



Junio - Julio
2004

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

El Rescate del Informe Mc Bride y la Construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información

Número Actual

Por Javier Esteinou
Número 39

Con motivo de la celebración internacional del XXV aniversario del Informe MacBride, es conveniente reflexionar sobre las aportaciones y repercusiones que provocó para evaluar que tanto se cumplió el espíritu de tan trascendente propuesta político-cultural sobre las directrices de comunicación para las sociedades contemporáneas del siglo XX. Para ello, es necesario recuperar el caudal de ideas y alternativas que aportó en los años 80s. aquel importante debate pionero a escala mundial para intentar crear un *Nuevo Orden Mundial de la Comunicación*.

Ante ello, es necesario recordar que en 1980 el irlandés Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional y premio Lenin y Nobel de la paz, preparó la propuesta denominada *Informe MacBride* con el fin de estudiar los principales problemas de la comunicación y que fue aceptado por consenso en la Conferencia General de la UNESCO, en Belgrado. Durante el proceso de gestación del *Informe MacBride*, la UNESCO fue escenario de fuertes tensiones entre países partidarios y detractores por intentar promover políticas nacionales de comunicación, hasta el extremo de convertirse en un factor clave para comprender la posterior salida de los Estados Unidos y el Reino Unido de la UNESCO. Estas posiciones se aglutinaron en relación a dos conceptos antagónicos durante décadas y continúan hasta la actualidad: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) v.s Libre Flujo de la Información (*free flow of information*).

Examinando la vigencia de los planteamientos formulados hace 25 años por el Informe MacBride; hoy podemos decir al principio del siglo XXI, que dichos postulados no se han satisfecho y siguen siendo plenamente vigentes para la agenda política, cultural e informativa de la sociedad del nuevo milenio, especialmente, cuando hoy se discute en Ginebra y el Túnez, en la UNESCO el proyecto de elaboración de la nueva Sociedad de la Información. En consecuencia, su marco y visión comunicativa de la sociedad, en la mayor cantidad de los rubros propuestos siguen pendientes de construirse y deberá ser una directriz central que tendrán que rescatar el corazón de los proyectos de cultura y comunicación contemporáneos para construir naciones y comunidades humanas más equilibradas.

Dentro de los muchos planteamientos que formuló hace más de dos décadas el *Informe MacBride*, destacan, entre otros, por su importancia vertebral para ser retomados en la actualidad, particularmente después de que los Estados Unidos se volvió a incorporar a la UNESCO el 1 de octubre de 2003; los siguientes 5 aspectos: La unidireccionalidad de la comunicación, la concentración vertical y horizontal, la transnacionalización, la alineación informativa y la democratización de la misma.

En cuanto a la unidireccionalidad de la comunicación, el Informe *MacBride*, señaló que "la comunicación es un intercambio permanente entre interlocutores iguales o al menos

recíprocamente responsables. La comunicación basada en un intercambio y un diálogo libres, no solamente es más auténtica y más humana, sino que además constituye una mejor salvaguarda de la armonía social" 1.

Sin embargo, también existe la circulación de la información que es vertical en lugar de horizontal y se efectúa, en parte, en una sola dirección, de arriba abajo. Esta concepción de la comunicación tiende a eclipsar el objetivo, igualmente importante que consiste en fomentar el acceso y la participación del público. En éste modelo el hombre y la mujer corrientes se sienten excluidos y piensan que la destreza y el material profesional son condiciones indispensables para la comunicación.

La comunicación de tipo estrictamente vertical caracteriza a las sociedades que se basan en un sistema de estratificación social rígido, jerárquico y selectista. Los sistemas de información muy centralizados y rigurosamente controlados de circulación vertical, dirigida de arriba abajo, están admirablemente adaptados a las sociedades que reprimen la disensión y la discrepancia con respecto a la política oficial y a los que imponen unos modos de comportamiento.

En las sociedades adelantadas, la circulación vertical produce un volumen considerable de información. Pero esta información suele ofrecerse sin discernimiento, sólo va dirigida a un público preciso y definido y no ha sido concebida en función de exigencias y necesidades humanas. Por ello, se ha hablado de una carga excesiva de información, que puede convertirse en fuente de confusiones mentales, alineación, repliegue en uno mismo y pasividad.

En la actualidad esta realidad que se describió hace 25 años sigue existiendo con las mismas características en el terreno comunicativo nacional e internacional. Por ello, es conveniente adoptar las medidas que desde más de dos décadas recomendó el Informe *MacBride*, para evitar la verticalidad de la comunicación, y que al respecto señaló que para transformar esta situación, es necesario acelerar la participación creciente de un mayor número de personas en las actividades de comunicación, para facilitar el progreso de las tendencias a la democratización de todo el proceso de comunicación y una expansión de las corrientes de información pluridireccionales, procedentes de una multitud de fuentes: hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente².

En cuanto a la concentración vertical y horizontal de la comunicación, el Informe *MacBride*, señaló que "la industrialización tiende a estimular la concentración de la comunicación mediante la formación de monopolios u oligopolios en materia de acopio, almacenamiento y difusión de la información. La concentración actúa en tres direcciones: a) integración horizontal y vertical de empresas que actúan en el sector informativo y recreativo; b) participación de empresas pertenecientes a ramas industriales diferentes e interesadas por la expansión de los medios de comunicación social (cadenas de hoteles o de restaurantes, compañías aéreas, constructores de automóviles o empresas mineras interesadas por la prensa, producción de películas e incluso por el teatro); y c) fusión e interpenetración de diversas industrias de la información (creación de grandes conglomerados que abarcan múltiples medios de comunicación social)."³.

Aunque a veces se debe a razones o presiones políticas, en los principales sectores de la comunicación, "la concentración viene provocada sobretodo por las condiciones que rigen la obtención de beneficios en los mercados nacionales y mundiales, y por la circulación de capitales. La concentración se deriva de varios factores, como son: a) las tendencias fundamentales de las economías de mercado; b) las tendencias a la homogenización de la información, de las mensajes y del contenido; c) las presiones económicas derivadas de los cambios técnicos en materia de

edición y distribución; d) la presión de la competencia para obtener ingresos derivados del tiraje y la publicidad; e) la competencia entre los diferentes medios de comunicación social; f) la uniformización de los "productos culturales"; g) la existencia de periódicos que no responden a una necesidad económica o social precisa; h) el aumento de los gastos de producción y la reducción de los ingresos publicitarios; i) la fusión organizada de periódicos; j) los acuerdos administrativos, las medidas de fomento financiero, y las normas fiscales que van en detrimento de las empresas independientes; k) los procesos recesivos generales; y m) la inexistencia de nuevos recursos financieros" 4.

En los países industrializados, la concentración sigue rumbos muy diversos, como son: a) apropiación creciente de los medios de comunicación social por el sector privado; b) extensión de distintas empresas en diferentes campos (noticias, productos culturales, producción de medios de programación y fabricación de material destinado a la industria de la comunicación); c) aumento del número y de la importancia de las cadenas de periódicos; d) concentración de diarios y de diversas publicaciones periódicas diarias, semanales, mensuales en mismo editor; e) fusión de periódicos y de sociedades de distribución; f) control de la prensa por industrias o bancos; g) fusión de la prensa con otros órganos de información; y h) importancia creciente de las actividades de los medios de comunicación social dominantes⁵.

Dicha realidad que se expuso hace más de dos décadas sigue existiendo con las mismas características en el actual mapa comunicativo nacional e internacional. Por ello, es conveniente adoptar las medidas que recomendó el Informe *MacBride*, para evitar la concentración de la comunicación, y que al respecto señaló que "es necesario tomar medidas jurídicas eficaces para: a) limitar la concentración y la monopolización; b) conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidos en la legislación y en la política de desarrollo nacionales; c) invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando esta aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; d) reducir la influencia de la publicidad sobre la redacción y los programas de radiodifusión; y e) perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y la autonomía de los órganos de información en materia de gestión y de política de redacción, independientemente que sean privados o públicos"⁶.

En cuanto a la transnacionalización de la comunicación, el Informe *MacBride*, señaló que "en el plano internacional los modelos de comunicación se parecen mucho a los demás que se aplican en los demás sectores de la vida económica. El fenómeno de la *transnacionalización* ha afectado prácticamente a todo el sector de la comunicación, de forma que la producción, los servicios y los mercados periféricos son controlados mayoritariamente por los centros hegemónicos"⁷.

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 sus actividades son transnacionales. La concentración y la transnacionalización son consecuencias, quizás inevitables, de la interdependencia de las diferentes tecnologías y de 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. Estas tendencias existen en muchas industrias, pero la comunicación constituye un sector especial. Los medios de comunicación transnacionales ejercen una influencia capital sobre las ideas y las opiniones, sobre la evolución, para bien o para mal, de todas las sociedades. De ésta manera, a las empresas transnacionales les incumbe una responsabilidad especial en el mundo actual, ya que su posición dominante en materia de información hace de ellas un elemento de la estructura que determina el desarrollo de los modelos

económicos y sociales y la sociedad tiene derecho a insistir que la asuman”[8](#).

Esta realidad diagnosticada internacionalmente hace 25 años por el *Informe McBride* continúa existiendo en la actualidad de manera ampliada a todos los niveles comunicativos. Por ello, con miras a contribuir a salvaguardar la democracia interna y a fortalecer la independencia nacional es necesario considerar las siguientes 5 alternativas para fortalecer las políticas de comunicación en los países desarrollados:

Primero, es necesario formular una política cultural nacional encaminada a fomentar la identidad y la creatividad culturales, recurriendo a los medios de comunicación social como sus instrumentos de apoyo. Semejante política debe incluir directrices que salvaguarden el desarrollo cultural nacional, al mismo tiempo que faciliten el conocimiento de las demás culturas. Cada cultura realiza su propia identidad comparándose con las demás.

Segundo, las políticas de comunicación y cultura deberían de facilitar el acceso a los medios de comunicación social, tanto de los creadores como de diversos grupos que están en la base de la sociedad, para que puedan expresarse y hacer oír su voz; lo cual constituiría una base de dialogo cultural permanente entre las diversas comunidades.

Tercero, se requiere formular directrices compatibles entre el contenido de la publicidad, los valores y actitudes que fomenta; y los proyectos de identidad y desarrollo de las sociedades donde actúan.

Cuarto, ciertas restricciones de la concentración de los recursos pueden ser de interés público. Por ello, un requisito indispensable es que el público pueda conocer las estructuras de propiedad de los medios de comunicación social.

Y quinto, debe formularse normas básicas, directrices o un código de conducta relativos a las actividades de las empresas transnacionales para velar que no descuiden o no coloquen en peligro los objetivos nacionales y los valores socioculturales de los países que las acogen. A éste respecto la Comisión Sobre las Empresas Transnacionales de las Naciones Unidas debería dedicar especial atención a las implicaciones de las actividades de éstas empresas en los campos de la comunicación, la información y la cultura”[9](#).

Con la aplicación de estas medidas y otras más, se podría balancear el desmedido peso ideológico y educativo que ejercen las empresas transnacionales sobre las estructuras culturales y sociales de la periferia donde actúan.

En cuanto a la alineación informativa, el Informe *MacBride*, destacó que “al mismo tiempo que prolifera el desarrollo de las comunicaciones en los últimos años poniendo al mundo exterior al alcance de millones de personas que antes vivían en comunidades aisladas; ahora surgen dos preocupaciones centrales. Primero, el desarrollo de la comunicación puede convertirse en una amenaza para la calidad de la cultura y de los valores que ésta encarna. Segundo, la apertura indiscriminada a nuevas impresiones transmitidas por los medios de comunicación de masas, aleja al público de su propia cultura”[10](#).

En éste sentido, debido a la “rapidez y al impacto de la explosión de la comunicación social se han observado efectos nocivos. La concepción de la realidad de mucha gente queda obscurecida o deformada por mensajes de los medios de comunicación social. El rápido aumento del volumen de información y distracciones ha traído consigo un cierto grado de homogenización de las diferentes sociedades, al paso que paradójicamente los individuos pueden quedar mas radicalmente cortados de la sociedad en que viven, debido a la penetración de los medios de difusión en sus vidas. La introducción de nuevos medios, en particular de la

televisión, en las sociedades tradicionales ha zarandeado las costumbres seculares, las prácticas culturales ancestrales, las aspiraciones sociales y los modelos económicos. Con mucha frecuencia lo benéfico de la comunicación moderna que difunden deformaciones y distracciones insólitas producidas en las ciudades, conllevan influencias negativas que perturban el orden social. En casos extremos, los medios de comunicación han pisoteado y deformado modelos socioeconómicos que tenían varios siglos de antigüedad”11.

La súbita “introducción de los medios de comunicación de masas ha reforzado que las comunicaciones interpersonales resulten más difíciles y tensas. Debido a que la información de los medios llega a millones de individuos éstos ejercen una influencia común en los públicos de las ciudades, de los suburbios y del campo y sobre personas que tienen convicciones ideológicas y religiosas diferentes y que proceden de estratos étnicos muy diversos. Así, los estilos de vida, las costumbres, los hábitos, los gustos, las preferencias, las creencias y las opiniones tienden a deformarse en detrimento de la variedad y el individualismo. Con apoyo de las industrias audiovisuales, las empresas transnacionales han introducido en la periferia cosmovisiones extranjeras perjudiciales para la estructura de valores locales fundamentales”12”.

Frente a ésta añeja realidad el Informe MacBride señaló que “es necesario que los gobiernos y los órganos de poder instrumenten las siguientes 6 políticas generales: Primero, el establecimiento de un sistema de comunicación nacional como requisito para salvaguardar una cultura floreciente. Segundo, los medios de comunicación social deben quedar totalmente ensamblados en el sistema de comunicación, que a su vez, debe tener las características privativas del país y conciliar los medios tradicionales de comunicación y los modernos. Tercero, para garantizar la supervisión, el desarrollo y la eficacia de la pluralidad comunicativa, los medios tradicionales de información deben actuar de forma imbricada con los modernos. Cuarta, debe fortalecer la comunicación interpersonal para horizontal para atenuar los excesos de la comunicación vertical. Quinta, se debe fomentar las culturas endógenas frente a la intrusión de culturas externas y modernas. Finalmente, sexta, es prioritario desarrollar, vía los canales de difusión, las lenguas nacionales que en muchos países han cedido su lugar a lenguas coloniales”13”.

Finalmente, en cuanto a la democratización de la comunicación, el Informe *MacBride*, señaló que “los derechos humanos no puede existir sin la libertad de palabra, de prensa, de información, y de reunión. La transformación de esas libertades en un derecho individual o colectivo más amplio a comunicar es un principio evolutivo en el proceso de democratización”14.

Las necesidades de “una sociedad democrática en materia de comunicación deben quedar satisfechas mediante la formulación de derechos específicos tales como el derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a la protección a la vida privada y el derecho a participar en la comunicación pública, que encajan todos ellos en el nuevo derecho a comunicar. En vísperas de lo que cabría calificar de una nueva era en materia de derechos sociales, todas las implicaciones del derecho a comunicar deben ser el objeto de un minucioso análisis”15.

Por sus inmensas posibilidades “de influir en el espíritu y en el comportamiento de los individuos, la comunicación puede ser un modo vigoroso de promover la democratización de la sociedad y de ampliar la participación de los ciudadanos en la adopción de las decisiones. Esto depende de las estructuras, de las prácticas y de la gestión de los medios de comunicación social, así como de la medida en la cual faciliten un más amplio acceso a la comunicación, al abrirla a un intercambio de libre de ideas, de informaciones y de experiencias entre interlocutores situados en un plano de igualdad, sin predominio alguno ni discriminaciones”16.

Sin embargo, 25 años después de difundirse el Informe *McBride*, hasta el momento, estos aspectos se encuentran muy lejos de haberse alcanzado. Ante ello, el Informe planteó la necesidad de considerar los siguientes aspectos:

1.- Que los países "amplíen las fuentes de información que necesitan los ciudadanos en su vida cotidiana. Se requiere emprender un examen minucioso de las leyes y reglamentos vigentes para reducir las limitaciones, las cláusulas secretas y las restricciones de diversos tipos en las prácticas de información"¹⁷.

2.- Se debe abolir la censura o el control arbitrario de la información. En los sectores en los cuales estén justificadas unas restricciones razonables, éstas deberían quedar definidas en una ley, su aplicación estar sometida al control judicial y ceñirse a los principios formulados en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los demás instrumentos que adopte la comunidad de naciones"¹⁸.

3.- Los obstáculos y las restricciones que se derivan de la concentración de la propiedad de los órganos de información, independientemente de que sean públicas o privadas, merecen analizarse con toda profundidad para encontrar sus vías democratizadoras. Se debe proceder a un examen crítico del problema de las condiciones financieras que se imponen a los órganos de información y de las medidas adoptadas para reforzar la independencia de la redacción"¹⁹.

4.- Por último, se deben tomar medidas jurídicas eficaces para limitar la concentración y monopolización; conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidas en la legislación y en las políticas de desarrollo nacional; invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando está aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; reducir la influencia de la publicidad sobre la política de redacción y los programas de radiodifusión; y perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y autonomía de los órganos de información"²⁰.

Con el rescate de los postulados básicos que promovió el Informe *MacBride* se debe replantear la construcción de un nuevo orden mundial de la información que equilibre los enormes desajustes comunicativos y culturales que está ocasionando la aplicación indiscriminada de la Ley del Mercado Informativo sin contrapesos reguladores. De lo contrario, cada vez más se formará una cultura y comunicación salvajes que no impedirá sobrevivir a los seres humanos del siglo XXI.

Notas:

¹ *Un solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Sean MacBride, Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO, México, D.F., 1980, paginas, 260 a 262.

² *Ibid*, paginas 264.

³ *Ibid*, paginas 184 a 185.

⁴ *Ibid*, paginas 184 a 185.

⁵ *Ibid*, paginas 186 a 187.

⁶ *Ibid*, pagina 453.

⁷ *Ibid*, pagina 189.

⁸ *Ibid*, pagina 190 a 197.

⁹ *Ibid*, pagina 197 y 198.

¹⁰ *Ibid*, pagina 278.

¹¹ *Ibid*, pagina 279 y 280.

¹² *Ibid*, pagina 279 y 280.

¹³ *Ibid*, pagina 281 a 288.

¹⁴ *Ibid*, pagina 449

¹⁵ *Ibid*, pagina 450.

¹⁶ *Ibid*, pagina 451.

¹⁷ *Ibid*, pagina 451.

¹⁸ *Ibid*, pagina 451.

¹⁹ *Ibid*, pagina 452.

²⁰ *Ibid*, pagina 453.

