molestó a alguien que ingresó al bus. Cabe resaltar que la mayoría de los usuarios encuestados saben que deben ingresar al bus y no detenerse para generar obstrucciones ya que lo afirmó el 66% de los encuestados. La encuesta demuestra que los usuarios piensan en ir más cómodos y no se percatan que generan obstrucciones en la fila cuando se detienen en la mitad, aun cuando saben que no deben hacerlo.

Dentro del sistema se presentan faltas de respeto de tipo verbal y físico entre los usuarios, de los cuales un 74% de los encuestados afirmaron haberlas presenciado. Un 69% ha presenciado falta de respeto verbal y maltrato físico como empujones y golpes, un 2% solo ha presenciado acoso sexual y el 3% restante ha presenciado todas las anteriores. La mayoría de estos usuarios han sido víctima de alguna de estas faltas de respeto con un 53% que lo afirmaron.

En cuanto a tener la iniciativa o la actitud de ceder las sillas los usuarios tienen una actitud buena ya que el 49% toma la iniciativa y el 30% también cede las sillas normales, solo un 21% no toma la iniciativa de ceder las sillas azules y los mismos usuarios son los que piden el asiento, estas respuestas también se evidencian en la encuesta de percepción realizadas por Barranquilla como Vamos en los años 2012 y 2013 donde fue bueno con un 50% en el año 2012 y 42% en el año 2013. Sin embargo se evidencia que durante estos dos años la solidaridad al momento de ceder las sillas azules disminuyó un 8%, y la poca solidaridad aumento de un 18% a un 23%.

Según las encuestas de percepción realizadas por Barranquilla como vamos se demuestra que al pasar de los años 2012 y 2013 la colaboración con otros usuarios en la opción Malo equivalente a 1+2 aumentó de 15% en el año 2012 a 30% en el año 2013 y si se comparan con los resultados del proyecto Vive Empaz aumentan ya que la mayoría de los usuarios siendo un 35% se calificó

en nivel 3 entre las opciones de 1 a 5 para calificar su colaboración con otros usuarios, es decir su autocalificación fue regular ya que 5 era la más alta calificación.

En cuanto a cuidado que el usuario brinda a los buses del sistema Transmetro, el 95% de los usuarios afirmaron darle el cuidado adecuado a los buses, es decir que la mayoría de estos encuestados no realizan acciones que perjudican los buses del sistema.

Las encuestas revelaron con un 34% que los usuarios no conocen el manual del usuario que especifica los deberes como usuarios del sistema y un 49% ni siquiera sabía que existía, con estos resultados nos damos cuenta que el sistema Transmetro trabaja muy poco este manual, ya que solo el 17% de usuarios encuestados afirmó que los conoce. Un porcentaje que no supera ni siquiera la mitad de los usuarios, este 17% los conoce por avisos que es el medio principal que usa el sistema para difundir las reglas del sistema, sin embargo se denota la poca efectividad de la página web ya que solo el 3% afirmó que los conoce por este medio y solo un 1% porque lo escucharon por el sistema de sonido de las estaciones.

El 74% de los usuarios encuestados creen que una campaña audiovisual favorecía la cultura ciudadana dentro del sistema, lo que quiere decir que realizar una campaña audiovisual puede reforzar este tipo de actitudes y comportamientos en los usuarios, que no dependen necesariamente del sistema ni de sus fallas, dependen de los mismo usuarios y de su educación, dependen de las actitudes y comportamientos que toman frente a otros usuarios y frente a situaciones en el sistema. Solo un 16% creen que no favorecería la cultura ciudadana, ya que no piensan que sería suficiente, y solo 10% aun no lo sabe.

Este análisis nos demuestra que se debe trabajar principalmente en generar conciencia a los usuarios que se detienen en la fila y generan obstrucciones, que son un 53%, esta mayoría lo sabe pero aun así lo hace. También se debe trabajar en la falta de respeto, ya que el 74% de los usuarios afirmaron haberla presenciado. Además de fomentar la colaboración de los usuarios la mayoría con 35% se calificó en 3. Y por último, se evidenció la necesidad de dar a conocer los deberes de los usuarios debido a que el 83% de los usuarios no lo conoce y se ratifica que los usuarios creen que realizar una campaña sería favorable para la cultura ciudadana y contrarrestar las problemáticas anteriores a fin de consolidar la armonía y convivencia entre la ciudadanía.

7. Bibliografía

- Barbero, J. (2003) *De los Medios a las Mediaciones*, Editorial Gustavo Gili S.A., Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Benach, N. & Sánchez, F. (1999). Políticas urbanas y producción de imágenes de la ciudad contemporánea: un análisis comparativo entre Barcelona y Curitiba. *La ciudad, escenario de comunicación*. 23-51. Carrión, F. y Wollrad, D.; (comps.). Quito, Flacso.
- Calvo, E. (2011) *Información Audiovisual, Multimedia y Educación Audiovisual* Información, Multimedia and Education Dpto. Periodismo II. Facultad de CC de la Información. Universidad Complutense de Madrid, España.

Carrión, F. (1999) "Gobierno de la ciudad y comunicación". La ciudad, escenario de comunicación. 67-85. Carrión, F. y Wollrad, D.; (comps.). Quito, Flacso.

García Canclini, N. (1998) "Las cuatro ciudades de México". Cultura y comunicación en la ciudad de México. (1ª parte) modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo. pp, 19-39. México D.F., Grijalbo.

Delgado, M. (1999) El animal público. Hacia una antropología de los Espacios urbanos. Barcelona, Anagrama.

Guzmán, C. (1998) "Las nuevas síntesis urbanas de una ciudadanía cultural. (La ciudad como objeto de consumo cultural)". El consumo cultural del venezolano. Caracas, Fundación Centro Gumilla/Conac, Disponible en: <http://www.innovarium.com/CulturaUrbana/CiudadCGC.htm>.

Illera, M. (2005) Convivencia y cultura ciudadana: Dos pilares fundamentales del derecho policivo. En Revista de Derecho, núm. 23, julio 2005, (p.242- 247) Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.

Jiménez, J. & García, H. (2009). La educomunicación: una estrategia para contribuir a la formación integral de los estudiantes. Ensayo. Disponible en: <http://148.202.105.12/tutoria/encuentro/files/ponenciaspdf/La%20educomunicacion%20una%20estrategia%20para%20contribuir.pdf>

MATA (2010). Didáctica de la Educomunicación. Disponible en: <http://didcticadelaeducom.wordpress.com/educomunicacion/>

Maturana H. (1991). El sentido de lo humano. Santiago; Ediciones Pedagógicas Chilenas S.A., P. 264.

Mokus, A. (2003) Cultura Ciudadana y comunicación por revista la Tadeo no.68 primer semestre Bogotá, D.C. Colombia.

Montañez, G. 2002. "Pensar la ciudad". La ciudad: hábitat de diversidad y complejidad. 31-38. Torres, C. A., Viviescas, F. & Pérez, E. (comps.). Bogotá, Universidad Nacional de Colombia,

Montes, M. (2000). Viviendo la Convivencia. En Revista Colombia Médica. Vol. 31, Núm. 1, 2000, pp. 58-59. Universidad del Valle - Facultad de Salud.

Pereira, J. (1995) "Comunicación, cultura y ciudad. Campo de reflexión, propuestas de investigación". Signo y Pensamiento, Bogotá, Colombia.

Sibirsky, S (1996). ¿Qué es la Cultura? (p.12). Buenos Aires, Columba.