

¿Qué entendemos por políticas públicas de comunicación?

En este artículo se revisa el concepto amplio de políticas públicas y se le vincula con el ámbito comunicacional. De esa forma, se repasan en primer término referentes teóricos sobre el proceso de construcción de políticas públicas; en un segundo momento se revisan aportes teóricos sobre la construcción de lo público a partir de Habermas y finalmente se aterriza en lo que fue la experiencia latinoamericana de las políticas nacionales de comunicación. Apoyándose en Martín Barbero el texto finaliza con una revisión de lo que debe entenderse en la actualidad por políticas públicas de comunicación.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

A MODO DE INTRODUCCIÓN: LAS POLÍTICAS PÚBLICAS HOY

Como punto de inicio es necesario detenerse, brevemente, en qué se entiende por políticas públicas y el proceso que les acompaña, para luego revisar la experiencia específica en materia de políticas públicas de comunicación.

De acuerdo con Alejandro Oropeza (2008), cuando el Estado formula políticas públicas persigue alguno de estos fines: “a) atender una problemática pública; b) satisfacer una necesidad social o preferencia social; c) cumplir los fines del Estado; d) acatar un mandato legal, cualquiera sea la jerarquía de éste” (p. 2). La generación de políticas públicas, en cualquier ámbito, puede originarse por uno o varios de estos elementos que se planteen en términos de necesidad por atender y entonces el Estado debe actuar. Para este autor, existe una combinación de factores que

distinguen a este proceso; por un lado los fundamentos de la acción política, que quedaron resumidos en los cuatro ítems, la búsqueda de mejoría social-utilidad pública, que deberían desembocar en una situación alternativa, es decir en el cambio.

Es indispensable precisar que el Estado no es un actor solitario en la generación de las políticas públicas, ni su acción ocurre en un vacío. William Dunn, al ubicar el estudio de las políticas como producto de un proceso resalta tres componentes en permanente interacción: a) las políticas públicas propiamente dichas; b) los actores y/o decisores participantes, interesantes en los resultados políticos; y, c) el ambiente-entorno político (Dunn en Oropeza, 2008: 13). De esa forma, como señala Oropeza (2008), los *policy systems* (sistemas de política) “son realidades con características, límites y dinámicas particulares, resultado de procesos decisorios, con capacidad

Por otro lado, literatura más reciente sobre la temática, ubica a las políticas públicas en una concepción amplia de lo que debe entenderse por público, con lo cual se les ubica en el marco de una construcción democrática de toma de decisiones, con consultas, manejo de disensos y construcción de consensos sociales.

de ser reelaborado en sus componentes” (p. 13). Es decir, cuando se habla de políticas públicas y se las ubica en el contexto de un proceso, no se puede verlas como decisiones estáticas, intactas en el tiempo. Al contrario, su naturaleza incluye la revisión, evaluación cotidiana con los eventuales reajustes que emanen de ese examen. Por otro lado, no puede perderse de vista que los problemas

públicos pueden tener diversas lecturas y abordajes, de esa forma el mismo hecho puede ser interpretado de manera diferente por los diversos actores debido a las múltiples concepciones acerca de la naturaleza humana, gobierno y oportunidades sociales (Dunn en Curcio, 2007: 64). Conectado con esto, los problemas públicos y por tanto las políticas públicas que le den respuesta a estos, “deben ser entendidos como sistemas”, por lo tanto, “requieren una

aproximación holística y deben ser tratados de forma inseparable”, esto lleva a que deba planificarse “una intervención factible desde el punto de vista legal, económico, administrativo y político por parte del gobierno” (Curcio, 2007: 64).

Ubicándonos en una dimensión procedimental, un esquema para llevar adelante políticas públicas debería tener los siguientes pasos:

- a) Planteamiento del problema: ¿quién lo plantea?, ¿cómo lo define?, ¿cómo se introduce el asunto en la agenda pública?
- b) Elaboración de la política: ¿qué alternativas se consideraron?, ¿cuáles son los costos y beneficios asociados a ellas?
- c) Adopción: ¿cómo se decidió seguir un curso de acción?
- d) Programación: ¿qué, cómo, cuándo, quién y dónde se realizó un programa de acción?, ¿se hizo programación de la política?
- e) Remienda: ¿se revisó la política sin haberla podido implementar?
- f) Implementación: ¿cómo se realizó la puesta en práctica?
- g) Evaluación y retroalimentación: ¿se midió el efecto y la eficiencia de la política y de los

medios utilizados?, ¿se realizaron ajustes a la política en base a una evaluación?, ¿bajo qué criterios se evaluó? (Granier, Gil Yepes y otros, 1987: 48).

Visto en su conjunto, este grupo de preguntas e ítems a ser considerados le dan un nivel de complejidad al proceso de políticas públicas, y que, por tanto, no se limitan a una mera decisión oficial en una materia determinada. Es importante recalcar que aunque este modelo procedimental puede dar la idea de un proceso lineal, en realidad se está ante procesos dinámicos con avances, retrocesos, demandas externas, etcétera, que provocan cambios, nuevas decisiones o corrección de las políticas. Por ejemplo, Grindle y Thomas (1991) le dan gran importancia a la interacción entre las diferentes actividades en un modelo de formación de políticas públicas, haciéndolo dinámico y cambiante en el tiempo. Para estos autores, la evaluación surge con singular importancia y le adjudican un papel vital en el desarrollo de todo el proceso.

Por otro lado, literatura más reciente sobre la temática, ubica a las políticas públicas en una concepción amplia de lo que debe entenderse por público, con lo cual se les ubica en el marco de una construcción democrática de toma de decisiones, con consultas, manejo de disensos y construcción de consensos sociales.

Es más, esa generación de políticas públicas debería contar con la participación social de los sectores involucrados (Meentzen, 2007: 30), e ir más allá “al ser pensadas desde la lógica de su interacción con las prácticas sociales instaladas y las propias tradiciones culturales” (Segal, 2006: 15). Para cerrar este punto, debe decirse que sería ingenuo pensar que las decisiones sobre políticas públicas solo ocurren en contextos sociopolíticos de amplia y libre deliberación, pues al contrario la historia latinoamericana y venezolana pueden exhibir un largo historial de decisiones oficiales, con gran impacto en la vida ciudadana, que han sido tomadas de forma arbitraria. Lindblom (1997) señala diversos ejemplos sobre cómo se puede obligar a aceptar políticas emanadas de un Estado que bien puede apelar al terror, al autoritarismo y/o a la imposición de “un gobierno de la mayoría” (p. 241).

CONTEXTO: POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN DESDE AMÉRICA LATINA

En América Latina durante la década de los años 70 y 80 fue notorio el empuje de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), de esa forma se le conoció a las políticas públicas de comunicación en la región, en una etapa en la cual florecían diversas iniciativas regionales o nacionales que perseguían, entre otros objetivos, el establecimiento de marcos regulatorios para el sector mediático, la generación de medios estatales, junto a la promoción de la comunicación para el desarrollo social tanto en el sector urbano como rural. Organismos internacionales, funcionarios de alto nivel en los gobiernos y académicos, coincidían en la necesidad de implementarlas.

Durante algunos años en los que prevalecieron en América Latina gobiernos más orientados al mercado y al achicamiento del Estado, el tema de las políticas públicas en comunicación desapareció de la agenda de discusión. El siglo XXI, en el que han irrumpido en la escena política gobiernos con una fuerte dosis populista y con un notable cuestionamiento hacia el rol mediático, ha resurgido el debate sobre la naturaleza de las políticas públicas en comunicación, para lo cual es indispensable remontarse a la propia tradición latinoamericana en la materia y enriquecerla con el desarrollo democrático que —aunque desigual— ha conocido la región en las últimas décadas.

De forma insistente se quería enfatizar, especialmente en la década de los años 90, la idea de que con el advenimiento del fenómeno globalizador, y su inserción cada vez más cotidiana en muchos de los espacios de interacción social, se estaba ante el fin de la política y en consecuencia del Estado.

Convertida en ideología, en pensamiento único, la globalización —proceso histórico— se ha vuelto globalismo, o sea imposición de la unificación de los mercados y reducción al mercado de las discrepancias políticas y las diferencias culturales. Al subordinar estos dos escenarios de la diferencia a una sola visión de la economía, lo político se diluye y el Estado parece casi innecesario (García Canclini, 1999: 50).

Este proceso estuvo acompañado de un empuje de lo comunicacional, en términos corporativos y globales. Se produjeron grandes fusiones empresariales con implicaciones en las economías de diversos países, así como la cada vez mayor difusión transnacional de producciones simbólicas y el frecuente uso de “franquicias” en la producción local, por ejemplo de televisión, todo ello unido a claras orientaciones sobre lo que deben hacer o no los países. Desde nuestra perspectiva, en todo este proceso nunca se ha dejado de actuar políticamente pues en el fondo, tanto las transacciones financieras como la difusión mediática implican construcciones políticas, en tanto son formas de intervención en lo público, en la sociedad. Cabe recordar, como lo apunta Martín Barbero (2001) que la comunicación no es simplemente objeto para una política, sino un escenario primordial para que la política encuentre espacio de desarrollo simbólico, pues a través de los medios se puede representar un vínculo entre los ciudadanos.

Los media han pasado a ser un espacio crucial en la configuración del espacio público y de la ciudadanía misma —decimos crucial para señalar que no se trata de un fenómeno nuevo, pero sí intenso y sustantivo—, tanto por el peso que ahora tienen para gravitar en la definición de las agendas públicas como para establecer la legitimidad de tal o cual debate (León, 2002: 2)

Con este peso determinante que tienen en la vida social sería incomprensible que desde un punto de vista estatal y ciudadano no se fijan políticas públicas justamente en un espacio de relacionamiento que ha transformado nuestra forma de entender lo político. Entretanto, en sociedades como la venezolana requieren no de la suplantación del Estado, sino de hacer Estado, en la medida en que existen grandes brechas sociales, que se expresan también en el acceso a las nuevas tecnologías de información, a la par

De forma insistente se quería enfatizar, especialmente en la década de los años 90, la idea de que con el advenimiento del fenómeno globalizador, y su inserción cada vez más cotidiana en muchos de los espacios de interacción social, se estaba ante el fin de la política y en consecuencia del Estado.

que se evidencian falencias en el entramado legal que brinden herramientas para el ejercicio de los ciudadanos en su interacción cultural y comunicacional. La construcción de ese Estado, que facilite y propicie la participación ciudadana, surge precisamente de un quehacer político democrático. Se trata de insertar lo plural y diverso que coexiste en el plano social y mediático, dentro de políticas públicas emanadas del Estado.

REFERENTE TEÓRICO: LO PÚBLICO A PARTIR DE HABERMAS

En este punto es necesario remitirse a la noción de esfera pública, para ubicarle en el contexto de la revisión conceptual de este trabajo. Cualquier aproximación a la noción de esfera pública está en deuda con Habermas (1981), quien la asocia al rol de los medios de prensa, a partir de una revisión histórica de tres sociedades de Europa occi-

dental: Alemania, Inglaterra y Francia. “Habermas sostiene que el desarrollo del capitalismo mercantil en el siglo XVI, junto con las cambiantes formas institucionales del poder político, crearon las condiciones para que, a principios de la Europa moderna, surgiera una nueva forma de esfera pública” (Thompson, 1998: 100).

Eran épocas de tensiones, pues la tradicional nobleza buscaba un retorno al control

de la vida social y económica del poder feudal, en tanto que la burguesía “trataba de modificar las superestructuras que obraban a manera de corsé constreñidor para sus necesidades de expansión: desde el control ideológico hasta el control de las reglas del comercio” (Vásquez Montalbán, 1997: 90). Empezó a verse con claridad la necesidad de llevar al público el debate de las ideas.

A esto apunta básicamente Habermas, puesto que estas personas que desde su actividad privada intentan incidir en lo público, son un segmento de la sociedad que en el sentido del autor alemán corresponden estrictamente a su noción de sociedad burguesa. Para Habermas (1981) se trata de una esfera pública burguesa. En este contexto,

tendrá un rol importante por una parte el surgimiento y consolidación de una prensa, que se podría catalogar de voz independiente en algunos contextos de aquella Europa, y a la par está el establecimiento de partidos políticos, entre cuyos papeles está la formación de una opinión pública.

Entretanto, 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), que como se ha señalado fue el nombre que se le dio en la región a las políticas públicas en comunicación. 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, porque así como se ha planteado la necesidad de una nueva óptica para mirar los procesos culturales emanados de las industrias culturales, también se requieren planteamientos igualmente nuevos para no repetir errores del pasado y dar cabida a nuevas realidades del presente.

Peter Schenkel (1981), quien en su momento se dedicó al estudio de la temática, apuntaba hace casi tres décadas la dificultad de definir una política pública en materia comunicacional, 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”. Vista así, la PNC sería como una suerte de guía maestra de las políticas públicas, de la cual deberían emanar otro conjunto de planes, acciones y estrategias.

(...) 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), que como se ha señalado fue el nombre que se le dio en la región a las políticas públicas en comunicación. Estas medidas fueron, en su momento, duramente atacadas por las empresas privadas del sector.

Los autores de la década de los años 70 colocaban en un primer orden la necesidad de planificación, con lo cual se pretendía “ordenar el sistema de comunicación de acuerdo con las necesidades prioritarias de la sociedad” (Schenkel, 1981:16). Una muestra de esta orientación está recogida en el libro *Planificación y Comunicación*, de Bordenave y Carvalho en 1978.

A MODO DE CONCLUSIÓN: VOLVER A MARTÍN BARBERO

Desde nuestro punto de vista, es indispensable revisar críticamente el debate latinoamericano sobre las políticas públicas de comunicación de las décadas anteriores, especialmente porque algunos gobiernos de la región, incluyendo a Venezuela, apelan en la actualidad y, en alguna medida, tergiversan conceptos y propuestas de aquel momento sin calibrar los diferentes contextos históricos y políticos. Para esta tarea nos resultará particularmente valioso un artículo publicado por Jesús Martín Barbero (2001), el cual nos servirá de guía para esta breve pero necesaria revisión de estas políticas a la luz de las dinámicas sociales actuales.

En buena medida, en las experiencias de generar políticas públicas de comunicación, 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 políticas públicas de comunicación de los años 70 y 80 se limitaron al Estado, a la esfera gubernamental, obviando que en el hacer Estado, por el que se ha abogado con anterioridad, se debe partir de una lógica

incluyente, plural. 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, se debe 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 (García Canclini, 1999: 55).

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 (en teoría 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 se recuerda que las PNC fueron duramente atacadas desde las empresas privadas del sector comunicacional.

Finalmente, las políticas públicas de comunicación de décadas atrás 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

(...) es indispensable revisar críticamente el debate latinoamericano sobre las políticas públicas de comunicación de las décadas anteriores, especialmente porque algunos gobiernos de la región, incluyendo a Venezuela, apelan en la actualidad y, en alguna medida, tergiversan conceptos y propuestas de aquel momento sin calibrar los diferentes contextos históricos y políticos.

PNC, pero cuando se habla de políticas públicas se concibe 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. Es por ello que con Martín Barbero se coincide en resaltar la necesaria activación de ejes que desde los distintos escenarios sociales pasen por la experimentación, la apropiación y la invención por parte de los ciudadanos en una relación dialogante con el universo comunicacional, ante el cual –hasta ahora– solo han tenido la posibilidad de recibir. Esto requiere que la comunicación sea desplazada desde los medios hacia la mediación y reconocimiento sociales y en ello estas políticas públicas deben partir de que de la sociedad son parte el Estado, los ciudadanos, el mercado, así como partidos políticos y movimientos y organizaciones sociales, y que no es solo una cuestión de involucrar a instituciones, sino también de mirar la cotidianidad (Martín Barbero, 2001).

Adicionalmente, los Estados tienen una deuda con los medios de carácter público, que bajo administraciones oficiales se han convertido o en espejo exclusivamente de la voz gubernamental o en expresiones fallidas que intentan repetir las fórmulas comerciales de los medios de carácter privado. Para estos medios deben promoverse políticas que busquen reforzar su rol “como espacios para alimentar el debate amplio, plural y abierto a las diversas perspectivas, ideas y expresiones culturales de la sociedad” (León, 2002: 2). Un caso emblemático en América Latina lo constituye la Televisión Pública de Chile, que una vez recuperada la democracia en la década de los 80 se refundó bajo los principios de pluralidad informativa y de opinión, independencia editorial y autonomía administrativa (Fuenzalida, 2006).

Referencias

- BENEDICTO, J. (2002): “La construcción comunicativa del espacio público”. En: revista *Foro*, Nro. 45. (pp. 27-37). Bogotá: Fundación Foro Nacional por Colombia.
- BISBAL, M. (2006): “El Estado-Comunicador y su especificidad”. En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 134. (pp. 60-73). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- BLESA, P. (2006): “Medios de comunicación y democracia: ¿el poder de los medios o los medios al poder?”. En: *Sphera Pública*. Nro. 6. (pp. 87-186). Murcia: Universidad Católica San Antonio.
- BORDENAVE, J. y CARVALHO, H. (1978): *Planificación y Comunicación*. Quito: Ciespal.
- CANIZÁLEZ, A. (2008): “Venezuela: El lejano servicio público”. En Albórniz, M. y Cerbino, M. (Compiladores): *Comunicación, cultura y política*. (pp. 67-78). Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- CURCIO, P. (2007): “Metodología para la evaluación de políticas públicas de salud”. En: *Politeia*. Nro. 38. (pp. 59-85). Caracas: Instituto de Estudios Políticos de la Universidad Central de Venezuela.
- Di TELLA, T. (2004): *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Buenos Aires: Ariel.
- FUENZALIDA, V. (2006): “Pluralismo informativo: El caso de la televisión pública chilena”. En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 134. (pp. 54-59). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999): *La Globalización imaginada*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- _____ (2001): “¿Por qué legislar sobre industrias culturales?”. En: *Nueva Sociedad*. Nro. 175. (pp. 58-69). Caracas: Nueva Sociedad.
- GRANIER, M., GIL YEPES, J. y otros. (1987): *Más y mejor democracia*. Caracas: Grupo Roraima.
- GRINDLE, M. y THOMAS, J. (1991). *Public Choices and Policy Change: The Political Economy of Reform in Developing Countries*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- HABERMAS, J. (1981): *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- HERNÁNDEZ, G. (2007): “Gubernamental TVES”. En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*. Nro. 139. (pp. 26-31). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- KOHN, C. (1995): Praxis política comunicativa y participación política: apuntes para la construcción de un espacio público democrático. En: Kohn, C. *Discurso Político y Crisis de la Democracia* [Cuadernos de Postgrado de la F.H.E. N° 12], Caracas: U.C.V./F.H.E.
- LEÓN, O. (2002): “Hacia una agenda social en comunicación”. En: *América Latina en Movimiento*. Nro. 353. (pp. 2-6). Quito: Agencia latinoamericana de Información.
- LINDBLOM, C. (1997): “Cómo adecuar la política en el análisis de las políticas públicas”. En: *Gestión y Política Pública*. Vol. VI, Nro. 2. (pp. 239-255). México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.

- MARTÍN BARBERO, J. (2001): "De las políticas de comunicación a la reimaginación de las políticas". En: *Nueva Sociedad*. Nro. 175. (pp. 70-84). Caracas: Nueva Sociedad.
- MEENTZEN, A. (2007): *Políticas públicas para los pueblos indígenas en América Latina*. Recuperado en enero 21, 2010, de: http://www.kas.de/wf/doc/kas_11358-544-4-30.pdf
- OROPEZA, A. (2008): "Economía de la cultura y proceso político". Tesis doctoral no publicada. Caracas: Universidad Simón Bolívar.
- REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA (2001): *Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007*. Caracas: Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela.
- ROTH, A.N. (2009): *Políticas públicas. Formulación, implementación y evaluación*. Bogotá: Ediciones Aurora.
- SCHENKEL, P. (1981): *Políticas Nacionales de Comunicación*. Quito: Ciespal.
- SEGAL, A. (2006): "Experiencias nacionales de políticas de provisión de materiales curriculares". Recuperado en Enero 21, 2010 de: http://www.fundacioncepp.org.ar/pdfdocs/208_Materiales%20Educativos.pdf
- THOMPSON, J. (1998): *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- TOMASSINI, L. (1996): *Gobernabilidad y políticas públicas en América Latina*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1997): *Historia y comunicación social*. Barcelona: Crítica.

ANDRÉS CAÑIZÁLEZ

Doctor en Ciencia Política (USB). Investigador de la UCAB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista Comunicación.