



# CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

ABRIL, MAYO, JUNIO de 1982

## POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION

Beltrán Motta Alfonso Roncagliolo



*DIRECTOR GENERAL*  
**DR. LUIS E. PROAÑO**

*CONSEJO INTERNACIONAL DE REDACCION*

**DR. LUIS RAMIRO BELTRAN** (Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo CIID - Colombia); **DRA. CUMANDA GAMBOA DE ZELAYA** (Decano de la Facultad de Comunicación, Universidad Estatal de Guayaquil - Ecuador); **DR. EDUARDO CONTRERAS BUDGE** (Asesor Académico - CIESPAL); **DR. JOSE MARQUES DE MELO** (Instituto Metodista de Ensino Superior - Brasil); **DR. MIGUEL DE MORAGAS SPA** (Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona - España); **LIC. ALBERTO MALDONADO** (Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Central de Quito - Ecuador); **DR. LUIZ GONZAGA MOTTA** (Asesor Académico - CIESPAL); **DR. PETER SCHENKEL** (Fundación Friedrich-Ebert en CIESPAL); **DR. JOHN T. McNELLY** (Universidad de Wisconsin - Madison); **LIC. RAFAEL RONCAGLIOLO** (Director de ILET, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales - México); **LIC. MARCO ENCALADA** (Director Técnico de CIESPAL); **JOSE STEINSLEGER** (Editor - Asesor).

*COMITE EDITORIAL*

**Dr. Asdrúbal de la Torre**, **Lic. Marco Encalada**; **Jorge Mantilla Jarrin**; **Dr. Peter Schenkel**; **Lic. Ronald Grebe** (noticias); **José Steinsleger** (edición y redacción); **Lucía Lemus** (asistente de Redacción).

*CORRESPONSALES Y COLABORADORES*

**AMERICA LATINA**

**BOLIVIA:** Jaime Marcos Reyes; **PERU:** Juan Gargurevich; **COSTA RICA:** Armando Vargas y Lupita Flores; **BRASIL:** José Marques de Melo (Sao Paulo); Bernardo de Carvalho (Belo Horizonte); Roberto Amaral (Rio de Janeiro); Martha Alves D'Azevedo y Sergio Caparelli (Porto Alegre); **ARGENTINA:** Iris Morera; **REPUBLICA DOMINICANA:** Rafael Nuñez Grassals; **PANAMA:** Juan Hochberg; **PARAGUAY:** Ilde Silvero; **MEXICO:** Javier Esteinou Madrid y Edna Ibarrondo; **COLOMBIA:** Javier Gil Marín; **VENEZUELA:** Mario Kaplún.

**EUROPA Y ESTADOS UNIDOS**

**POLONIA:** Valery Pisarek; **GRAN BRETAÑA:** Peter Louis; **EEUU:** Richard Cole (North Carolina).



*Artes y Carátula:* Editorial El Conejo. *Foto Carátula:* John Wright. *Impresión y Encuadernación:* Artes Gráficas Señal

**CHASQUI**, publicación trimestral del Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina (CIESPAL), editada con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de la República Federal de Alemania. Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la Redacción de CHASQUI. En cambio los títulos y los pies de fotos son de incumbencia de esta última. Las colaboraciones serán rigurosamente solicitadas por escrito. Tarifa de suscripción: US\$ 20 para todos los países, que incluyen cuatro ediciones anuales y el envío por correo aéreo. En el Ecuador: S/. 400.

**CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACION PARA AMERICA LATINA.** Almagro y Andrade Marín - Quito, Ecuador. Teléfonos: 543-831/544-624. Apartado: 584. Télex: 2474 ED CIESPAL - Cables: CIESPAL.



# CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

## EDITORIAL

- 4 POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION, *por Luis E. Proaño.*

## TESTIMONIOS

- 6 Luis Ramiro Beltrán: "NO RENUNCIEMOS JAMAS A LA UTOPIA"  
(Entrevista exclusiva de Patricia Anzola)

## PERCEPCIONES TEORICAS

- 14 COSTA RICA: SEIS AÑOS DESPUES, *Luiz Gonzaga Motta.*  
20 EL CASO VENEZOLANO, *Alejandro Alfonzo.*  
26 COMUNICACION Y DESARROLLO, *por Arnaldo Murúa y Marc Van Wingerden.*  
32 EL NOMIC: COMUNICACION Y PODER, *por Rafael Roncagliolo.*

## MESA DE DISCUSION

- 41 MEXICO: CONCLUSION DE UN FRACASO, *por Otto Granados y José Castellanos*

## COYUNTURA

- 50 AGENCIAS NOTICIOSAS OCCIDENTALES, *por Robert L. Stevenson*  
54 Eleazar Díaz Rangel; PERIODISMO LATINOAMERICANO: PREOCUPACIONES Y DESAFIOS (entrevista exclusiva de Pablo Portales)  
57 LOS NUEVOS RUMBOS DE UCLAP, *por José Marques de Melo*  
59 NOTICIAS

## COMUNICACION ALTERNATIVA

- 72 COMO SE HIZO EL DIARIO DE MARKA, *por Ricardo Uceda*

## INNOVACIONES

- 78 VENTAJAS Y PELIGROS DE LA MICROELECTRONICA, *por Peter Schenkel*

- 84 HEMEROGRAFIA EUROPEA

- 89 BIBLIOGRAFIA

## DOCUMENTOS

- 98 OBJETIVOS DE ALASEI  
106 GUYANA NEWS AGENCY: una experiencia sudamericana  
109 CUBA EN EL PIDC  
113 ENFOQUES DE LACOM'76

## ENGLISH SECTION

- 118 FOR OUR ENGLISH READERS

# EL CASO VENEZOLANO

**Alejandro Alfonzo**

## MECANISMO DE PLANIFICACION MIXTO

1.— Hemos dicho en otras ocasiones que en materia de políticas de comunicación y su planificación, el Estado Venezolano tiene una experiencia más o menos reciente; en consecuencia no se tenía, al menos parcialmente, una efectiva vinculación entre las exigencias y requerimientos del desarrollo nacional y la comunicación. En tal sentido, la inexistencia de un marco de política comunicacional integrado que permitiera orientar y coordinar los distintos esfuerzos institucionales de los sectores básicos del desarrollo, se presentaba en nuestro país como un marcado aspecto crítico.

Esa historia reciente en materia de políticas de Estado para el área de la comunicación, acaba de abrir en Venezuela un nuevo capítulo, que sin lugar a dudas se presenta como esperanzador y de progreso en la búsqueda de acciones permanentes y absolutamente definidas. Se trata del **Plan Sectorial de Comunicación Social**, que como una de sus secciones integran el **VI Plan de Desarrollo Nacional** (también llamado **Plan de la Nación**) para el período 1981-1985. Ello constituye el objeto de estudio de este trabajo que hoy presentamos al lector de **CHASQUI**.

Este especial énfasis en la formulación de pautas para la planificación de políticas comunicacionales, como el

propio Plan lo señala, se puede calificar como una reacción a la situación que se viene dando en muchos países, especialmente aquellos en vías de desarrollo, donde se advierte en relación a la Comunicación Social en general, una acentuada fragmentación, acciones casuísticas y episódicas. Todo ello, sin que haya ningún tipo de plan, ni fijación de objetivos, por ejemplo, respecto a la misión de los grandes medios en una sociedad en un tiempo dado, y menos aún acorde a las grandes metas fijadas por los planes nacionales de desarrollo (1). Es pues, a todas luces un planteamiento crítico y con vocación de cambio (2).

2.— La Constitución Nacional en sus artículos 95 y 98 establece, por así decirlo, los lineamientos para el Estado planificador e interventor. El primero de los artículos nombrados asigna al Estado la obligación de promover el desarrollo económico y la diversificación de la producción, con la finalidad de crear nuevas fuentes de riqueza, aumentar el nivel de ingreso de la población y fortalecer la soberanía del país. Mientras que por su parte, el artículo 98 establece que el Es-

1.— *Plan Sectorial de Comunicación Social. Capítulo III. VI Plan de la Nación 1981-1985. Desarrollo Sectorial. Volumen II. Parte 3. Versión oficial. Agosto 1981. Pág. 75.*

2.— *Anteriores al Plan Sectorial de Comunicación Social del VI Plan de la Nación, es digno mencionar como documento de Estado sobre lineamientos de políticas comunicacionales; el V Plan de la Nación, donde existe un esquema general cuyo texto contemplaba 'la necesidad de incorporar el sector comunicación social a la política general de planificación para el desarrollo; la Ley de la Cultura ( ) y el proyecto de Radio-Televisión Venezolana (RATOLVE). 1976.*

tado debe proteger la iniciativa privada, sin perjuicio de la facultad para dictar medidas tendientes a planificar el desarrollo nacional; además consagra el derecho del Estado a planificar, fomentar y racionalizar la producción, regular la circulación, distribución y consumo de la riqueza, e impulsar el desarrollo económico y social del país (3).

Ahora bien, el mecanismo de planificación existente en Venezuela es mixto, pues es indicativo para el sector privado, y sólo obligatorio para el área pública u oficial. (4).

Nuestro sistema vigente para la planificación, contempla el funcionamiento y la presencia activa, al más alto nivel del Ejecutivo Nacional, de la Oficina Nacional de Planificación y Coordinación, cuyo titular ejerce como Ministro de Estado. Esta unidad administrativa se ocupa de elaborar el Plan de la Nación, el cual contiene tanto las disposiciones imperativas, mandatorias, obligatorias que debe seguir el sector público de la economía en cuanto a distribución de las inversiones, gastos, consumo, personal, etc., todo lo que debe incluirse en un plan económico; como ciertas disposiciones de orientación en cuanto se refiere a la actividad privada (5).

3.— *Constitución de la República de Venezuela, promulgada el 23 de enero de 1961.*

4.— *Carrillo Batalla, T.E. 'El Sistema Económico Constitucional Venezolano', en Estudios sobre la Constitución (Libro Homenaje a Rafael Caldera) Tomo II U. C. V. Caracas, 1979, Pág. 957 y 958.*

5.— *Carrillo Batalla, T.E. Obr. cit. pág. 956.*

Es digno de señalar que en Venezuela se vinculan, por razones históricas, los procesos de planificación —a través de los planes quinquenales y como “instrumentos auxiliares de desarrollo”— a nuestra vida democrática, que nace en 1958.

## ROL DEL ESTADO EN LOS PROCESOS DE PLANIFICACION

Las anteriores consideraciones nos llevan a examinar, brevemente, el papel del Estado en el proceso de la planificación para el desarrollo, asumiendo que la misma constituye una “intervención deliberada del Estado” basada en un conocimiento racional mínimo del proceso socioeconómico y de la realidad en la cual ese Estado está inmerso.

Por otra parte esta intervención deliberada, como diría Kaplan, “implica una estrategia concebida como cuerpo orgánico de decisiones sobre una serie de opciones económicas, sociales, políticas, ideológicas y culturales, resultante de un programa suficientemente preciso como para ser guía efectiva de los órganos públicos de intervención y planeamiento, y de los destinatarios” (6).

Tomando en cuenta esta idea, se deberá señalar que resulta fuera de época el discutir “la compatibilidad de la planificación y la libertad humana” que se había convertido en lo que podríamos llamar un “tema trampa”, pues desviaba los verdaderos objetivos a conseguir a la hora de enfrentar el problema. Ya no se viven los días en que era necesario razonar y justificar la actitud intervencionista del Estado. Es claramente cuesta arriba sostener, hoy por hoy, los típicos esquemas del Estado liberal. “La intervención estatal es una realidad y, en efecto, en la actualidad pocos campos o sectores de nuestra vida económica y social escapan de una injerencia del Estado o, al menos, de la presencia del Estado” (7). Por eso la afirmación de Andre Hauriou: “sabemos que el Estado, incluso el Occidental, se interesa cada día más en la vida económica del país y a menudo participa de ella” (8). En la

6.- KAPLAN, MARCOS: *Aspectos Políticos de la Planificación en América Latina. Cuadernos para la Reforma Administrativa* /3. Caracas, 1971 Pág. 8.

7.- BREWER CARIAS A: “Cambio Político y Reforma del Estado en Venezuela”. *TECMOS*. Madrid 1975. Pág. 36.

8.- HAURION ANDRE con JUAN GIC-

realidad venezolana ello es cada día más evidente, siendo extensible a otras áreas, por la razón del orden jurídico actual, constitucional y democrático, pero también por la vía de hecho y de la dinámica social, no exento en nuestro medio, de una conducta paternalista que se practica y se busca, según se trata de quien ejerce el poder o el ciudadano común o asociado en instituciones gremiales, sindicales, culturales, económicas, etc.

Este razonamiento nos lleva a concluir que resulta inconcebible cualquier cambio importante sin una intervención activa del Estado (9).

Claro está, se asume una visión democrática y pluralista del Estado, que en Venezuela es la organización política de la sociedad, y como tal, el instrumento de ésta para el logro de los objetivos plasmados en el pacto político constitucional: el bien común, la justicia social y el respeto a la dignidad humana.

## ***Debe existir una compatibilización con todas las otras políticas y planes que han de aplicarse en una situación geográfica y política determinada.***

Tal y como nos lo señala Maritain: El Estado como una parte del cuerpo político que se especializa en los intereses del todo, que no es “sino un organismo facultado para utilizar el poder y la coerción, integrado por expertos o especialistas en ordenamiento y bienestar públicos, un instrumento al servicio del hombre” (Maritain). Se trata entonces del Estado garante del bien común; es el instrumento de la sociedad a través del cual se actualizan los derechos del ciudadano. Este Estado “ya no es sólo un Estado de Derecho formal, sino que lo es, pero con un cometido social imprescindible” (Breuer Canias).

Se parte entonces del principio democrático que orienta la actividad política de la sociedad venezolana, con unas

QUEL y PATRICE GELARD: “Derecho Constitucional e Instituciones Políticas” *DEMOS*.- ARIEL. Barcelona 1980. Pág. 141.

9 -La Palombara, J. “Burocracia y Desarrollo” en Brewer Carías, A. *Obr. cit.* pág. 54.

muy especiales características donde se combinan posturas estatales de corte socialista (no totalitarias) y de democracia capitalista en los términos occidentales. En Venezuela, el Estado está y ha estado condicionado en su función por una determinada relación de “capitalismo de Estado”.

3.- El informe de la Comisión MacBride se plantea como problema fundamental “la relación que procede establecer entre la comunicación —obras de infraestructura y actividades— y los objetivos nacionales o, en otras palabras, la incorporación del desarrollo de la comunicación a los planes de desarrollo general”. A renglón seguido, el controversial documento admite la interrelación entre la comunicación y otros sectores de la actividad, por lo que reclama la necesidad de formular unas políticas de comunicación que no se limiten a la información, y menos todavía a los medios de comunicación social, sino que tomen en consideración todos los medios que pueda

utilizar una sociedad para alcanzar sus objetivos generales de desarrollo. No hay que olvidar que las políticas de comunicación corren parejas con las que se formulan en otros campos —educación, cultura y ciencia—, y hay que concebirlas de modo tal que se complementen mutuamente (10).

Los anteriores planteamientos están dentro del mismo marco de reflexiones que se hace Peter Schenkel, cuando muy acertadamente señala lo incongruente que sería concebir la planificación de la comunicación en forma separada del gran contexto político y social del cual forma parte, y así mismo Schenkel considera imprescindible que “la planificación de la comunicación vaya estrechamente ligada con la elaboración de correspondientes políticas de comunica-

10 - “Un Solo Mundo, Voces Múltiples”. *Comunicación e Información en Nuestro Tiempo. Informe de la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación*. UNESCO. Fondo de Cultura Económica, México/UNESCO, París, pág. 351. 1980. Edición en español.

ción que reflejen la realidad del gran contexto social y la intencionalidad de cambiarla" (11).

Por su parte Hancock ha definido a la planificación de la comunicación como "la preparación de planes de largo y corto alcance (tanto estratégicos como operacionales), para el eficiente y equitativo uso de los recursos de comunicación y para la realización de las políticas de comunicación en el contexto de las metas, medios y prioridades de una sociedad particular y sujeta a las formas prevalentes de organizaciones sociales y políticas (12).

Esta planificación de la comunicación no es un proceso que se agota en sí mismo o se configura en un autopropósito, sino que incluye siempre y obligatoriamente programas y proyectos específicos, tales como aquellos destinados a promover el desarrollo rural, diversificar la producción, facilitar la aceptación de medidas de salud y nutrición, fomentar la participación en relación con el saneamiento ambiental, estimular la educación, etc.

En otras palabras, debe existir una compatibilización con todas las otras políticas y planes que han de aplicarse en una situación geográfica y política determinada; además la acción planificadora debe estar estrechamente ligada al contexto social que se aspira influir y cambiar.

Este hecho es detectado por William Melody, quien anota que los analistas, políticos y planificadores, conocen muy poco acerca de los efectos de la comunicación en el proceso de desarrollo de los países. Para él, el problema fundamental es que el papel de la comunicación en el desarrollo no ha sido operacionalizada e integrada dentro de los propios planes. La relación entre el sector de la comunicación y otros sectores de la sociedad no han sido efectivamente establecidos o siquiera identificados los vínculos de unión existentes (13). Así, dentro de estas ideas y

11 -SCHENKEL, PETER en "Planificación y Comunicación". De Juan Díaz Bordena y Maritians de Carvalho. CIESPAL. Editorial Don Bosco. Primera edición, pág. 17 - 1978.

12.-HANCOCK, ALAN en Marco Encalada: "Planificación, Comunicación y Participación: El Papel de la Comunicación Educativa". CIESPAL - Quito. 1980.

13 -MELODY, WILLIAM. "The Role of

alrededor a la que se puede denominar una nueva dimensión comunicacional en el orden global; y asumiendo la concepción del Estado democrático planificador, se plantea la necesidad de redefinir los términos sobre el papel del Estado frente al hecho que nos ocupa, de comunicación, desarrollo y cambio social. Vale decir que es también, cara a la explosión de la información, multiplicada en sus alcances y efectos por la revolución tecnológica de los últimos años, que para algunos estudiosos es desencadenada la "miniaturización del ordenador" y para otros es la que nos conduce a la "sociedad de información", según la expresión de Jean Jacques Servan Schreiber.

## VI PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

4.- Ahora bien, el VI Plan Nacional de Desarrollo en sus líneas más generales presenta seis grandes objetivos que nosotros no entraremos a analizar aquí; nos limitaremos a su enunciado. Creemos que ello ayudará a una más clara interpretación y vinculación al momento de abordar la descripción -con sus objetivos y estrategias- del plan específico o sectorial concerniente a la comunicación social. Lo hacemos así pues estamos persuadidos que una de las virtudes del documento que ahora nos ocupa, es su perfecta coherencia en sus planteamientos globales con aquellos que se particularizan en cada capítulo, sin olvidar la existencia de una línea continua de correspondencia que baja de los principios metapolíticos y políticos que informan la base ideológica del gobierno responsable del diseño del plan (Demócrata-Cristiano), atraviesa la oferta programática electoral (presentada en 1978) y concluye en el Plan de Desarrollo. Así pues, tenemos los siguientes objetivos:

- a) La defensa y robustecimiento de la identidad nacional.
- b) Elevar las condiciones y calidad de vida de los venezolanos.
- c) Incrementar la organización social del pueblo, a los efectos de la participación.

*Communication in Development Planning*, publicado en "Perspectives in Communication Policy and Planning", editado por Syed A. Rahim and John Middleton. *Communication Monographs Number 3*. EAST-WEST Communication Institute. 1977, págs. 25 y 26.

- d) Promoción del crecimiento y la eficiencia del aparato productivo.
- e) Racionalizar la ocupación del territorio; y,
- f) La renovación del Estado, para adecuarlo a las exigencias de una estrategia de desarrollo integral y armónico dentro de un concepto humano y social de la economía, la política y la cultura.

## PLAN SECTORIAL DE COMUNICACION SOCIAL

5.- Todo lo anterior nos lleva, finalmente, a entrar en el estudio del Plan Sectorial de Comunicación Social.

### *Se plantea la necesidad de redefinir los términos sobre el papel del Estado frente al hecho de comunicación, desarrollo y cambio social*

Así nos detendremos en los principios básicos que, a mi juicio fundamentaron el actual proceso de planificación de las políticas comunicacionales del Estado Venezolano.

A. El Estado como rector e iniciador del Proceso de Planificación, tomando en cuenta el carácter social, democrático y participativo de ese proceso: El Estado concebido, como ya fue dicho, como instrumento político de la sociedad para la consecución de los fines de ésta y, particularmente, del bien común. Si se quiere, hay una conducta reivindicativa de la figura del Estado moderno, constitucional y democrático, donde la esencia del proceso del poder consiste en el intento de establecer un equilibrio entre las diferentes fuerzas pluralistas que se encuentran compitiendo dentro de la sociedad estatal, siendo garantiza-

## ***Sólo mediante cambios sustanciales en la estructura internacional de la información, se logrará afianzar las posiciones de los pueblos del Tercer Mundo.***

da la debida esfera para el libre desarrollo de la personalidad humana.

En este punto cabe anotar como referencia y fuente informativa necesaria —suponemos— para las conclusiones a las que quiere llegar el lector, lo sostenido, a propósito de las funciones del Estado en el programa de gobierno presentado por el actual Presidente de Venezuela, en la campaña electoral de 1978. La importancia de esta alusión está en que este documento oficial supone la posición doctrinaria del partido Social Cristiano COPEI, actual eje político del gobierno venezolano. Así tenemos:

\* Las funciones del Estado en el ámbito social, económico y político, previstos por la Constitución Nacional, inducen y obligan, manteniéndose dentro de las normas generales del contrato social básico, a superar las fallas buscando nuevas formas e instrumentos complementarios para alcanzar los fines generales previstos.

\* En este orden de ideas, el Estado en el ámbito político deberá hacer al sistema más participativo, impulsando la organización de los ciudadanos para superar la condición de masa, con el fin de que intervenga libre y responsablemente en la toma de control de decisiones.

\* El Estado en el ámbito económico deberá acelerar el proceso de desarrollo de la economía y contribuir a la distribución del excedente de acuerdo al principio de justicia social, para mejorar la participación de los más desposeídos en él en cuanto al disfrute de la riqueza.

\* En el ámbito social el Estado deberá, con el objeto de garantizar el respeto y amparo a la dignidad humana, fomentar la promoción del ciudadano a través del mejoramiento de la legislación social, para mejorar nuestra democracia social y estimular los mecanismos de participación.

\* En fin, el énfasis de la función promotora del Estado, para el perfeccionamiento de la democracia social, eco-

nómica y política que caracteriza al Estado Promotor.

### **B. La reafirmación del derecho a la libre expresión del pensamiento.**

Es necesario subrayar —al comentar este principio— que especialmente importante es la responsabilidad del Estado en cuanto éste deberá “valiéndose de su poder legítimo, actuar como garante y estimulador de la libertad de expresión, y ser también activo vigilante para impedir todas aquellas manifestaciones que puedan atentar contra esa libertad, sin distinción del poder económico, político y social de quien actúa”.

Se deja clara constancia pues, de una firme creencia en la libertad de expresión, apuntando no hacia los conceptos más o menos tradicionales que de ella se tiene, sino hacia una dirección más amplia, democrática y participativa. Se conceptúa así la libertad de pensamiento como un derecho del hombre; se subraya la existencia del derecho a informar y a ser informado veraz y oportunamente, condición indispensable para la mayor participación e integración social.

Se trata de dar un énfasis a los “derechos a comunicar” y “el derecho a recibir comunicación”, derechos sociopolíticos básicos —como lo denomina John Lee— que pertenecen a todos los seres humanos y que entrañan el derecho de acceso de todos los individuos al sistema de información.

### **C. La voluntad de cambio y el carácter político del proceso de planificación en el área de la comunicación.**

Se asume una posición crítica frente a las actuales estructuras y sistemas comunicacionales del país, caracterizados por un dominio absoluto de la empresa privada en función de una intolérable mercantilización del producto cultural y de la información. En consecuencia, se propugna un cambio de esa situación en virtud de entender a los Medios como servicio público. Ello no elimina el actual régimen de concesiones

que rige en Venezuela, para que los particulares, en el caso específico de los medios radioeléctricos, continúen explotando como empresa privada, el Medio. Se sostendría así el llamado “sistema mixto” de apropiación.

Por otra parte, esa actitud crítica frente a la situación planteada supone un conjunto de decisiones de tipo político, que conlleva toda conducta de cambio por parte de quien la dirige. Estas decisiones forman parte del propio proceso de planificación, si se considera que éste es un conjunto de actos que configuran un proceso más general, el de las decisiones del poder político. La actividad planificadora del Estado, su formulación y ejecución, suponen una decisión política permanente.

No hay que desvincular la influencia actual del poder de los Medios, de los factores políticos, económicos y militares que configuran una increíble madeja de relaciones, cuyo examen constituye motivo de análisis reposado.

Esta situación es producto también de nuestra sociedad de masas, que ha permitido, como lo anota Loewenstein, el surgimiento de un nuevo tipo de invisibles detentadores del poder en forma de grupos pluralistas y agrupaciones de intereses que dominan los Medios de Comunicación de masas.

### **D. El carácter instrumentalista de la información. La Comunicación para la participación en el proceso de desarrollo.**

Esto otorga el sentido exacto que se le quiere dar al proceso de planificación en esta actividad, pues se señala a la información como instrumento y fase indispensable para lograr la participación social del ciudadano.

Cabe señalar aquí, para una mejor comprensión de la relación entre comunicación y participación, lo sostenido por el Presidente Herrera en su programa de gobierno: “Para que el Estado Promotor tenga un cabal funcionamiento requiere de una permanente comu-

nicación e integración del mismo con las personas organizadas en sociedades y cuerpos intermedios, los cuales tendrán una activa participación en el proceso de elaboración, toma y ejecución de las decisiones”.

Así pues, la comunicación se tiene como un hecho vital y como factor clave en los procesos de toma de decisiones de la población; en consecuencia, esta conducta dependerá del grado y calidad de la información disponible, así como de los valores y motivaciones que se posean. Además, en todos los procesos de desarrollo la información es un factor de primer orden.

El proceso de consolidación de la institucionalidad democrática requiere de esfuerzos decididos por parte del Estado, tendientes al establecimiento de condiciones favorables para la creación de mecanismos idóneos que permitan garantizar a la población, el derecho a la información. Condición que resulta indispensable, se reitera, para lograr una mayor participación e integración social, así como también asegurar la formación adecuada de opiniones sobre los diversos aspectos, hechos y situaciones que se presentan en el ámbito nacional e internacional.

E. Se establece también como postulado, el deber ser de los Medios de Comunicación en función de todos estos conceptos básicos aquí esbozados. Ello apuntaría a:

\* Los medios deben suministrar el tipo de informaciones que los ciudadanos de los diversos sectores de actividad necesiten para tomar sus decisiones de tipo ocupacional, profesional, cívico y comunitario.

\* Dar acceso y participación a los programas y contenidos, de modo que la población exprese sus puntos de vista políticos, ideológicos y de preocupación ciudadana y haga conocer sus problemas y necesidades.

\* Apoyar los programas educativos, culturales y sociales de la comunidad, sobre todo aquellos que benefician los estratos más necesitados.

\* Asegurarse de que los valores difundidos en los mensajes no sean contrarios a la identidad cultural y cívica de la nación sino, más bien, que contribuyan a consolidarlo y fortalecerlo.

---

## OCHO OBJETIVOS BASICOS DEL PLAN SECTORIAL.

---

La última parte de este trabajo está destinada a presentar los ocho objetivos básicos del Plan Sectorial, tal y como los trae el documento final que nos ocupa, en su versión definitiva.

A. Vincular los contenidos comunicacionales a los distintos esfuerzos sociales, económicos y culturales que se efectúan para mejorar la calidad de vida de los venezolanos, especialmente a los sectores prioritarios del desarrollo, la prestación eficiente de los servicios públicos, estimular el ejercicio responsable de los derechos y deberes ciudadanos, y el perfeccionamiento de la democracia.

B. Estimular y promover un mayor acceso de la población a los medios de comunicación social para contribuir a los esfuerzos que propician la integración nacional, la vigorización de las manifestaciones de la cultura regional, la participación de los ciudadanos en la orientación valorativa de los mensajes comunicacionales, y la libre expresión del pensamiento. Por otra parte se han de procurar las mejores condiciones para que la población socialmente organizada pueda tener acceso real a los medios de comunicación —sin desmedro de los derechos, deberes y responsabilidades de sus propietarios, editores, directores y administradores— mediante mecanismos apropiados, que le permitan emitir y recibir información en concordancia con los principios que enaltecen nuestra nacionalidad, tomando en cuenta de igual forma los intereses y criterios geográficos, políticos y sociales, alrededor de los cuales los grupos se organizan y desarrollan.

C. Diseñar y estimular aquellas acciones que permitan un mejoramiento de los recursos humanos vinculados a los programas e instituciones del sub-sector público o privado.

D. Intensificar las labores de investigación en el área de la comunicación social, a objeto de aplicar sus resultados en el mejoramiento de las políticas, programas y servicios del sector, fundamentalmente en las áreas prioritarias señaladas.

E. Estimular un conjunto de condiciones que permitan a los medios de comunicación social actuar de acuerdo con los requerimientos tecnológicos, económicos, sociales y culturales del país, con respecto a la ética comunicacional, publicitaria y a la libertad de expresión del pensamiento, en los términos consagrados por nuestra Constitución.

---

***No hay que olvidar que las políticas de comunicación corren parejas con las que se formulan en otros campos.***

---

F. Consolidar institucionalmente y programáticamente los medios de comunicación social propiedad del Estado, a fin de que el contenido de sus mensajes contribuyan al perfeccionamiento de la democracia y estimulen el proceso de desarrollo del país, mejorar su gestión administrativa y ampliar y desarrollar su cobertura e infraestructura técnica y física.

G. Mejorar los sistemas informativos y comunicacionales del Estado, a través de la creación y puesta en práctica de mecanismos y procedimientos que permitan una adecuada coordinación de las unidades de Información y Relaciones Públicas de los organismos de la Administración Pública Nacional; y el diseño de estrategias y programas comunicacionales que apoyen las acciones en materia de educación, salud, servicios públicos, desarrollo rural e información exterior.



H. Reforzar la presencia activa de Venezuela, con participación de los sectores público y privado, en Convenciones, Acuerdos y Convenios a niveles regionales, sub-regionales y mundiales; a fin de fortalecer las posibilidades para el establecimiento de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), con orientación claramente democrática. Ello bajo la firme convicción de que sólo mediante cambios sustanciales en la estructura internacional de la información, se logrará afianzar las posiciones de los pueblos del Tercer Mundo, en pro de una igualdad y de un justo tratamiento noticioso de nuestras realidades nacionales y regionales. Se apunta también con esto, a entrar en un franco proceso de democratización para un acceso libre e igualitario al flujo mundial de la información, elemento indispensable para la comprensión y la libertad entre los países.

6.— Naturalmente, todo lo anterior está seguido de la exposición de lineamientos estratégicos y programas concretos, además de una estimación presupuestaria a los requerimientos financieros.

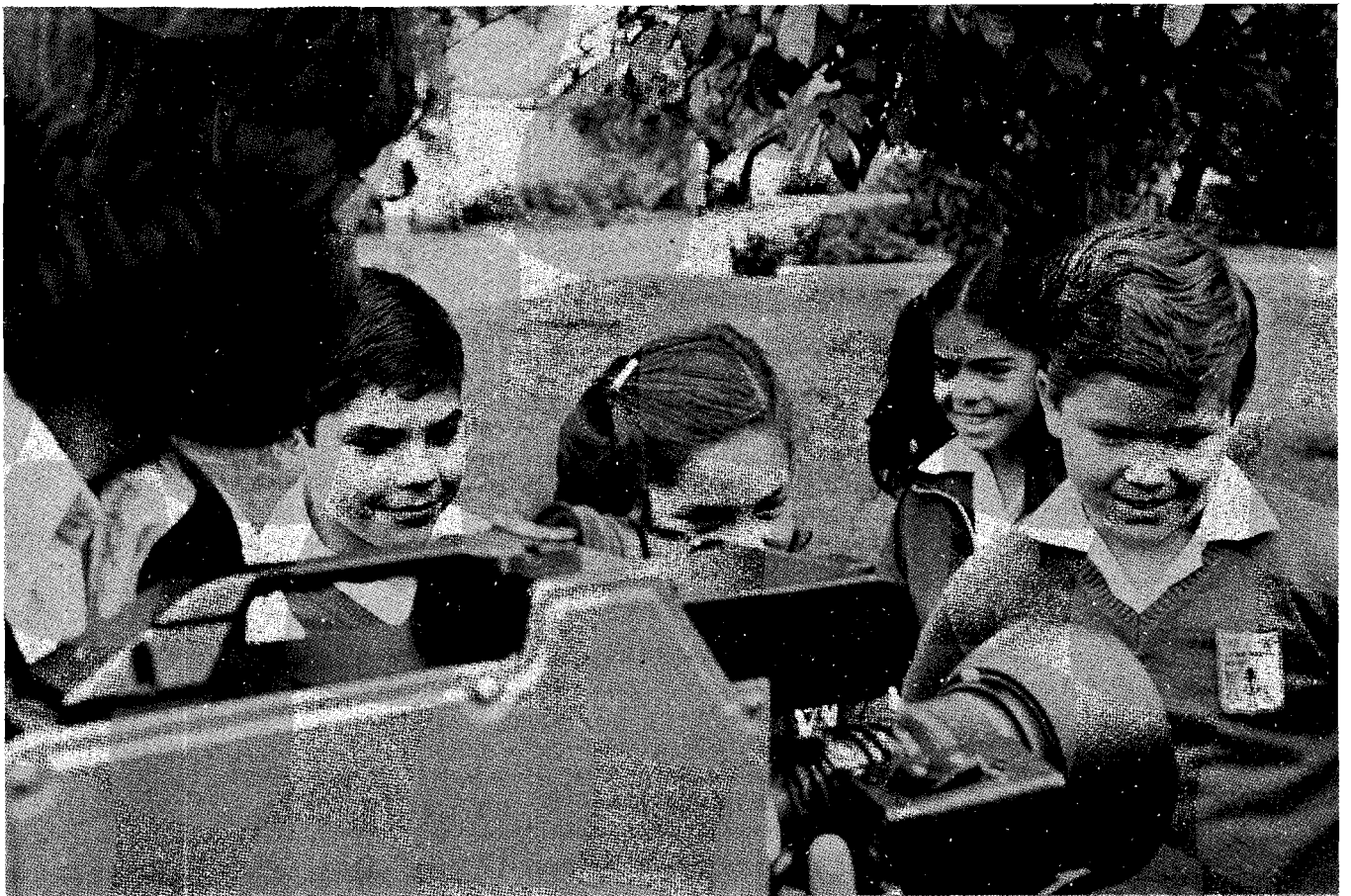
Así tenemos que el esquema del Plan Sectorial, desarrollado en el Plan de la Nación, fue el siguiente:

- a) Una exposición de motivos con elementos históricos y conceptuales.
- b) Un diagnóstico del área o "situación actual" en el cual se describen, con soporte estadístico importante, los elementos estructurales y mecanismos de funcionamiento. Se incluye la situación de los Medios (públicos y privados) en el país.
- c) Los principales aspectos críticos del sector.
- d) Los objetivos, estrategias y lineamientos de política. Ello incluye las medidas coherentes con los principios y objetivos enunciados.
- e) Metas y perspectivas.
- f) Los cinco programas básicos: Sistema Radioeléctrico del Estado Venezolano; Sistemas Informativos y de Comunicación Social Gubernamental; Investigaciones Sectoriales Básicas (se enfatizan las áreas de Educación, Salud, Desarrollo Rural, Servicios Públicos, Información Internacional) y Desarrollo de Recursos Humanos del Sector (se privilegian, planificación de políticas de comunicación, gerencia de Medios, investigación de comunicación; y en el área técnica y de producción pro-

piamente dicha para radio y televisión).

Finalmente cabe anotar —como una de las características del proceso y sistema de planificación general en el país, para la elaboración del VI Plan, aplicadas al Plan Sectorial— la designación del Ministerio de Información como organismo rector del Plan Sectorial y, por ende, coordinador de la política comunicacional del Estado. Esto constituyó una decisión de gran envergadura y trascendencia, pues así se definía claramente el sector y se le daba al Ministerio un carácter político de primer orden.

*Alejandro Alfonso, Director General Sectorial de Planificación y Presupuesto del Ministerio de Información y Turismo. Miembro del Consejo de Redacción de la Revista Orbits. Presidente de Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN).*



“... franco proceso de democratización para un acceso libre e igualitario al flujo mundial de información...”