



Presentación

En América Latina se conoció a lo largo de los años 70 e inicios de los 80 un importante debate sobre las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Estas medidas fueron, en su momento, duramente atacadas por las empresas privadas del sector y evidenciaron, en muchos casos, contradicciones dentro del propio sector oficial, por falta de voluntad política y también por niveles de descoordinación administrativa en la estructura de nuestros Estados. Hoy, al plantear nuevamente la necesidad de políticas públicas en el sector comunicacional, es indispensable una mirada crítica sobre las PNC.

Peter Schenkel, quien en su momento se dedicó al estudio de la temática, apuntaba hace dos décadas la dificultad de definir una PNC, especialmente porque la comunicación está presente en todos los sectores “igual en la agricultura que en la industria y en todos los niveles, tanto en el plano ejecutivo, como legislativo, global y local y se manifiesta a nivel colectivo e individual”. Sin embargo, el mismo autor apela a lo que se considera la definición clásica que fue aportada por el boliviano Luis Ramiro Beltrán y que define a una PNC como “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país”.

En tanto, resulta particularmente valioso, al identificar los factores en juego en relación con las PNC, un aporte del año 2001 de Jesús Martín Barbero. En buena medida, en las experiencias de generar PNC, en América Latina, confluyeron gobiernos y especialistas (tanto del aparato oficial como académicos y también de redes internacionales tal es el caso de la UNESCO) y aunque las propuestas en su sentido más amplio perseguían garantizar los derechos de las mayorías en su relación con los medios de comunicación, en la práctica los gobiernos identificaron esta dinámica con una mayor presencia gubernamental en el espacio

comunicacional. Estos fines, que se movieron en niveles paralelos, evidentemente debilitaron la finalidad de las propuestas porque desde lo gubernamental no existió capacidad para entender que la apuesta debería ser por un espacio ciudadano, no necesariamente oficialista, en el universo *massmediático* nacional.

Esto se relaciona con un segundo aspecto, que fue de carácter restrictivo, las PNC se limitaron al Estado, a la esfera gubernamental, obviando que en el *hacer Estado*, por el que hemos abogado con anterioridad, se debe partir de una lógica incluyente. Tras la revisión de aquellas experiencias se puede concluir que en la construcción de políticas públicas se cruzan factores como esfera estatal, ciudadanos, mercado, instituciones, partidos políticos y vida cotidiana. Al mirar el contexto en el que nos movemos en la actualidad, debemos resaltar que “no conviene dejar estos asuntos sólo en manos de políticos y empresarios, dado que tienen que ver con derechos humanos básicos y con la comunicación y comprensión entre naciones. Implican a la educación como formadora de la mirada sobre los diferentes, y a la política cultural donde se seleccionan patrimonios y se excluyen otros, se transmiten discriminaciones o se ayuda a apreciar lo diverso”, tal como lo ha apuntado Néstor García Canclini.

La generación de estas propuestas, durante los años 70 y el debate que le siguió durante los 80, se hizo desde arriba, desde la máxima jefatura del Estado en muchas ocasiones, y se partía de que al tener una buena intención (garantizar los derechos de la ciudadanía) eso en sí podría generar la apropiación ciudadana. Este último aspecto resultaba crucial, para una viabilidad a largo plazo de lo propuesto (que quedó básicamente en el papel), especialmente si recordamos que las PNC fueron duramente atacadas desde las empresas privadas del sector comunicacional.

Finalmente, las PNC adolecieron justamente de lo que criticaron. La concepción de lo nacional en estas propuestas pasó por ver a la nación como una, desde un punto de vista cultural, con lo cual se dejó fuera lo diferente, lo otro, lo que siendo distinto también formaba parte de lo nacional. Esta visión repetía la homogeneización cultural que precisamente se criticaba, y con razón, por la dominante presencia en nuestras pantallas de producción audiovisual estadounidense. Hoy, es válida la revisión de lo que fue la propuesta de PNC, pero cuando hablamos de Políticas Públicas concebimos la posibilidad de prácticas incluyentes, en las que se abra el horizonte de representación diversa en la construcción de lo cultural nacional, y ello en la práctica puede estar garantizado por distintos niveles de participación ciudadana en el proceso de concebir, diseñar y ejecutar planes en el sector comunicacional. Una política pública no podría reducirse, en el contexto actual, a garantizar difusión y ampliar la recepción, que

aún cuando pueda ser de mensajes concebidos desde otra óptica cultural serían igualmente unilaterales.

Partiendo de tales precedentes, en esta ocasión dedicamos el número 23 de la revista Temas de Comunicación al tema de Estado y Poder. En esa dirección, como parte del dossier central del número están los artículos “Canales informativos estatales: La otra guerra”, de Michel Suárez Sian; “Procesos de nacionalización: Gestionando la comunicación de crisis a través del Modelo PPTS”, de Lidia Pinto Gomes; “Video-política: Hugo Chávez como tele-presidente”, de Yoselie González y Andrés Cañizález; “Modernización tecnológica en medios de comunicación popular, alternativos y comunitarios en Venezuela”, de Beatriz Cecilia Queipo y Yeiling Fernández Acosta; “Gobierno electrónico en México: ¿Mito o realidad?”, de Gerardo L. Dorantes y Jesús Eduardo Álvarez Barrios; “Interacciones comunicativas entre lobbies, sistema político y medios de comunicación”, de Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez; y el texto “Procesos políticos en la empresa”, de Marisa Vázquez Mazzini.

En la sección Otros Temas, en tanto, figuran los artículos “Perfil del lector de sucesos en el Zulia, Venezuela”, de Johandry Alberto Hernández, y “Responsabilidad Social Empresarial: El papel de la comunicación en la ISO 26000”, de Sandra Orjuela Córdoba.

Andrés Cañizález
Director