



Becerra, Martín ; Mastrini, Guillermo

La compleja faceta del acceso infocomunicacional en América Latina

Ecos de la Comunicación • Año 1 Número 1 – 2008

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central “San Benito Abad”. Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Becerra, M., Mastrini, G. (2008). La compleja faceta del acceso infocomunicacional en América Latina [versión electrónica], *Ecos de la comunicación*, 1(1). Recuperado el,de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/la-compleja-faceta-acceso-infocomunicacional.pdf>

(Se recomienda indicar la fecha de consulta de acuerdo con el siguiente ejemplo: Recuperado el 27 de Julio de 2010,)

La compleja faceta del acceso infocomunicacional en América latina

Martín Becerra* y Guillermo Mastrini**

Resumen

Los accesos a las actividades de información y comunicación producidas y distribuidas en procesos industrializados son heterogéneos, excluyentes, desiguales y diversos en América Latina, tal como verifica una investigación de escala regional sobre estructura, acceso y concentración de las industrias de la información y la comunicación (infocomunicacionales). El artículo presenta resultados de la investigación y la tendencia experimentada en el sector en los diferentes países latinoamericanos, que revela una complejidad sostenida por servicios de acceso prácticamente universal (radio, televisión abierta, telefonía móvil) y otros de acceso sumamente restringido.

Abstract

The accesses to the activities of information and communication produced and distributed in industrialized processes are heterogeneous, exclusive, unequal and diverse in Latin America, according to our research. This research is based on the topics of structure, access and concentration of the industries of the information and the communication (infocommunication). The article presents some results of the research on the trends of the sector in different Latin-American countries. It reveals a complexity supported by services with universal access (radio, air television, mobile telephony) and others with extremely restricted access in the region.

* Profesor titular de la Universidad Nacional de Quilmes e investigador adjunto de Conicet. En la UNQ dirige la Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión. Es consultor del Instituto Prensa y Sociedad (IPyS, www.ipys.org) y autor de libros e investigaciones. Imparte cursos de posgrado en distintas universidades argentinas y del exterior. Con Guillermo Mastrini es coautor de *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo, 2006.

** Profesor titular de la Universidad de Buenos Aires, donde dirige un proyecto UBACyT sobre políticas de la comunicación. Imparte cursos de posgrado en distintas universidades argentinas y del exterior. En la Universidad Nacional de Quilmes es docente y coordinador académico de la Maestría en Industrias Culturales: políticas y gestión. Es consultor del Instituto Prensa y Sociedad (IPyS, www.ipys.org) y autor de libros e investigaciones.

Palabras clave

acceso, industrias de la información y la comunicación, América Latina.

Key words

access, information and communication industries, Latin America.

El presente artículo está basado en el procesamiento de las primeras conclusiones de una investigación referida al acceso, la estructura y la concentración de las actividades de la información y la comunicación en los países sudamericanos y México. La investigación, realizada en el marco del Instituto Prensa y Sociedad (IPyS, www.ipys.org) y desarrollada por los autores en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad de Buenos Aires, permite conocer y analizar tendencias centrales de la evolución del sector de la información y la comunicación, del acceso del público a éste y de su proceso de concentración en la región. En su desarrollo, el estudio contó con la participación de un destacado grupo de periodistas y académicos en la recopilación de datos parciales de cada país.

Esta investigación forma parte de un estudio previo que constató, con indicadores construidos a partir de datos de comienzos del siglo XXI, los altos índices de concentración de los medios e industrias culturales en América Latina.¹

El objeto de este estudio son las industrias llamadas “infocomunicacionales”, que incluyen a medios de comunicación (diarios, radio, televisión abierta y televisión por cable), otras industrias culturales (editorial gráfica, fonografía y cinematografía), las industrias de telecomunicaciones (telefonía básica fija y telefonía móvil) e Internet.² En el nuevo relevamiento también se incluyó como caso de estudio a España, debido a la progresiva influencia de grupos españoles en la estructura de propiedad de algunas de las industrias infocomunicacionales latinoamericanas. Entre tanto, un trabajo complementario, con la misma metodología, está llevándose a cabo en los países centroamericanos.

La construcción de indicadores de acceso social y de consumo de estas industrias, por un lado; la obtención de información válida y comparable que permite arribar a indicadores sobre la concentración de mercados (audiencias) y de facturación por parte de los cuatro primeros operadores en cada sector aludido, por el otro; y la descripción de los principales grupos actuantes en cada país y el análisis del conjunto de estos datos, conforman los objetivos del trabajo, próximo a ser editado.

La metodología de la investigación sobre concentración desarrollada es la conocida como CR4, porque produce indicadores de concentración de los cuatro principales actores en las diferentes industrias de la información, la comunicación y la cultura en relación al total, lo cual es muy válido en estudios comparativos entre diferentes actividades y diferentes países (Albarran y Dimmick, 1996). Si bien en América Latina la disposición de información

¹ Los resultados de ese primer trabajo fueron publicados en Mastrini y Becerra, 2006.

² El concepto de infocomunicación presenta utilidad analítica toda vez que permite describir y comprender los procesos de convergencia entre los sectores mencionados y otros que no conforman el presente estudio (revistas, contenidos de ficción para videojuegos, por ejemplo).

estable y de acceso público sobre las empresas informativas y culturales resulta escasa, y además el universo considerado es muy heterogéneo (hay países como Brasil con 200 millones de habitantes y otros como Paraguay, con menos de 7 millones), el trabajo logró reunir y generar datos válidos para explicar y comprender la dinámica del objeto de estudio.

Como IPyS ya desarrolló un estudio de características similares, que procesó información relativa al año 2000, la nueva investigación permite avanzar en la construcción de tendencias y en la interpretación del tipo de evolución que en América Latina tiene el desarrollo concentrado de las industrias de la información y la comunicación. El punto de partida del trabajo al enfocar estas actividades es que éstas resultan centrales en la estructuración del espacio público democrático.

A la vez, para comprender los resultados de la investigación es imprescindible aludir al proceso de privatizaciones y de transferencia de los activos estatales a capitales privados que se produjo en América Latina desde la última década del siglo XX (aunque algunos países como Chile comenzaron en los ochenta). Este proceso fue potenciado por la inserción de capitales de grandes grupos infocomunicacionales en la región, por la financierización (introducción de capitales financieros) en muchas de las actividades centrales de información y comunicación; por la concentración de la propiedad y por la un cambio radical en la reorientación del tipo de intervención estatal, que pasó a estar dirigida como tendencia general a incentivar, sostener y proyectar el protagonismo de los grandes grupos del sector (Mastrini y Becerra, 2006).

Accesos debilitados

En comparación con regiones del mundo desarrollado, en América Latina se verifica un esquema de accesos sociales a las actividades de información y comunicación francamente debilitado. No obstante, sería incompleto un diagnóstico que caracterizara a la región por su inferior tasa relativa de accesos sociales al megasector infocomunicacional y, por incompleto, sería desaceratado. Corresponde, complementario a ese diagnóstico, destacar como características introductorias para proceder al análisis:

- a) la heterogeneidad regional: por un lado, Brasil como potencia económica y una histórica fractura socioeconómica que ya es estructural en su interior, con 200 millones de habitantes; Uru-

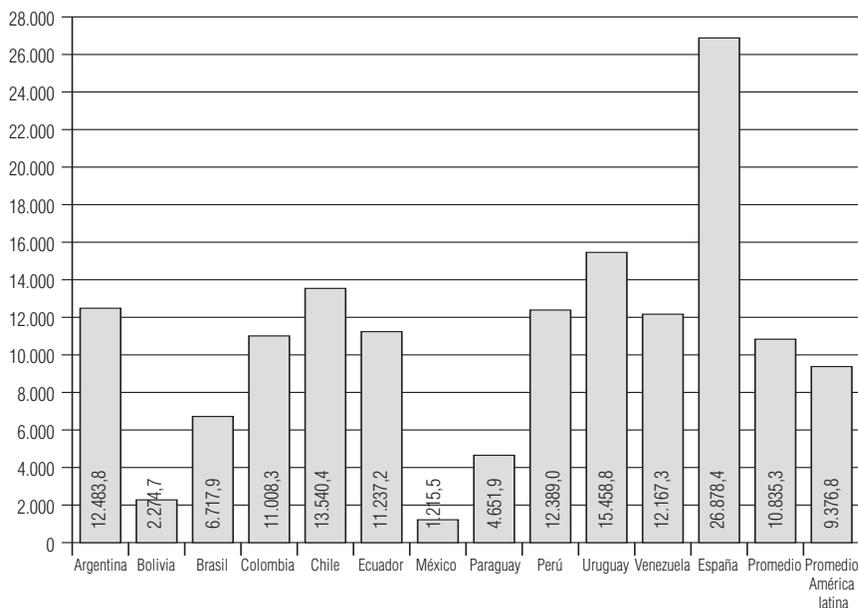
- guay, como contrapartida, un país con menos de 4 millones de habitantes, muy bajo nivel de industrialización y una alta cohesión social en términos relativos regionales;
- b) la heterogeneidad al interior de cada país: con zonas geográficas que concentran la disposición de los recursos más calificados que los colocan en niveles de acceso a bienes y servicios similares a los de algunos países centrales (el sur de Brasil; la región pampeana en la Argentina; Santiago y sus adyacencias en Chile, por ejemplo), en detrimento del resto de un territorio relegado a desempeñar el rol de ser “la periferia en la periferia” (Vaca y Cao, 2003);
 - c) la desigualdad: Latinoamérica es la región más desigual del planeta, la que exhibe mayor diferencia entre los sectores más ricos y los más pobres, tal como corroboran las estadísticas de desarrollo humano (UNESCO, 2007);
 - d) la exclusión: en el marco de la desigualdad, se producen brechas entre quienes pueden sostener en condiciones de pobreza su existencia y quienes están privados incluso de ello y que son aludidos en los sistemas estadísticos como “indigentes”;
 - e) la diversidad: por un lado, por las diferentes temporalidades y culturas que conviven al interior de un mismo país (García Canclini, 2004); por otro lado, porque fruto de lo anterior hay países como Brasil, México o la Argentina con un maduro sistema de industrias culturales propias, en tanto que otros carecen de una estructura consolidada de producción y distribución de cultura por procesos industriales (Sinclair, 2000).

Tomando entonces este marco de referencia, la investigación acerca de los accesos a bienes y servicios infocomunicacionales en la región permite constatar el tipo de evolución respecto de la disposición de recursos de información y comunicación.

En promedio anual, cada diez latinoamericanos sólo compran seis libros en un año (menos de un libro por persona al año); cada diez, adquieren siete entradas de cine (menos de una asistencia al cine por persona al año). Cada latinoamericano, en tanto, compró el diario sólo nueve de los 366 días del año 2004 en promedio, lo cual revela un leve descenso de los valores registrados en el año 2000.

El acceso a la prensa escrita de los países de Sudamérica y México presenta un promedio de ventas anuales de 9.376 ejemplares cada mil habitantes: notablemente inferior al de España para el mismo período (26.878). De este modo, la prensa escrita es en la región un sector minoritario de las industrias culturales en

Acceso 2004 prensa cada 1.000 habitantes

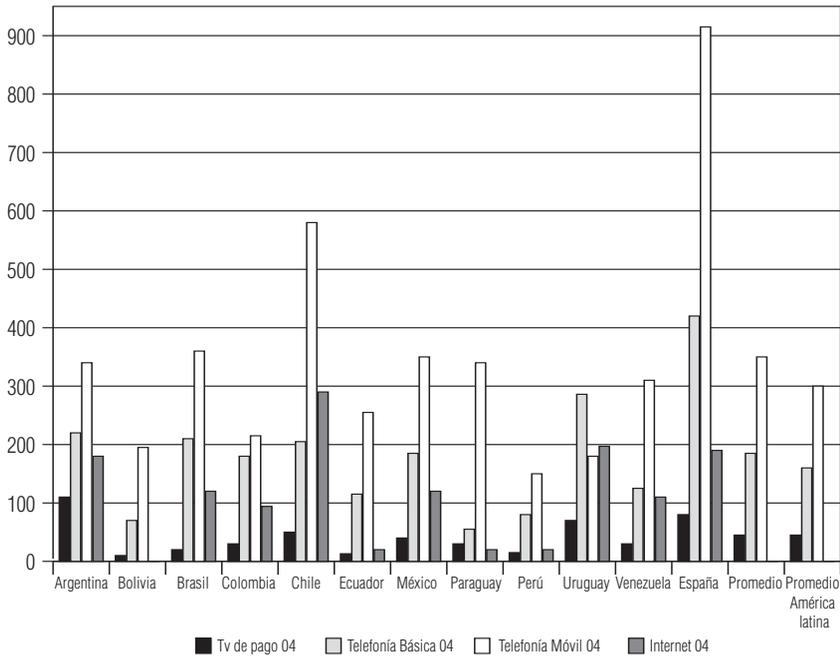


términos de acceso social. El siguiente cuadro revela que, prescindiendo de España, los países del Cono Sur –Uruguay, Chile y Argentina, en ese orden– presentan los mejores indicadores.

Como patrón comparativo, es útil señalar que los indicadores de ventas de diarios cada 1.000 habitantes, en 2004, tanto en América Latina como en España, del gráfico anterior empalidecen ante las cifras del mercado de Estados Unidos, que registra una venta de 93.409 ejemplares anuales cada 1.000 habitantes (WAN, 2005). Es decir que en promedio un estadounidense compró el diario, en 2004, 93 de los 366 días del año: diez veces más que el promedio en América del Sur y México.

El estudio compara también el acceso a las industrias más convergentes en términos tecnológicos, a saber: telecomunicaciones (telefonía básica o fija y telefonía móvil) y televisión por cable. La importancia del acceso social a estas actividades refiere, por un lado, a la presencia de la telefonía como factor de desarrollo de comunidades alejadas de los centros urbanos; y, por otra, a la ampliación de la oferta audiovisual en el caso de la televisión de pago, tomando en cuenta la predominancia de la televisión como espacio de canalización de la mayor parte del tiempo de ocio entre los latinoamericanos. Finalmente, porque entre ambos sectores

Acceso telecomunicaciones y TV paga cada 1.000 habitantes



(telefonía y TV de pago) se constituye el soporte de conexión a otras tecnologías convergentes (Internet, por ejemplo) y también el soporte de distribución de contenidos digitales propios de la evolución de los medios de comunicación.

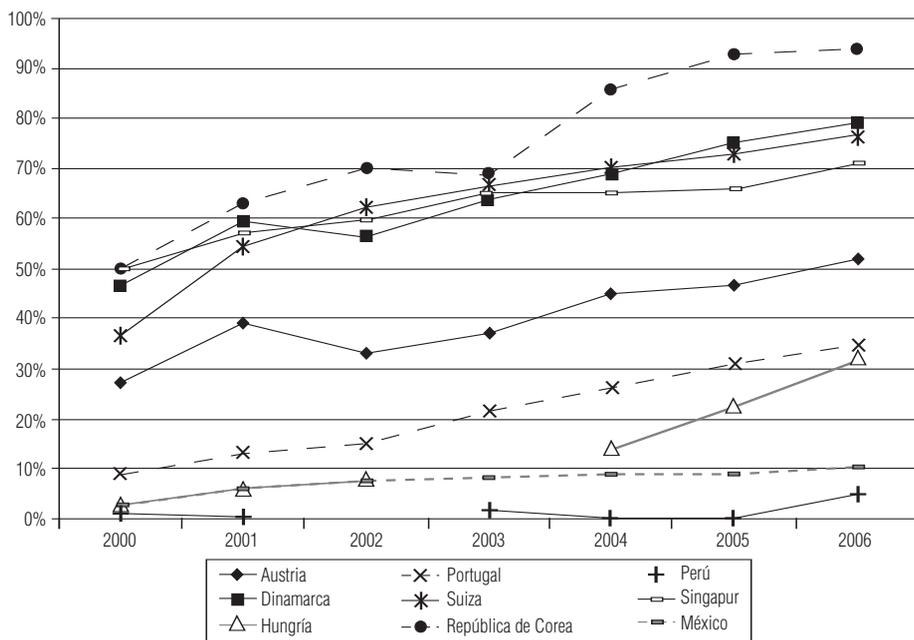
Como se advierte en el siguiente gráfico, el acceso promedio en América Latina a telecomunicaciones y televisión de pago es muy bajo, lo cual impacta entonces en las tres dimensiones aludidas en el párrafo precedente:

En promedio, el 29% de los latinoamericanos contaba con algún servicio de telefonía móvil (la mayoría, conexiones mediante tarjetas de prepago) y el 11% navegaba por Internet en 2004. Estos dos porcentajes, si bien refieren a mercados en pleno auge, también revelan el rezago que América Latina experimenta en términos de acceso frente a los países centrales. Por ejemplo, en Suecia, país situado en las antípodas de los latinoamericanos en cuanto a la aplicación de políticas públicas para garantizar servicios públicos de comunicación, más del 70% de los habitantes contaba con telefonía fija y se constataba más de un teléfono móvil por persona.

Los accesos a Internet, particularmente los más calificados que son los de banda ancha, conservan la tendencia de las telecomunicaciones y la televisión de pago en América Latina, en donde los países con mejores indicadores de acceso se situaban en el orden del 30%; pero si se contabiliza la distribución de banda ancha el porcentaje en 2004 desciende por debajo del 7% de los hogares. Al interior de cada país la disparidad se multiplica. La mayor parte de la sociedad en muchos países está excluida de todo acceso a Internet, pero con una gama de accesos debilitados (acceso a través de cybercafés, por ejemplo) para muchos otros grupos sociales.

El siguiente gráfico tomado de la Unión Internacional de Telecomunicaciones permite observar que si bien el crecimiento en las conexiones domiciliarias a Internet evidencia un continuo crecimiento en todos los países, los dos casos latinoamericanos aludidos (Perú y México) presentan indicadores contundentemente más bajos que los de países europeos (incluidos Portugal o Hungría,

Cambio en el hogar en nivel de acceso a Internet, países seleccionados



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones: www.itu.int

que representan la periferia de las tendencias centrales en el Viejo Continente) o asiáticos.

Sin embargo, y mientras que los accesos a casi todas las industrias infocomunicacionales son sumamente débiles en América Latina, prácticamente todos sus habitantes reciben señales de radio y televisión por aire, siendo su acceso generalizado en una región en la que el arancelamiento de bienes y servicios infocomunicacionales erosiona severamente sus usos y consumos. Así, por ejemplo, prácticamente el 82% de los hogares accede a la televisión abierta, pero sólo el 16% cuenta con abono a la televisión de pago.

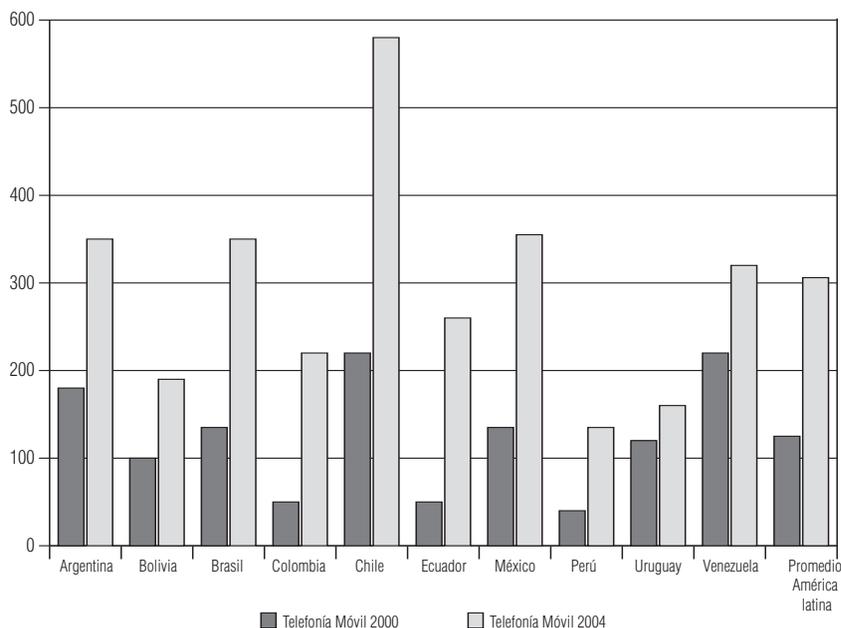
La exposición de los latinoamericanos a la televisión abierta, a la que dedican en promedio entre tres horas y media y cuatro horas diarias (aún cuando su recepción suele ser combinada con otras actividades domésticas y sociales), sigue siendo uno de los rasgos de acceso y consumo infocomunicacional más relevante a la hora de caracterizar la relación social con los medios América Latina. La centralidad de la televisión abierta como factor de alfabetización en las culturas masivas, como artefacto de vinculación remota con noticias y acontecimientos que configuran nociones de la “realidad local”, la “realidad nacional” y la “realidad internacional”, y como fuente de gratificaciones en formato de entretenimientos, no puede subestimarse en el panorama que compone la tipología de accesos en los países latinoamericanos.

Al considerar la tendencia general de accesos en la región a los servicios infocomunicacionales entre los años 2000 y 2004, se aprecia un crecimiento relativo, aunque en algunas industrias (como la prensa escrita) se constatan retrocesos vinculados, entre otras causas, al avance de nuevos soportes (como Internet).

En la pág. 43 se presenta un gráfico relativo a la industria que mayor crecimiento evidenció en el período del estudio, la telefonía móvil.

La telefonía móvil se destaca como la aplicación convergente de tecnologías infocomunicacionales más masiva a nivel regional (también mundial), desplazando en los hechos al acceso a Internet por computadora y, a la vez, habilitando una auspiciosa plataforma de desarrollo de Internet por vías inalámbricas y móviles (algo que ya ocurre, aunque no de modo masivo, con contenidos radiales o de prensa *on line*, por ejemplo). Esta plataforma de telefonía móvil concita interés también como soporte audiovisual, lo que está suscitando la diversificación de productoras audiovisuales a la generación de contenidos específicos para las terminales de telefonía móvil. Estos movimientos de apertura e innovación

Acceso telefonía móvil 2000/2004 (cada 1.000 habitantes)

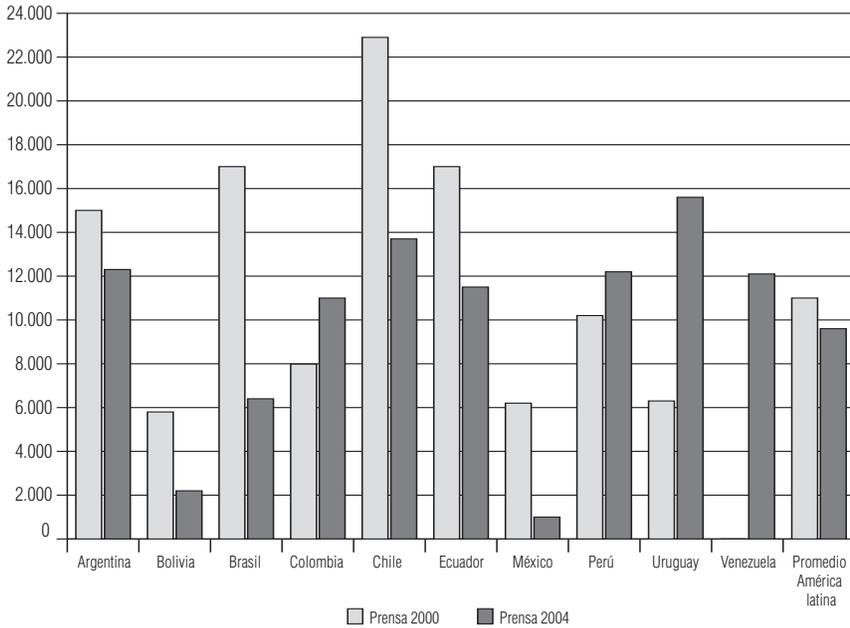


merecen ser contextualizados, sin embargo, en el marco de los ejes de configuración de los accesos a las tecnologías infocomunicacionales en América Latina (heterogeneidad, desigualdad, exclusión y diversidad), por lo que cabe descartar en el presente o en el futuro inmediato una generalización de estos servicios convergentes en el conjunto de los usuarios de la telefonía móvil.

La contracara del acceso a la telefonía móvil en la región está representada por el acceso a la prensa escrita, que registra un descenso en el lapso considerado por la investigación (pág. 44).

La posibilidad de integrar estos indicadores de acceso con los de concentración en las diferentes actividades de información y comunicación en una región caracterizada por bajos niveles de acceso y altos índices de concentración, junto con la demostración de tendencias en el sector, validan un trabajo que continúa realizándose con el objetivo de aportar a la recreación de espacios públicos de debate sobre la libertad de expresión y el derecho social a la comunicación.

Acceso prensa 2000/2004



Tendencias en la Argentina

Si bien el estudio se halla en su etapa de procesamiento de los resultados para los diferentes países, es posible anticipar algunas de las principales tendencias para la Argentina. Al respecto, y observando el desempeño de las actividades infocomunicacionales en este país a partir del cambio de siglo, debe destacarse que una de las constantes que producen las crisis económicas profundas como la que eclosionó en la Argentina es el impacto en el consumo de productos culturales. A la hora de reducir gastos, las familias e individuos suelen recortar la compra del periódico, la adquisición de libros o de música como una de las alternativas que, presumen, tiene menos repercusión en su nivel de vida.

La caída de la producción, del acceso y del consumo en el sector infocomunicacional fue notable en los tres primeros años del siglo XXI y los indicadores de 2004 son los primeros en los que se advierte una leve inflexión en una tendencia negativa, en algunas industrias (no en todas): la caída del abono del 20% en la

televisión de pago y la disminución del 17% en la compra de periódicos permiten ilustrar una tendencia negativa que halla su contrapartida en la tendencia general al notable crecimiento en los mercados de tecnologías digitales (móviles e Internet, fundamentalmente) y a un incremento en la salida al cine.

No obstante el declive de la prensa y de la televisión de pago, hay características que demuestran rasgos estructurales diferenciales en el comportamiento de las industrias infocomunicacionales en este país. Estos rasgos estructurales se sostienen en prácticas culturales y sociales amplias y en tradiciones de acceso y consumo de bienes y servicios de la cultura y la comunicación y, por consiguiente, merecen destacarse en el análisis. Por ejemplo, a pesar de la pérdida del 20% de los hogares abonados a la televisión por cable entre 2000 y 2004 (situación que se iría revirtiendo en los siguientes años, acompañando la bonanza macroeconómica), la Argentina cuenta con uno de los mercados de TV de pago más importantes de América, en términos absolutos y relativos. La cantidad de hogares suscriptos a la televisión arancelada es la mayor de América Latina y ello explica el liderazgo que, en términos de facturación, expresa el cuadro comparativo de las industrias infocomunicacionales del país.

También merece particular atención el peso comparativo que tiene la facturación de la prensa escrita, aún a pesar de la señalada merma en el universo de compradores de periódicos entre 2004 y 2000. En efecto, la Argentina muestra un nivel de facturación en la prensa semejante al de la televisión abierta. Este hecho, singular en la región y ya registrado en el estudio realizado en el año 2000, se explica por la importancia de un mercado periodístico tradicionalmente robusto y orientador de debates en el espacio público, si bien los índices de consumo de diarios manifiestan un lento pero constante declive desde principios de los años noventa del siglo pasado.

El crecimiento de los mercados infocomunicacionales que son el escenario principal de la convergencia, como telefonía móvil e Internet, sostiene en la Argentina un ritmo veloz. El mismo crecimiento se registra en todo el subcontinente. En el caso argentino, este crecimiento se corresponde con el proceso de concentración de ingresos que determina el acceso diferencial a tecnologías (por ejemplo de conexión a Internet) en función de la capacidad adquisitiva de la población. El mapa de accesos a Internet demuestra una alta concentración de las conexiones de alta velocidad y banda ancha en las grandes urbes, por parte de los sectores sociales medios y altos de la población.

El siguiente cuadro muestra las tendencias de accesos infocomunicacionales comparando los registrados en el año 2000 con los de 2004 en la Argentina:

Argentina	Acceso comparativo 200/2004 (en %)
Libro (vendidos)	(s/d de 2000)
Disco (vendidos legalmente)	-18,6
Cine (entradas vendidas)	24,4
Prensa escrita (diarios)	-17,8
Radio (aparatos por hogar)	-0,5
TV (aparatos por hogar)	0,4
TV de pago (conexiones legales)	-20,0
Telefonía Básica (conexiones telefonía fija)	-2,9
Telefonía Móvil	94,8
Internet	571,8

A modo de cierre

La evolución contemporánea de los accesos a las industrias infocomunicacionales en América Latina presenta importantes contradicciones. Desde hace casi veinte años se inició una transformación estructural a partir del desprendimiento de los activos generados por los Estados en las actividades de información y comunicación (con la excepción de Uruguay), transfiriendo a grandes capitales la gestión de las mismas y su influencia como actores privilegiados a la hora de definir las directrices de políticas en el sector. La promesa de un mejor aprovechamiento de la convergencia tecnológica, de una gestión más eficiente de estas actividades, del abaratamiento de los costos de los servicios y de mayor transparencia en la administración de los fondos guió esa transformación. Hoy, cuando va concluyendo la primera década del siglo XXI, se cuenta con evidencia empírica que revela la falsedad de aquellas promesas. Las estadísticas reflejan que en la mayoría de los países latinoamericanos los índices de inequidad en la distribución del ingreso se han agravado.

La investigación cuyos resultados se anticipan en el presente artículo complementa esa tendencia al advertir que, en términos generales, se mantiene la heterogeneidad, la exclusión de amplios sectores, la desigualdad, y la diversidad en los accesos sociales a los bienes y servicios infocomunicacionales. Si bien algunos índices de acceso tecnológico crecieron en los últimos años, se apre-

cia que la posibilidad de un consumo cultural diversificado queda limitada a una porción minoritaria de la población en la mayoría de los países incluidos en el estudio.

Aunque con excepciones que matizan puntualmente la constatación de accesos debilitados que se impone a nivel regional (por ejemplo: el acceso de hogares argentinos a televisión por cable o de hogares chilenos a banda ancha de Internet), se verifica que el acceso realmente fortalecido en América Latina se produce en las únicas dos ramas que no son aranceladas (radio y televisión abierta) y en la telefonía móvil, mientras que para las demás actividades y servicios en donde el pago es condición de acceso, el acceso es sumamente exiguo en comparación con el mundo desarrollado.

Bibliografía

- ALBARRAN, Alan y DIMMICK, John: "Concentration and economies of multifirmity in the communication industries", en *The Journal of Media Economics* 9(4), Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1996, págs. 41-50.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor: *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa, 2004.
- MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín: *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.
- SINCLAIR, John: *Televisión, comunicación global y regionalización*, Barcelona, Gedisa, 2000, pág.158.
- UNESCO: *Informe sobre tendencias sociales y educativas en América Latina 2007*, editado por el Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina, Buenos Aires, 2007.
- VACA, Josefina y CAO, Horacio: "Tecnologías de comunicación e información en las provincias", en *Revista Tram(p)as*, n° 14, Facultad de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, 2003, págs. 20-35.
- WORLD ASSOCIATION OF NEWSPAPERS (WAN): "World Press Trends 2005" (2005), documento consultado en marzo de 2008 en el sitio web: <http://www.wan-press.org/>, págs. 671-676.