
CONSEJO NACIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL : UNA PROPUESTA

LUIS VEZGA GODOY

La V. Convención Nacional de Periodistas (Valencia del 19 al 21 de julio, 1984) trató en su seno el tema relacionado con la conveniencia para nuestro país de que disponga y funcione un **CONSEJO NACIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL**.

El tema no es nuevo dentro del desarrollo conceptual y temático del gremio de periodistas. De una u otra forma lo viene debatiendo en sus últimas Convenciones (Porlamar 1982; Maracaibo 1980; San Cristóbal 1978), así como también fue objeto de análisis aunque con otros enfoques en las convenciones de la institución matriz, la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP).

Por otra parte, la complejidad y alta importancia que el tema de las comunicaciones sociales ha adquirido en las áreas de las ciencias políticas, sociales y económicas a los niveles nacional, regional y mundial, ha originado que entre muchas otras ideas, la iniciativa de los **CONSEJOS NACIONALES DE COMUNICACION**, sea una propuesta recomendable a todos los gobiernos y sociedades del mundo, sin importar su nivel de desarrollo social y económico. En este orden de ideas, las Naciones Unidas, a través de su agencia especializada responsable para este tipo de actividades, la **UNESCO**, viene estudiando este tema desde 1970.

En lo que atañe más directamente a esta idea, y después de celebradas diversas reuniones de carácter consultivo y técnico de interés para la región latinoamericana (París 1972; París 1973; Bogotá 1974; Kingston 1974; Quito 1975), se celebra la mundialmente conocida Conferencia Intergubernamental de San José de Costa Rica (12-21 de julio de 1976), en la cual

de una manera definitiva queda recomendado a los países de la región de América Latina y del Caribe que para la obtención de estadios más soberanos, propios y beneficiosos para sus programas de desarrollo económico y social, se incorpore el tema de la comunicación y la información a sus políticas nacionales de desarrollo global. Y en la formulación de estas políticas, se propone que dichas naciones estudien la conveniencia de establecer **CONSEJOS NACIONALES DE COMUNICACION SOCIAL**.

Paralelo a la inquietud que sobre el particular ha tenido el gremio periodístico, es cierto que los sectores académicos y de investigación también han expresado criterios favorables sobre el particular. Desde el sector público y propiamente desde el Poder Ejecutivo, el gobierno del Presidente Carlos Andrés Pérez (1974-1979) es el que de una manera concreta tiene las primeras acciones en este sentido. Inicialmente imparte sus instrucciones para que la delegación venezolana a la Conferencia Intergubernamental de Costa Rica mantenga una posición principista y de vanguardia en el tema de la formulación de políticas de información y comunicación en los países de la región. Esto, por ende, nos hace proponentes y participantes activos en las discusiones relativas a los **CONSEJOS NACIONALES DE COMUNICACION SOCIAL**. En su etapa resolutoria, este evento internacional, al concretar el tema recomienda:

"A los Estados Miembros de América Latina y el Caribe la creación de Consejos Nacionales de políticas de comunicación en los que **tendrán participación los grupos interesados y sectores sociales** de base de acuerdo con el derecho interno de cada país. Dichos Consejos tendrán **competencia de asesoramiento** para la formulación de políticas de comunicación que deseen aprobar los órganos legislativos competentes"

* Destacado nuestro.

Para el cabal entendimiento de esta idea es oportuno que de manera inicial se entiendan tres cosas básicas. La primera, que la existencia de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL** es una de las tantas expresiones de una **POLITICA DE COMUNICACION**, entendida tal y como quedó definida en dicha Conferencia:

“Un cuerpo integrado de disposiciones, objetivos y programas conducentes a un desarrollo de las comunicaciones en un país, atendiendo los intereses de los diversos sectores sociales”.

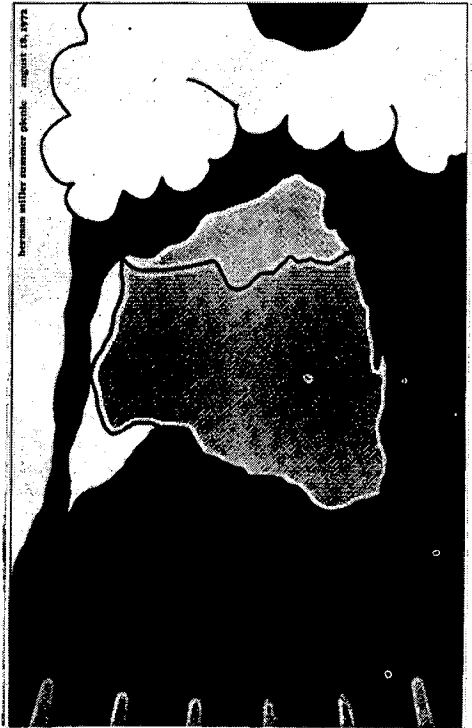
Por lo tanto, los objetivos, mecanismos e intenciones de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL** deben reflejar una participación de **todos los entes que conforman el fenómeno comunicacional de un país** y el mismo debe responder a las realidades socioeconómicas y políticas propias de nuestra nación, sin buscar un propósito de comparación en cuanto a la existencia o no de entes parecidos o similares en otros conglomerados sociales. Este **CONSEJO**, de existir, debe reflejar nuestra propia idiosincracia, nuestra propia sociedad pluralista, participativa, heterogénea, democrática y debe resultar de las gestiones y consultas propias que los venezolanos acostumbramos practicar cuando hemos querido formalizar instituciones de esta naturaleza.

Segundo, y tal como todas las teorías políticas del mundo lo expresan sin discriminación de militancia ideológica alguna, la formulación de una política, en cualquier área que sea, es correspondencia del Estado, representado principalmente por su parte constituyente denominada sector público. Por lo tanto, la formulación de una política en el área de la comunicación social es una de las responsabilidades propias del Ejecutivo Nacional, tal como lo contempla nuestra Constitución.

Y tercero, al decidirse formular políticas en esta área, y por consiguiente pensarse en el funcionamiento de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL**, su norte principal y más importante debe ser la conjugación de los más altos intereses de la patria, buscando que el instrumento de información, los medios, la investigación, la docencia, los recursos humanos, la tecnología y las inversiones existentes en el sector de la comunicación social se conciban y formulen en concordancia con los planes nacionales de desarrollo del país.

LA REALIDAD VENEZOLANA

En el período gubernamental 1974-1978 se



formuló el denominado **V Plan de la Nación**, instrumento que expresa los lineamientos básicos del desarrollo de Venezuela. Este Plan, cuyas metas eran de obligatorio cumplimiento por parte de los organismos de la Administración Pública Nacional, según el Decreto Presidencial No. 1454, de fecha 9 de marzo de 1976, contemplaba como una de sus prioridades la definición de un Sistema Nacional de Comunicación Social dentro del cual se establecían los lineamientos generales de la Política Informativa del Estado y su concertación con el sector privado. En este Plan, en su etapa de ejecución, se indicaba que la integración de este sistema comprende la creación de un **CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL**, con carácter consultivo, integrado por especialistas del área, con la finalidad de establecer las bases de concertación que permita integrar el sistema. Este instrumento administrativo, el **V Plan de la Nación**, recogió por primera vez en el país el tema de la comunicación en forma explícita y concreta, con objetivos, estrategias y programas propios de desarrollo.

Por haber sido uno de los profesionales que trabajó a nivel técnico en estos estudios, sé muy bien que a nivel de la Presidencia de la República se formularon todas las proposiciones concretas que permitían iniciar las necesarias consultas de carácter político y administrativo que requería este tipo de iniciativa para su formal promulgación (*).

En el gobierno siguiente (1979-1984), presidido por el Dr. Luis Herrera Campíns se formula el VI Plan de la Nación, en el cual se desarrolla aún más el tema de la comunicación. Se mantiene la idea de crear el CONSEJO, pero tampoco se llega en este período a la concreción final de la idea.

La creación de consejos nacionales tiene dentro de nuestra realidad administrativa y política una importancia vital, que en cierta forma no ha sido felizmente comprendida y concretada en hechos por algunos de ellos. Dentro de nuestra idiosincracia estos consejos nacionales se conforman por disposición del ciudadano Presidente de la República, con el propósito de que a la más alta instancia el Estado venezolano disponga del asesoramiento y consulta necesarios para la formulación y seguimiento de políticas y programas en un respectivo sector o área. Así entendidos estos consejos, observamos, sólo a título de ejemplo, que dentro de nuestro sistema administrativo y con una concepción eminentemente democrática, existe un Consejo Nacional de Salud, un Consejo Nacional de Seguridad y Defensa, un Consejo Nacional de Energía Nuclear, un Consejo Nacional de Educación y otros varios cuyas encomiendas y responsabilidades se encuentran a nivel de consultoría, asesoría y formulación de políticas a nivel del Poder Ejecutivo.

Por el papel de asesores y consultores —y reiterando— por la naturaleza eminentemente colegiada de todo consejo nacional, nuestro sistema jurídico administrativo sugiere como oportuno y viable que para una eficiente operatividad de los mismos, estos deben ser creados vía decreto presidencial. De esta forma la variada, interdisciplinaria e intersectorial representatividad que obligatoriamente debe reflejar un consejo nacional, queda vinculada convenientemente con el Poder Ejecutivo, administrador y responsable directo del presupuesto nacional y expresión de la acción ejecutiva que tiene nuestra forma de gobierno.

La vía legislativa (Congreso de la República) es otra alternativa para la creación de consejos

(*) Parte de este trabajo actualiza documentos elaborados en esa oportunidad.

nacionales. Pero ella es recomendable sólo cuando se le asigna al ente la función administradora y ejecutora de presupuestos y líneas de acción de alcance nacional. Cuando ello ocurre se le está otorgando una responsabilidad ejecutiva, totalmente diferente de la función asesora y consultiva que como ente colegiado debe tener frente a quien en definitiva formula y decreta políticas nacionales como el propio Poder Ejecutivo. Ejemplos de lo dicho pueden ser el Consejo Nacional de Universidades y el Consejo de la Judicatura. Pensamos que la vía Poder Legislativo en cierta forma toma para el ente creado la responsabilidad que anteriormente correspondía al Poder Ejecutivo. Y al tratar el tema de la comunicación social, sabemos que esto conllevaría de inmediato una franca contradicción con quienes de hecho y por mandato legal tienen la responsabilidad de administrar los medios de comunicación en el país.

Como ya es de todos conocido y aceptado, la realidad de los medios de comunicación en el país conjuga hoy una gran gama de intereses, amén del nuevo y cada vez más importante grupo de instituciones que con un carácter emergente quieren participar en el fenómeno comunicacional, justificando su interés y acción en la vigencia misma del sistema democrático.

Desde el gobierno del Presidente Carlos Andrés Pérez el Estado venezolano ha venido tomando una serie de decisiones que en su conjunto vienen a demostrar la gran importancia que se le está dando al sector de las comunicaciones sociales. Estas decisiones, además de demostrar una clara intención democrática y un concepto profesional de la información, permiten deducir que acciones de igual trascendencia continuarán siendo tomadas.

Hoy el país dispone de cualquier expresión de alta tecnología existente en el mundo en cuanto a medios masivos se refiere. Aquí hemos llegado inclusive a sufrir los rigores de invasiones tecnológicas ante las cuales nada podemos hacer por falta de bien de jurisprudencia, bien de capacidad administrativa. Las inversiones de recursos financieros en el sub-sector con cuantiosas, tal vez las más altas per cápita en toda la región latinoamericana. La radiodifusión, la televisión y la prensa escrita prácticamente cubren todo el territorio nacional. Venezuela, igualmente, dispone de valiosísimos recursos humanos en la materia, tanto para la producción de mensajes como para la operatividad de los medios. Venezuela es una de las naciones donde los profesionales que operan en el sector tienden a agremiarse en sindicatos y colegios,

respondiendo muy adecuadamente a nuestra idiosincracia. Los empresarios y propietarios también constituyen agremiaciones con una cuota importante de representatividad dentro de todo el sector privado nacional. Ambos tipos de asociaciones con reconocida influencia en la opinión pública nacional. La investigación, por su parte, hace cada vez más importantes aportes para entender todo el fenómeno comunicacional que nos viene del exterior así como el que ocurre dentro del propio país. Los sectores políticos y el gobierno mismo cada día sienten más los rigores y dictámenes, tanto favorables como negativos de la denominada opinión pública.

Por otra parte, la aplicación de políticas nacionales en el área de la comunicación aparentemente son un imperativo de nuestros días, tanto por el desarrollo de la tecnología involucrada como por la realidad socio-económica que vive la nación. La información, sabemos, puede y debe coadyuvar directamente a resolver a menor costo y mayor efectividad serios y graves problemas de orden educativo, participativo y social. La información y comunicación masiva son instrumentos de gran valor al trabajar conjuntamente con otros sectores del proceso de desarrollo nacional, especialmente en lo relativo al mejoramiento de la educación, la desconcentración industrial, la prestación de los servicios públicos, la protección del medio ambiente, el mejoramiento de la salud, el fortalecimiento de la identidad y la soberanía nacional, el aprovechamiento de las fuentes de trabajo y de los diversos procesos de integración y solidaridad internacional.

Asimismo, la evolución institucional del país está exigiendo cambios en las estructuras, procedimientos, métodos y en los instrumentos legales que sustentan el sector de la comunicación. La constitución de un **CONSEJO NACIONAL DE LA COMUNICACION SOCIAL** sería el foro viable, democrático y eficiente para que todos los poderes públicos, y las fuerzas más representativas e involucradas en el sector puedan conjugar y unir esfuerzos para que la libertad de expresión, el derecho a la información, la participación, el derecho a réplica, el respeto a la vida privada, la desconcentración geográfica y la tenencia no monopolítica que exige todo sistema democrático, sean temas debidamente debatidos, actualizados e incorporados a nuestra forma institucional de vivir.

Todos estos fenómenos de carácter colectivo nos hacen ser muy propios. Muy venezolanos. Y para expresar esa realidad no tenemos por qué copiar experiencias foráneas, sean éstas del este

y oeste, del norte o sur. Tampoco es necesario construir estructuras abstractas que en nada tendrían adaptabilidad y capacidad operativa dentro de nuestra sociedad.

En forma resumida, estimo que el fenómeno comunicacional del país, entendido básicamente como todo lo inherente a la existencia de los medios de comunicación masivos y a las diversas expresiones técnicas de la información y la comunicación, pueden quedar resumidos en los siguientes estados:

- A) En cuanto a la **obligación de promover y formular una política** coherente y nacional.
 - El Poder Ejecutivo en representación del Estado venezolano.
- B) En cuanto a una **participación directa en esta formulación y administración** de sus programas y actividades:
 - Sector de la Administración Pública
 - Sector de empresas y propietarios privados
 - Sector cultural
 - Sector académico y de investigación
 - Sector laboral



— Sector de la comunidad organizada

Esta consideración, así como todas aquellas de carácter político, legal y profesional que puedan desprenderse de los argumentos antes expuestos, son los que permiten sugerir que NUESTRO PAIS DISPONE YA DE UNA REALIDAD COMUNICACIONAL QUE TANTO AL SECTOR PUBLICO COMO AL PRIVADO TANTO A PROPIETARIOS COMO A TRABAJADORES, TANTO A EMISORES COMO A RECEPTORES, TANTO POR LA SALUD MISMA DE LA TECNOLOGIA COMO POR LA CONVENIENCIA DEL PROPIO MENSAJE, EXIGE SEA CREADO Y ENTRE EN FUNCIONAMIENTO UN CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL.

Cumpliendo una de las resoluciones que la V Convención Nacional de Periodistas aprobó (ver Informe Final, Comisión 2, Resoluciones 17 y 20; Comisión 3, Resoluciones Nos. 1 y 2), estas páginas pudieran servir como un aporte al Poder Ejecutivo para que se concrete la creación de un CONSEJO NACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL.

Esta propuesta se puede resumir en el anteproyecto siguiente:

CONSIDERANDO

Que es deber del Estado formular políticas nacionales en todos los sectores de la vida económica y social del país, en concordancia con los principios de participación democrática que definen nuestra sociedad;

CONSIDERANDO

Que el desarrollo de una sociedad democrática depende en gran medida de la existencia y fortalecimiento de los principios, deberes y derechos relativos a la comunicación social libre y participativa;

CONSIDERANDO

Que la incorporación del sector de la comunicación social en el proceso de formulación e implementación de los planes nacionales de desarrollo permite racionalizar las vinculaciones entre el Estado, las fuerzas de la producción y la base social;

CONSIDERANDO

Que los medios de comunicación social son parte fundamental de la realidad económica y

social del país, ya que promueven innovaciones, ejercen influencia creciente sobre el comportamiento social e individual de la población y ayudan en la transmisión de los valores que configuran la identidad nacional;

CONSIDERANDO

Que es necesario definir un Sistema Nacional de Comunicación Social que habrá de ejecutar la política informativa del Estado y la necesaria concertación con el sector privado, para lo cual es preciso crear un organismo consultivo y asesor en el cual estén representados los organismos e instituciones más directamente relacionados con los procesos de comunicación social del país, a fin de establecer las bases de concertación que permitan integrar dicho Sistema.

DECRETA

ARTICULO 1o.: Se crea el Consejo Nacional de Comunicación Social, como organismo consultivo y asesor de la Presidencia de la República, el cual tendrá por objeto asesorar al Poder Ejecutivo en lo relativo a la definición de una Política Nacional de Comunicación Social.

ARTICULO 2o. Como organismo consultivo y asesor, el Consejo Nacional de Comunicación Social asistirá al Poder Ejecutivo en la formulación de los lineamientos generales de la política informativa del Estado y sus relaciones con el sector privado; en conocer y sugerir alternativas sobre los procesos y niveles de enseñanza, entrenamiento e investigación que se requieren en el sector de la comunicación; en estudiar y opinar sobre políticas tendientes a estimular e incentivar el desarrollo de los medios de comunicación en el país; en asesorar y consultar los proyectos legislativos y jurídicos necesarios para atender las necesidades de los diversos medios y expresiones de la comunicación social dentro de nuestra sociedad que sean sometidos a su consideración; y en conocer y hacer recomendaciones sobre las inversiones que se requieren hacer en este sector así como sobre las innovaciones tecnológicas que ocurran.

ARTICULO 3o. El Consejo Nacional de Comunicación Social estará integrado por el Ministro de Información y Turismo*, quien lo presidirá, el Director General de Información del Ministerio de Información y Turismo; el Director General del Ministerio de Educación; el Direc-

*Hoy Oficina Central de Información

tor de Telecomunicaciones del Ministerio de Transporte y Comunicaciones; el Director General Sectorial, Social y Cultural de la Oficina Central de Coordinación y Planificación, **COR-DIPLAN**; el Director de la Oficina Sectorial de Planificación y Presupuesto del Ministerio de Información y Turismo; el Presidente del Consejo Nacional de la Cultura; el Director de la Oficina Nacional de Cinematografía; el Presidente del Sistema Nacional de Servicios de Biblioteca e Información Humanística, Científica y Tecnológica; un miembro designado por el Consejo Nacional de Universidades, en representación de los centros superiores de enseñanza e investigación existentes en el país; el Presidente del Colegio Nacional de Periodistas; el Presidente del Bloque de Prensa Venezolano; el Secretario General del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa; el Secretario General del Sindicato de Trabajadores de Radio, Teatro, Cine, Televisión y Afines; el Presidente de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión; el Presidente de la Cámara de Televisión; el Presidente de la empresa Venezolana de Televisión; el Presidente de la Asociación de Relacionistas de Venezuela; el Presidente de la Federación Venezolana de Agencias de Publicidad; el Presidente de la Federación de Asociaciones de Comunidades, **FACUR**; y el Secretario Ejecutivo designado según el Artículo 5o. del presente decreto.

UNICO: Los miembros principales del Consejo Nacional de Comunicación Social tendrán sus respectivos suplentes; los cuales se designarán en la misma oportunidad que éstos.

ARTICULO 4o. Los miembros del Consejo Nacional de Comunicación Social ejercerán sus funciones con carácter ad-honorem y mientras desempeñen el cargo titular del organismo o institución al cual representan.

ARTICULO 5o. El Presidente del Consejo Nacional de Comunicación Social tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Elevar a la consideración del Presidente de la República los acuerdos y opiniones del Consejo.
- b) Constituir las comisiones, comités técnicos o unidades de trabajo a que se refiere el Artículo 10o. de este Decreto.
- c) Convocar a las reuniones del Consejo a los organismos o personas que juzgue conveniente.
- d) Designar el Secretario Ejecutivo del Consejo.

ARTICULO 6o. El Presidente del Consejo podrá solicitar de los organismos del Poder Ejecutivo el personal técnico que requiera para la realización de sus labores.

ARTICULO 7o. El Consejo Nacional de Co-

municación Social se reunirá ordinariamente una vez al mes, en la fecha que al efecto determinen sus integrantes, y extraordinariamente una vez al mes, en la fecha que al efecto determinen sus integrantes, y extraordinariamente cuando sea convocado por su Presidente.

ARTICULO 8o. El quorum necesario para deliberar será de quince (15) miembros.

ARTICULO 9o. El Consejo Nacional de Comunicación Social tendrá una Secretaría Ejecutiva, adscrita al Ministerio de Información y Turismo* y dispondrá del personal necesario para el cumplimiento de sus funciones.

ARTICULO 10o. Corresponderá a la Secretaría Ejecutiva:

- a) Coordinar las actividades del Consejo y sus relaciones de trabajo con las distintas dependencias de la Administración Pública y con el sector privado.
- b) Atender los asuntos que el Consejo debe conocer en el ejercicio de sus funciones.
- c) Presentar a la consideración del Consejo un proyecto de reglamento interno para su debida aprobación.
- d) Cumplir cualquiera otra función que le asigne el reglamento interno o que le sea fijada por el Consejo.

ARTICULO 11o. El Consejo Nacional de Comunicación Social tendrá las comisiones, comités o unidades de trabajo que fueren menester para el estudio de las materias propias de su objeto, correspondiendo a la Secretaría Ejecutiva la coordinación de tales actividades.

ARTICULO 12o. Los organismos de la Administración Pública Nacional, los institutos autónomos, las empresas del Estado y demás entes de la Administración Descentralizada, así como todas las instituciones y corporaciones privadas involucradas en el desarrollo de las comunicaciones sociales en el país, prestarán al Consejo Nacional de Comunicación Social la colaboración que les fueren requerida para el mejor desempeño de sus actividades.

ARTICULO 13o. Los gastos que ocasione el funcionamiento del Consejo Nacional de Comunicación Social se harán con cargo al presupuesto del Ministerio de Información y Turismo*.

ARTICULO 14o. Los Ministros de Relaciones Interiores, Educación, Transporte y Comunicaciones, Información y Turismo*. y de la Secretaría de la Presidencia, quedan encargados de la ejecución del presente Decreto.

*Hoy Oficina Central de Información