

Aspectos actuales del informe MacBride: un punto de vista latinoamericano

Enrique E. Sánchez Ruiz

- *En resumen, la industria de la comunicación está dominada por un número relativamente pequeño de empresas que engloban todos los aspectos de la producción y la distribución, están situadas en los principales países desarrollados y cuyas actividades son transnacionales. La concentración y la transnacionalización son consecuencias, quizá inevitables, de la interdependencia de las diferentes tecnologías y de los diversos medios de comunicación, del costo elevado de la labor de investigación y desarrollo, y de la aptitud de las firmas más poderosas cuando se trata de introducirse en cualquier mercado (MacBride et al. 1980: 197).*

Se supone que hoy día, cuando se han “comprimido” el tiempo y el espacio, todo cambia a una velocidad vertiginosa. Pero también es mucho lo que permanece, como la desigualdad, la pobreza de muchos, frente a la opulencia de pocos. En gran medida, ese es el eje del diagnóstico que realizó la Comisión MacBride¹ para la Unesco a fines de los setenta y que se publicó en 1980. Mostraba una realidad informativa y comunicativa internacional caracterizada por tres principales aspectos, de los cuales surgía una compleja problemática, difícil de solucionar. Estos tres rasgos, desde mi punto de vista, eran: 1) la enorme concentración internacional —y al interior de los países también— de las capacidades para producir, hacer circular y consumir productos comunicativos; 2) derivado de

lo anterior, una serie de disparidades mundiales, regionales y nacionales que se tradujeron en una tendencia predominante hacia lo que en ese tiempo se denominó *circulación en sentido único*²; y 3) lo que en aquellos tiempos llamaban *transnacionalización* acelerada del sector (y, de hecho, de los sectores más dinámicos de la economía mundial), que hoy en líneas generales denominamos como un rasgo central de la *globalización*. Finalmente, el gran problema frente a tal estructura desigual, fue la necesidad de democratización de la información en los diversos ámbitos y niveles.

Ante las desigualdades mundiales en la información, la comunicación y la cultura, desde el seno de la Unesco y en organizaciones como la de Países No Alineados, surgió el reclamo por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación”, que de hecho correspondía en este campo al llamado por un Nuevo Orden Económico Internacional. Esos desequilibrios mundiales, regionales y nacionales, insinuaron a pensadores en muchas partes del mundo, pero en particular de América Latina, que había que contrarrestar al rejuogo irracional de las fuerzas del mercado (en esas fechas defendido como *libre flujo de la información*), con *políticas nacionales de comunicación*. Desde entonces se proponían políticas públicas como una vía para contrarrestar lo inadmisibles de las fuerzas ciegas de la oferta y la demanda. Pero a pesar de lo bien documentados que estaban los diagnósticos, no fue posible que se cumplieran las propuestas que circulaban en foros como la Unesco, en virtud de que finalmente predominaron en el mundo, ya para los ochenta, las voces de quienes controlaban los flujos financieros, comerciales y comunicativos, es decir, la postura por la *libre circulación de la información*. Lo que aparecía como la única alternativa al predominio del mercado en todos los órdenes de la vida social, se derrumbó simbólicamente con la caída del Muro de Berlín.

Enrique E. Sánchez Ruiz

profesor investigador del departamento de estudios de la comunicación social, Universidad de Guadalajara, (México)

Desafortunadamente, además, tal alternativa aparente, el *socialismo real*, se vio demasiado ligado con el autoritarismo, cuando no con el control totalitario de la vida social (incluyendo la información y la comunicación). Durante los decenios de 1980 y 1990 predominó la ideología neoliberal y cualquier papel o participación del Estado fue minimizada o deslegitimada.

El contexto actual es el de un mundo altamente interconectado e interdependiente. Es la globalización, etapa *triumfante* del capitalismo, después del derrumbe del llamado *socialismo real*. Un indicador posible de la mayor interconexión e interdependencia actual entre las naciones, lo constituyen los flujos de comercio exterior. En los últimos 50 años, la tendencia mundial general ha sido hacia la apertura de mercados. En 1997, el comercio internacional era 14 veces el nivel que tenía en 1950. Esta tendencia se ha acelerado en los últimos años con el surgimiento de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales, y bloques comerciales, como la Unión Europea, el TLCAN (NAFTA), Mercosur, ASEAN, etc. Los mercados de productos culturales también se han expandido: Entre 1980 y 1998, el comercio de bienes y servicios culturales se multiplicó por cinco (Unesco, 2000a).

Pero los flujos de comercio internacional son desiguales. En el año 2000 los países de Europa occidental, Norte América (sin México) y Japón concentraban 64.5% de las exportaciones mundiales y 69% de las importaciones. El llamado Grupo de los Siete cubría el 51 y 50% respectivamente. América Latina y el Caribe participaban solamente del 5.8% de las exportaciones mundiales y del 5.9% de las importaciones. (WTO 2004)

En América Latina, un balance reciente pone de manifiesto que la pobreza continúa representando un *desafío de enorme magnitud*. En 2002 el 44% de la población vivía en situación de pobreza y el 19,4% en condiciones de indigencia. Además, entre 1999 y 2002, la tasa de pobreza se elevó en 0,2 puntos porcentuales y la indigencia en 0,9, lo que equivale, en términos absolutos, a un incremento de 10 y 8 millones de personas respectivamente. (CEPAL 2004, 4).

La desigualdad mundial en riqueza y en el acceso de la población a los beneficios del progreso se refleja en la inequidad en el desarrollo de las industrias culturales y en el acceso diferencial de los ciudadanos a estas fuentes de entretenimiento, información y educación.

Así, por ejemplo según el Informe Mundial de Cultura de la Unesco de 2001, en 1998 los países industrializados publicaban 218 periódicos diarios por cada mil personas, mientras que las naciones en desarrollo tiraban 40 (el promedio mundial era de 78 diarios por mil personas).

En un Inventario de *Medios de Comunicación en América Latina* que realizó CIESPAL³ durante el decenio pasado, se desprende una alta concentración en el acceso a los medios, de acuerdo con los niveles de desarrollo de los países. Así, Brasil y México poseían más de la mitad de los periódicos y de las estaciones de radio y televisión del subcontinente.

La desigualdad en el desarrollo de las industrias culturales se refleja, entonces, en los flujos e intercambios internacionales. El comercio de productos culturales ha crecido exponencialmente. Entre 1980 y 1998, el valor anual del comercio de bienes culturales pasó de 95,340 millones de dólares a 387,927 millones de dólares, de acuerdo con datos de la Unesco. Sin embargo, la mayor parte de esos intercambios ocurren entre un número pequeño de países: en 1990, Japón, Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido daban cuenta del 55.4% de las exportaciones mundiales. Francia, Estados Unidos, Alemania el Reino Unido importaban el 47% del total mundial. En 1998, China se sumaba a los dos grupos recién descritos, y en cada caso, los llamados *nuevos cinco grandes* concentraban el 53% de las exportaciones y el 57% de las importaciones.

En un estudio de la agencia Media Research & Consultancy-Spain, sobre la industria audiovisual iberoamericana, se muestra que cinco empresas concentraban casi el 90% de las exportaciones de cine, video y televisión: Televisa, Rede Globo, Venevisión, Radio Caracas TV y RTVE. Las exportaciones de Televisa a su vez representaban casi el 50% del total. No obstante, las ventas de programas al extranjero constituyen todavía un porcentaje pequeño de los ingresos de estas compañías.

A pesar de la imagen optimista que se ha creado de Latinoamérica, ya sea como autosuficiente en el plano audiovisual, o incluso como región exportadora (sobre todo, de telenovelas), hay investigaciones empíricas recientes que demuestran que su presencia, por ejemplo en Europa, es menos que marginal (Biltereyst y Meers 2000). En realidad, la televisión latinoamericana sigue siendo importadora neta. Según el estudio recién citado de Media

Research & Consultancy-Spain, aun México, que concentraba el 50% de las exportaciones de la industria audiovisual de Iberoamérica, era país deficitario: en 1996 se estima que tuvo un déficit de 158 millones de dólares y en 1997 de 106 millones de dólares (2.247 millones la región entera) (MR&C 1997; 1998). Partiendo de datos gubernamentales, yo calculé que para el mismo año (1997). México habría tenido un déficit de 22,7 millones de dólares solamente en la balanza comercial televisiva. Un 87% de las importaciones audiovisuales de Iberoamérica, provenía de Estados Unidos; 6% de otros países europeos y 5% de la propia región. Solamente de televisión, el 95% de las señales importadas vía satélite (U\$s 925 millones) y el 77% de los programas (más de U\$s 900 millones), provenían de Estados Unidos. Una alta proporción de las señales que se importan se transmiten por televisión de pago, minoritaria en América Latina.

En el diagnóstico que realizó CIESPAL se encontró que los intercambios entre países latinoamericanos eran menos intensos de lo que se suele suponer. Así, del total de horas de programación importada en los 16 países incluidos, el 62% se originaba en Estados Unidos; de los propios países latinoamericanos provenía el 30%, mientras que de Europa y Asia eran respectivamente el 6% y 1,7%. Sin embargo, es claro que unos pocos países latinoamericanos están adquiriendo mayor capacidad de producción y exportación, como Brasil, México, Argentina y, en menor medida, Venezuela, Perú y Colombia. Una pequeña corrección: en unos pocos países latinoamericanos, una o dos empresas han desarrollado la capacidad centralizada de producir y, en ocasiones de exportar, programas televisivos, de pocos géneros, en especial telenovelas.

Si bien la tendencia en líneas generales en la televisión abierta es hacia la disminución de la programación importada de Estados Unidos, en la televisión de pago, que se está expandiendo rápidamente entre los segmentos altos y medios del espectro socioeconómico latinoamericano, siguen siendo muy altas las importaciones.

La expansión y diversificación de nuevas opciones audiovisuales (televisión digital, todas las modalidades de TV de pago, DVDs, etc.) está trayendo nuevas demandas de productos culturales audiovisuales. Los países iberoamericanos deben generar la capacidad para cubrir una parte importante de esa demanda al interior de cada uno,

a fin de no tener que cubrirla principalmente en los mercados externos. Para que se genere tal competitividad externa, se necesita crear un ambiente competitivo interno. Pero la convergencia que se ha ido dando entre las tecnologías de información, las telecomunicaciones y los medios audiovisuales a su vez está trayendo consigo otro tipo de convergencia, en la forma de grandes fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas entre corporaciones. La alta concentración en unas pocas empresas de la producción y puesta en circulación, junto con la disparidad en los flujos e intercambios internacionales de productos culturales, limitan la diversidad y pluralidad de las manifestaciones culturales que circulan. Por ejemplo, en Iberoamérica el estudio de las principales empresas de televisión abierta por nivel de ingresos muestra que las diez mayores concentran el 70% del total de facturación del sector. Ya vimos que cinco firmas concentraban el 90% de las exportaciones a fines del siglo.

¿Cuál es la actualidad del Informe MacBride? Podríamos concluir este escrito con el párrafo que transcribimos al inicio, y casi nadie notaría que media un cuarto de siglo de distancia. La actualidad de la cita con la que comenzamos este trabajo muestra que, al parecer, en los 25 años transcurridos no ha cambiado prácticamente nada en la estructura básica de la comunicación en el mundo.

Notas

- 1 Comisión Internacional sobre Problemas de Comunicación.
- 2 O *flujo unidireccional*, (*one way flow*). Cabe aclarar que la expresión en realidad soslayaba que desde esos años se encontró en las investigaciones empíricas que la sustentaban que también ocurrían flujos regionales, en razón de ciertas afinidades lingüísticas y culturales.
- 3 Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina y el Caribe, de la Unesco.

Bibliografía

Bilteyest, Daniel y Philippe Meers. 2000. "The international telenovela debate and the contra-flow argument: A reappraisal", en *Media, Culture and Society*, Vol. 22, Núm. 4.

CEPAL. 2004. *Panorama Social de América Latina, 2004*. Santiago de Chile: Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Getino, Octavio. 1998. *Cine y Televisión en América Latina. Producción y Mercados*. Santiago de Chile: Ediciones Ciccus.

MacBride, Sean et al. 1980. *Un Solo mundo, Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica/UNESCO.

MC&R. 1997. *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados. 1997*. Madrid: Media Research and Consultancy-Spain.

MC&R. 1998. *La Industria Audiovisual Iberoamericana: Datos de sus Principales mercados. 1998*. Madrid: Media Research and Consultancy-Spain.

UNESCO. 2000a. *Culture, Trade and Globalisation. Questions and Answers*. Paris: UNESCO, Division of Creativity, Cultural Industries and Copyright.

UNESCO. 2000. *International Flow of Selected Cultural Goods 1980-1998*. París: UNESCO Institute for Statistics.

Varis, Tapio, & Nordenstreng, Kaarle. 1974. *Television traffic: A one-way street?* Paris: UNESCO.

WTO (2004) *International Trade Statistics*. Washington: World Trade Organization