

Inversión, innovación y exportaciones

El Programa Nacional de Apoyo y Desarrollo de las Exportaciones de la República de Bielorrusia para 2016-2020 incluye entre las ocho tareas principales, junto con la diversificación de las relaciones comerciales y económicas con varios países y regiones, la optimización de la legislación de apoyo a la exportación, el fomento de los exportadores de bienes y servicios para ampliar la gama de productos y los tipos de servicios prestados, la mejora de los enfoques para trabajar con las pequeñas y medianas empresas en materia de exportación, la creación de condiciones para la promoción de los no recursos, de alta tecnología. Esta complejidad sólo puede alcanzarse si todos los productores nacionales de bienes y servicios participan en la actividad económica exterior. ¿Cómo se consigue este objetivo en la práctica? De esto trata el estudio propuesto.



Profesor asociado del Departamento de Periodismo y Literatura Extranjera del Instituto de Periodismo de la Universidad Estatal de Bielorrusia. Áreas de investigación: política exterior multivectorial de la República de Bielorrusia, peculiaridades del intercambio internacional de información en el contexto de la globalización del espacio político y económico, exportación de bienes y servicios de los medios de comunicación.



EDICIONES
NUESTRO CONOCIMIENTO 

EDICIONES
NUESTRO CONOCIMIENTO



Inversión, innovación y exportaciones

Una crónica del potencial de la cooperación internacional

Boris Zaleskii

Boris Zaleskii

Inversión, innovación y exportaciones

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

Boris Zaleskii

Inversión, innovación y exportaciones

Una crónica del potencial de la cooperación internacional

FOR AUTHOR USE ONLY

SciencaScripts

Imprint

Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this work is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: www.ingimage.com

This book is a translation from the original published under ISBN 978-613-9-57693-7.

Publisher:

Scientia Scripts

is a trademark of

Dodo Books Indian Ocean Ltd. and OmniScriptum S.R.L Publishing group

Str. Armeneasca 28/1, office 1, Chisinau-2012, Republic of Moldova, Europe

Printed at: see last page

ISBN: 978-620-5-35392-9

Copyright © Boris Zalesskii

Copyright © 2022 Dodo Books Indian Ocean Ltd. and OmniScriptum S.R.L

Publishing group

FOR AUTHOR USE ONLY

Índice de contenidos

Capítulo 1	2
Capítulo 2	5
Capítulo 3	16
Capítulo 4	28
Capítulo 5	41
Capítulo 6	50
Capítulo 7	59
Capítulo 8	69
Capítulo 9	86

FOR AUTHOR USE ONLY

Capítulo 1

Introducción

¹El Programa Nacional de Apoyo y Desarrollo de las Exportaciones de la República de Bielorrusia para 2016-2020 incluye entre las ocho tareas principales, junto con la diversificación de las relaciones comerciales y económicas con diversos países y regiones, la optimización de la legislación de apoyo a la exportación, el fomento de los exportadores de bienes y servicios para ampliar la gama de productos y los tipos de servicios prestados, la mejora de los enfoques de trabajo con las pequeñas y medianas empresas en materia de exportación, la creación de condiciones para estimular la alta tecnología, la innovación

La aparición de esta tarea entre las estratégicamente importantes en el documento estatal de más alto nivel no es probablemente una coincidencia. Es bien sabido que las exportaciones son la columna vertebral de la economía abierta de Bielorrusia, ya que generan divisas, beneficios empresariales e impuestos para el presupuesto de la República de Bielorrusia. En el Discurso al pueblo bielorruso y a la Asamblea Nacional de abril de 2016, se señaló a este respecto que "las exportaciones, su crecimiento y necesariamente su diversificación, han sido y siguen siendo la prioridad más importante entre las prioridades"². Sin embargo, los resultados del último quinquenio (2011-2015) han revelado una serie de factores que limitan el crecimiento y la optimización de la estructura de las exportaciones bielorrusas. Entre ellas se encuentran el lento desarrollo de nuevos mercados, la baja competitividad de los productos nacionales, el retraso con respecto a los países avanzados en cuanto a la productividad del trabajo, el insuficiente uso de las ventajas competitivas, la concentración de la producción industrial bielorrusa en los recursos externos, la falta de una amplia gama de bienes de exportación innovadores, la falta de preparación de las estructuras de gestión sectoriales y territoriales para responder rápidamente a los cambios en las condiciones del mercado y promover activamente los productos a nuevos mercados. Todo ello se produce en el marco de un aumento del "volumen de ventas mundiales de bienes y servicios que utilizan las tecnologías de la información y la comunicación, lo que provoca el desplazamiento parcial de los bienes de exportación

bielorrusos vendidos de forma tradicional"³ .

⁴Por ello, en los documentos del programa de desarrollo socioeconómico de la República de Bielorrusia para 2016-2020 se afirma que en el próximo quinquenio la actividad económica exterior, que implica la aplicación de una política exterior multivectorial y la consecución de un crecimiento sostenible del potencial exportador de la economía bielorrusa, "tendrá como objetivo garantizar un comercio exterior equilibrado basado en la superación de las tasas de crecimiento de las exportaciones, el aprovechamiento de las ventajas competitivas del país, la participación efectiva en la división internacional del trabajo y la integración

La solución de tareas de tal complejidad sólo es posible si todos los productores nacionales de bienes y servicios, independientemente de la escala de producción y de las formas de propiedad, participan en actividades económicas y de exportación en el extranjero. Pero he aquí las cifras: "Tenemos más de veintidós mil entidades económicas en el país, pero sólo ocho mil ochocientas entidades económicas participan en actividades de exportación"⁵ . En otras palabras, dos tercios de las empresas, compañías y firmas bielorrusas permanecen fuera de la esfera de la cooperación empresarial internacional. Sin embargo, las oportunidades de exportación del país también dependen de "una transición exitosa hacia una economía de la innovación, la creación de un entorno institucional favorable, un clima de inversión y negocios, una reducción de la intensidad de las importaciones de la producción y un aumento del capital humano"⁶ . Además, todos estos problemas deben resolverse en el contexto de la creciente globalización, integración internacional e internacionalización de la producción y el consumo. La experiencia de otros países demuestra que estos problemas sólo pueden ser resueltos por los portadores de una alta cultura de exportación, que no puede introducirse en la conciencia de las masas sin la participación activa de las estructuras de los medios de comunicación.

Este objetivo se perseguirá en varias direcciones. Así, en el marco de la prioridad 1 "Optimización del sistema nacional de apoyo a la exportación y desarrollo", con el fin de reforzar la posición de Bielorrusia en los mercados mundiales prometedores, está previsto establecer un sistema nacional global de apoyo a la exportación que utilice no

sólo herramientas financieras, organizativas, de marketing, político-comerciales y diplomáticas, sino también de información. De acuerdo con esta prioridad, no sólo deben llevarse a cabo actividades como la sistematización del marco normativo, la introducción de nuevos enfoques para la formación y el despliegue del personal en el sector de la exportación, los cambios en el formato del apoyo organizativo a las exportaciones de bienes y servicios, la modernización de los mecanismos financieros de apoyo a la exportación, el desarrollo de instrumentos no financieros de apoyo a la exportación, el uso del potencial de las actividades de exposiciones, ferias y congresos, sino también un importante refuerzo de las herramientas de información y comunicación.

En el marco de la prioridad 6, "Desarrollo de las exportaciones innovadoras mediante el aumento de las exportaciones de productos y tecnologías intensivas en conocimiento", que tiene como objetivo intensificar la estructura de las exportaciones de productos básicos, aumentar las exportaciones de productos altamente procesados, materiales avanzados y productos acabados con propiedades mejoradas, y desarrollar las exportaciones de productos tecnológica y tecnológicamente sofisticados, el sector nacional de las tecnologías de la información y la comunicación debe reforzar la especialización innovadora de las exportaciones bielorrusas.

La promoción de las oportunidades de exportación de nuestro país en el extranjero, en la red informática mundial, la televisión por satélite y el sistema de radiodifusión, esbozado en la Hoja de ruta para la aplicación del Programa Nacional de Apoyo y Desarrollo de las Exportaciones de la República de Belarús para 2016-2020, también debe convertirse en un elemento importante en la promoción de la cultura de la exportación en la conciencia de las masas. Los medios de comunicación republicanos, sectoriales y regionales que operan en Bielorrusia y sus recursos de Internet también pueden contribuir a la solución de esta tarea.

Capítulo 2

La política exterior de la República de Bielorrusia en el contexto de la globalización

En la República de Bielorrusia, los principios fundamentales de la política estatal son "el orden, la coherencia y la gradualidad", "continuidad"⁷, que es la base de la actual política exterior bielorrusa. Al mismo tiempo: 1) la **coherencia** consiste en seguir una política pacífica de buena vecindad, en construir el Estado de la Unión de Bielorrusia y Rusia, en abstenerse de dar pasos que puedan arrastrar al país a conflictos internacionales; 2) la **coherencia** ha permitido al país preservar los lazos tradicionales con los países de la Comunidad de Estados Independientes y se manifiesta también en las relaciones con los Estados del "cinturón de buena vecindad" y la Organización del Tratado del Atlántico Norte, con los que se pueden y deben establecer relaciones normales y soluciones constructivas; 3) n

En el plano legislativo, Bielorrusia cuenta con otros **siete principios**⁸, en los que se basa la política exterior del Estado bielorruso: 1) Cumplimiento de los principios y normas del derecho internacional universalmente reconocidos; 2) Cumplimiento de los objetivos de la política exterior con el potencial político, diplomático, económico, de defensa, científico, tecnológico e intelectual del Estado, asegurando su aplicación para reforzar la posición internacional de la República de Bielorrusia y su prestigio internacional; 3) Aumento de la eficacia de la política política exterior, jurídica y de las relaciones internacionales.

Los objetivos estratégicos de la política exterior de la República de Bielorrusia son 1) la protección de la soberanía estatal y la integridad territorial de la República de Bielorrusia; 2) la protección de los derechos, las libertades y los intereses legítimos de los ciudadanos, los intereses públicos y los del Estado.

Hoy en día, hay muchas razones para creer que "se han creado en Bielorrusia las condiciones necesarias para prevenir o neutralizar diversas amenazas a la seguridad nacional". El sistema de seguridad nacional funciona de forma estable y ofrece soluciones a los retos que se plantean. <...> Al mismo tiempo, la actual situación mundial dificulta que Bielorrusia lleve a cabo una política exterior independiente"⁹.

Por ello, entre las principales amenazas potenciales o existentes para la seguridad nacional del país, se encuentran las siguientes: 1) la violación de la independencia, la integridad territorial, la soberanía y el orden constitucional de la República de Bielorrusia; 2) la imposición a Bielorrusia de un rumbo político que no responde a sus intereses nacionales,

3) la influencia destructiva de **la información** sobre los individuos, la sociedad y las instituciones del Estado, perjudicando el interés nacional; 4) la disminución o pérdida de competitividad de los medios de información y comunicación nacionales

El proyecto será ejecutado por el Ministerio de Educación y Ciencia de la República de Moldavia.

En el ámbito político, las principales **fuentes externas de amenazas para** Bielorrusia son: 1) la presencia de importantes contradicciones entre los principales actores de la política mundial, que se manifiestan en el marco de un declive de la capacidad de los sistemas de seguridad internacionales y regionales y que pueden complicar la situación en torno a la República de Belarús;

2

)

2) El choque de intereses geopolíticos de los principales Estados (grupos de Estados) en el proceso de transición de un orden mundial unipolar a uno multipolar; 3) La utilización por parte de Estados individuales o grupos de Estados de las ventajas de presión, económicas y de recursos para promover sus intereses; 4) La interferencia en los procesos internacionales por parte de fuerzas que no son sujetos reconocidos de las relaciones internacionales; 5) El terrorismo internacional, el tráfico ilícito de tecnologías y equipos de doble uso, armas, municiones, sustancias radiactivas, químicas, biológicas

En este sentido, **los principales objetivos de** la política exterior de la República de Bielorrusia se formulan como sigue: 1) la promoción de un orden mundial estable, justo y democrático, basado en los principios universalmente reconocidos del derecho internacional; 2) la integración equitativa de la República de Bielorrusia en el espacio político, económico, científico, cultural y de **la información** mundial; 3) la creación

de condiciones favorables en materia de política exterior y economía exterior para la mejora del bienestar de la población, el desarrollo del potencial político, económico, intelectual y espiritual del Estado; 4) el establecimiento de relaciones de buena vecindad con los países vecinos

En el contexto actual, los **principales ámbitos de la política exterior** bielorrusa son los siguientes

- 1. Actividad económica exterior.**
- 2. Cooperación económica internacional.**
- 3. Cooperación internacional en el ámbito de las actividades espaciales.**
- 4. Cooperación militar internacional.**
- 5. Cooperación internacional en la aplicación de la política de fronteras del Estado.**
- 6. La seguridad internacional.**
- 7. Cooperación humanitaria y derechos humanos.**
- 8. Cooperación internacional en materia de salud, educación, ciencia, información e informatización, cultura, deporte, turismo y protección del medio ambiente.**
- 9. Cooperación internacional en la gestión de catástrofes.**
- 10. Cooperación en la codificación y desarrollo progresivo del derecho internacional.**
- 11. Cooperación transfronteriza.**

Cada uno de estos **ámbitos de aplicación de la política exterior** se estructura como sigue:

1. Actividad económica exterior:

1.1. Mejora de la política económica exterior del Estado sobre la base de una división internacional del trabajo y de los mercados de bienes y servicios establecida y multivectorial;

1.2. crear condiciones favorables para la participación de las mercancías bielorrusas en el comercio internacional y el volumen de negocios económico;

1.3. protección de los intereses de las organizaciones y empresarios

individuales - residentes de la República de Belarús en el mercado extranjero;

1.4. garantizar las condiciones para el crecimiento de las exportaciones;

1.5. realizar préstamos públicos externos dentro del límite de la deuda pública externa de la República de Bielorrusia establecido por la legislación de la República de Bielorrusia;

1.6. Desarrollar las exportaciones de alta tecnología y promover las importaciones de alta tecnología para acelerar el desarrollo de la economía nacional;

1.7. facilitar el acceso a fuentes de materias primas y bienes cuya producción es imposible o ineficiente en la República de Bielorrusia.

2. Cooperación económica internacional:

2.1. La participación en la cooperación multilateral en el marco de organizaciones, instituciones y foros internacionales como factor de integración orgánica en la comunidad mundial para el desarrollo de la economía nacional;

2.2. Participación en uniones aduaneras, zonas de libre comercio y otras formas de integración económica con países extranjeros;

2.3. atraer la inversión extranjera;

2.4. Desarrollar la cooperación empresarial con los Estados que participan en el sistema multilateral de regulación del comercio;

2.5. Aprovechamiento racional de la situación geográfica, desarrollo de un sistema eficaz de servicio de los sistemas de transporte y comunicaciones internacionales.

3. Cooperación internacional en el ámbito de las actividades espaciales:

3.1. la participación en programas internacionales de exploración y utilización del espacio exterior;

3.2. desarrollo del potencial científico y técnico de las organizaciones bielorusas que trabajan en el ámbito de las actividades espaciales.

4. Cooperación militar internacional:

4.1. La aplicación de políticas públicas destinadas a prevenir la guerra y mantener la paz y neutralizar las posibles amenazas militares;

4.2. Excluyendo la participación de las Fuerzas Armadas de la República de

Bielorrusia en conflictos armados fuera del país;

4.3. Mejorar la cooperación internacional, las asociaciones y el fomento de la confianza en el ámbito militar;

4.4. promover la solución pacífica de los conflictos armados y las controversias internacionales;

4.5. Cooperación con los países extranjeros en materia de reducción de armamento y de fuerzas armadas en Europa y reconversión de las industrias de defensa;

4.6. cooperación técnico-militar con países extranjeros.

5. Cooperación internacional en la aplicación de la política de fronteras del Estado:

5.1. garantizar la inviolabilidad de la frontera estatal de la República de Belarús, proteger la soberanía estatal y la integridad territorial de la República de Belarús;

5.2. cooperación interestatal mutuamente beneficiosa en cuestiones fronterizas;

5.3. . la resolución pacífica de los problemas fronterizos.

6. La seguridad internacional:

6.1. Desarrollar la cooperación internacional para preservar y reforzar los sistemas de seguridad internacionales y regionales existentes;

6.2. Desarrollar la cooperación internacional para combatir el terrorismo y el extremismo, la delincuencia organizada, el tráfico de drogas y otras actividades delictivas;

6.3. Lucha contra la proliferación ilícita de armas de destrucción masiva, sus componentes y vectores, y los bienes y tecnologías de doble uso.

7. Cooperación humanitaria y derechos humanos:

7.1. Participación en los instrumentos internacionales humanitarios y de derechos humanos;

7.2. Desarrollar la cooperación internacional humanitaria y en materia de derechos humanos;

7.3. Aplicación de una estrategia a largo plazo para promover el desarrollo espiritual y cultural de la diáspora bielorrusa;

7.4. la creación de condiciones jurídicas y organizativas favorables para los

belarusos étnicos, los nativos de la República de Belarús y las personas que se identifican como belarusos, así como para los miembros de su familia que han decidido regresar a la República de Belarús para residir permanentemente.

8. Cooperación internacional en materia de salud, educación, ciencia, información e informatización, cultura, deporte, turismo y protección del medio ambiente:

8.1. Reforzar la cooperación internacional en materia de desarrollo sanitario;

8.2. atraer recursos intelectuales y científicos externos para el desarrollo científico, educativo y cultural de la República de Bielorrusia;

8.3. Aumentar la cooperación científica y técnica internacional;

8.4. Participación en tratados internacionales, desarrollo de relaciones mutuamente beneficiosas con Estados extranjeros, organizaciones internacionales, **intercambio de información** y tecnología, uso de redes internacionales de información global para acelerar el desarrollo económico;

8.5. **promover la integración de la República de Belarús en el espacio mundial de la información, apoyar la cooperación internacional mutuamente beneficiosa en el ámbito de la información** y la informatización;

8.6. Ayudar a las federaciones nacionales (uniones, asociaciones) de uno o varios deportes en sus actividades internacionales y elevar el perfil internacional de la República de Bielorrusia mediante la participación activa de atletas (equipos de atletas) bielorrusos en eventos deportivos internacionales;

8.7. construir la imagen de la República de Bielorrusia como región atractiva para el desarrollo del turismo y promover el producto turístico nacional en el mercado exterior;

8.8. desarrollar la cooperación internacional en el ámbito de la protección del medio ambiente y resolver los problemas medioambientales de carácter transnacional;

8.9. atraer la ayuda de la comunidad internacional para superar las consecuencias de la catástrofe de Chernóbil.

9. Cooperación internacional en la gestión de catástrofes:

9.1. Informar rápidamente de la ocurrencia o el peligro de una situación de

emergencia;

9.2. aplicación de una política coordinada de prevención y respuesta a las emergencias transfronterizas;

9.3. intercambio de información científica y técnica y de expertos en el ámbito de la gestión de catástrofes;

9.4. proporcionar ayuda humanitaria a los países afectados por emergencias.

10. Cooperación en la codificación y desarrollo progresivo del derecho internacional:

10.1. participación en la elaboración de tratados internacionales;

10.2. desarrollar la cooperación con las organizaciones internacionales.

11. Cooperación transfronteriza:

11.1. La interacción con países extranjeros a nivel regional y local para resolver rápidamente los problemas transfronterizos, atraer inversiones extranjeras para mejorar las infraestructuras transfronterizas y de transporte, y establecer organizaciones comerciales con inversiones extranjeras;

11.2. Desarrollo y ejecución de proyectos regionales de asistencia técnica financiados por organizaciones y programas internacionales en los ámbitos de la economía, la ordenación del territorio, el espíritu empresarial, las infraestructuras, la **información**, el medio ambiente, la educación, la cultura, el turismo y el deporte;

11.3. Promover **las eumorregiones** como forma de cooperación transfronteriza para suavizar las diferencias en los niveles de desarrollo socioeconómico de los territorios, desarrollar infraestructuras transfronterizas, abordar conjuntamente los problemas en el ámbito de la protección de la naturaleza, superar los desequilibrios en el empleo y las barreras culturales y lingüísticas.

De cara al futuro, la República de Bielorrusia ha basado su política socioeconómica hasta 2015 en la continuidad de los objetivos y prioridades que se han formulado y aplicado en años anteriores. Los datos sugieren que el modelo nacional de economía de orientación social ha funcionado bien en los últimos 15 años y que en gran medida seguirá siendo así en el futuro. Sin embargo, el desarrollo dinámico requiere una mejora y modernización más activas de los mecanismos institucionales y

económicos existentes, de las instituciones económicas y de la política económica, lo que aumentará la eficacia, la sostenibilidad y la competitividad del modelo de desarrollo existente en la República de Bielorrusia. El objetivo principal es mejorar el bienestar y las condiciones de vida de la población sobre la base de la mejora de las relaciones socioeconómicas, el desarrollo innovador y el aumento de la competitividad de la economía nacional. Para ello, el país prevé

- 1) la formación de un sistema nacional de innovación;
- 2) Crear condiciones favorables para el desarrollo de la iniciativa empresarial y aumentar la entrada de inversiones en la economía;
- 3) desarrollar asociaciones público-privadas para garantizar la sostenibilidad del sistema financiero público;
- 4) Aumento de la autonomía y la responsabilidad de los gobiernos regionales y locales en la gestión de los asuntos socioeconómicos¹⁰.

Considerando que el futuro desarrollo de la economía mundial estará determinado por las crecientes tensiones entre los centros mundiales y la acumulación de desequilibrios en el sistema comercial y financiero mundial, que la crisis financiera mundial ya ha provocado un aumento de la diferenciación entre los países, que el mercado europeo crece con relativa lentitud y que hay un marcado aumento de la actividad de los mercados emergentes, en los que no sólo China, sino también la India y Brasil, se han convertido en dinámicos centros de crecimiento, que la demanda de bienes extranjeros en los países está aumentando considerablemente

En los próximos años, la economía bielorrusa se verá fuertemente influenciada por las tendencias mundiales de desarrollo económico global, lo que requerirá el aumento de la competitividad de los fabricantes nacionales y la introducción de nuevas tecnologías.

En este sentido, la aplicación de una política exterior multivectorial coherente y equilibrada de la República de Belarús, basada en los principios de respeto mutuo, igualdad y asociación, y de no injerencia en los asuntos de Estados soberanos, se centrará en los siguientes **ámbitos**:

- 1) Detección, prevención y supresión oportunas, por medios políticos y diplomáticos, de los intentos de injerencia en los asuntos internos de la República de

Belarús por parte de Estados extranjeros y sus servicios de inteligencia, organizaciones internacionales y otras fuerzas no reconocidas como sujetos de las relaciones internacionales;

2) Oponerse o fomentar el uso en la práctica internacional de medidas económicas, políticas y otras medidas coercitivas destinadas a restringir los derechos soberanos de los Estados;

3) La defensa decidida de los intereses nacionales en el marco de las organizaciones y alianzas internacionales, incluidas las regionales, y la promoción de la autoridad de la República de Belarús y de la posición de estas estructuras en el sistema de relaciones internacionales;

4) Preservar el papel global de las Naciones Unidas y del Consejo de Seguridad de la ONU para garantizar la estabilidad y la seguridad internacionales;

5) Compromiso continuo con el desarme nuclear, la participación en los regímenes de no proliferación, la mediación en conflictos y el mantenimiento de la paz bajo los auspicios de la ONU;

6) Desarrollar la cooperación internacional en la lucha contra todas las formas de delincuencia organizada transnacional, especialmente las relacionadas con el terrorismo, la migración ilegal, la trata de seres humanos y el tráfico de drogas;

7) La participación activa de la República de Belarús en las actividades de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa, la ayuda para eliminar los desequilibrios en su funcionamiento, el fortalecimiento consecuente del marco institucional de esta organización;

8) La formación de una Unión Aduanera y un Espacio Económico Común completos, eficaces y mutuamente beneficiosos dentro de la Comunidad Económica Euroasiática, sin exenciones ni limitaciones artificiales;

9) Intensificar las actividades de la República de Belarús para ampliar su participación en iniciativas y proyectos mutuamente beneficiosos en el marco de las principales organizaciones subregionales: La Comunidad de Estados Independientes, la Iniciativa Centroeuropea, la Organización de Cooperación Económica del Mar Negro y el Consejo de Estados del Mar Báltico;

10) desarrollo de un cinturón de buena vecindad a lo largo de las fronteras exteriores de la República de Bielorrusia en todas sus dimensiones: militar, política, cultural, informativa, social y económica;

11) La aplicación eficaz de la política fronteriza estatal, garantizando un enfoque integrado de la gestión de las fronteras, la combinación óptima de las funciones de barrera con la creación de condiciones favorables para el desarrollo activo de las relaciones económicas, el aumento del atractivo turístico y empresarial del país;

12) mantener y reforzar los fundamentos del Estado de la Unión, y realizar el potencial constructivo existente de la asociación estratégica con la Federación Rusa;

13) desarrollar relaciones plenas con los Estados de la Unión Europea, mantener un diálogo activo con la Unión Europea sobre toda la gama de cuestiones de interés mutuo con vistas a celebrar un Acuerdo de Asociación y Cooperación, así como abolir las medidas discriminatorias contra el Estado bielorruso;

14) Aumento constante de la participación de la República de Bielorrusia en los procesos de integración paneuropea, principalmente con la participación activa en proyectos internacionales relacionados con la producción y el transporte de recursos energéticos y la explotación de corredores de transporte;

15) Profundizar sistemáticamente las relaciones de asociación estratégica con China, Venezuela, desarrollar la cooperación integral con otros Estados de Asia, América Latina y África, especialmente India, Vietnam y Brasil, y ajustar la escala de la cooperación económica con ellos al nivel de las relaciones políticas;

16) Desarrollar un diálogo con EE.UU. basado en los principios de igualdad, respeto mutuo y asociación basada en intereses comunes, principalmente en el contexto de la seguridad internacional;

17) Transmitir al gran público mundial información objetiva sobre Bielorrusia y su posición en los principales problemas internacionales, sus iniciativas de política exterior y los logros de la cultura y la ciencia nacionales;

18) aumentar la eficacia de la protección de los derechos e intereses legítimos de los ciudadanos y compatriotas bielorrusos en el extranjero.

En su reciente discurso al pueblo bielorruso y a la Asamblea Nacional, el jefe de

Estado bielorruso esbozó la principal y más importante **idea de renovación** para Bielorrusia, que también afectará a la política exterior bielorrusa: "Tenemos que reorientar completamente nuestra representaciones políticas económicas extranjeras en consonancia con nuestros intereses. Debemos ir donde nos esperan, donde se abren nuevos mercados"¹¹. Esto significa que Bielorrusia seguirá esforzándose por desarrollar asociaciones mutuamente beneficiosas con todos los países y regiones, pero también responderá adecuadamente a las presiones externas y a las políticas de sanciones a las que aún debe enfrentarse.

FOR AUTHOR USE ONLY

Capítulo 3

El multivectorialismo como principio básico de la política exterior y los medios de comunicación

El sistema de política exterior estatal, denominado "multivectorismo", comenzó a tomar forma en el espacio postsoviético en la primera mitad de la década de 1990. La elección de este sistema para la mayoría de las antiguas repúblicas soviéticas fue dictada por la necesidad de sobrevivir en las difíciles condiciones causadas por el colapso de la Unión Soviética. De hecho, el sistema multivectorial fue una herramienta que ayudó a corregir las desventajas naturales y a aprovechar los puntos fuertes existentes de los nuevos Estados independientes que habían emprendido su propio curso de política exterior. El hecho es que todavía no existe una descripción científica del término "multivectorialidad", que ya se utiliza ampliamente en el léxico de la diplomacia y la ciencia política. Sin embargo, hay una serie de definiciones que, en nuestra opinión, pueden transmitir el significado del término de forma muy completa.

En primer lugar, "una política exterior multivectorial es una política exterior independiente cuyo rasgo distintivo es una actitud equilibrada y equitativa simultáneamente con diferentes centros de poder importantes y con los principales actores mundiales y regionales"¹². En segundo lugar, para los nuevos Estados independientes del espacio postsoviético, el multivectorismo significaba "un determinado estilo diplomático, un método beneficioso para llevar a cabo la política exterior, según el cual los intereses nacionales formulados por la élite gobernante se realizan de forma más completa"¹³. En tercer lugar, llama la atención la interpretación del principio de la política exterior multivectorial expresada por el presidente de Kazajstán, Nazarbayev: "De hecho, todos los Estados pueden llamarse multivectoriales. Esto significa que en condiciones de independencia, de autosuficiencia, cada Estado puede comunicarse, comerciar, concluir acuerdos políticos con todos aquellos con los que sea rentable hacerlo."¹⁴. En cuarto lugar, incluso en la política exterior de la Federación Rusa el multivectorialismo es una de las características clave, como señala el jefe de la diplomacia rusa, Serguéi Lavrov: "La adhesión a este principio sólo significa una cosa: cada vector es valioso para

nosotros, y cualquier esquema mutuamente excluyente o "compensatorio" es inaceptable"¹⁵. En otras palabras, el principio de la actividad multivectorial de la política exterior rusa es "la aspiración a desarrollar relaciones iguales y mutuamente beneficiosas con todos los países, sin excepción, que estén dispuestos a ello"¹⁶.

De hecho, en la primera etapa de la formación de la Comunidad de Estados Independientes, la necesidad de una política exterior multivectorial por parte de los miembros de esta asociación surgió como una necesidad de ampliar el círculo de aliados y obtener un mecanismo eficaz para encontrarlos. En ese momento, Turkmenistán eligió casi inmediatamente la vía de la neutralidad y declaró que no se uniría a ninguna unión o asociación. Uzbekistán declaró que había elegido el camino de la independencia. Tayikistán proclamó una política de "puertas abiertas" que pretendía forjar relaciones de igualdad con todos los países. En Kazajstán, la atención se centró en el desarrollo de relaciones amistosas y predecibles con todos los Estados que desempeñan un papel importante en los asuntos mundiales y tienen un interés práctico.

Bielorrusia no es una excepción en este sentido. Las declaraciones sobre la necesidad de una política exterior multivectorial de la República de Bielorrusia se han repetido en documentos y discursos de funcionarios bielorrusos prácticamente desde los primeros meses de la independencia del país. En 1997, se declaró un enfoque multivectorial como principio subyacente de la política exterior de Bielorrusia, cuya aplicación exigía "la máxima precisión, declaraciones y acciones bien pensadas por parte de la diplomacia bielorrusa, sin dejar margen de error"¹⁷.

Los crecientes procesos de globalización también han dado un fuerte impulso a la política exterior multivectorial de los Estados postsoviéticos. Después de todo, "el problema de la distancia en la era de la globalización es cada vez menos un obstáculo para la creación de redes"¹⁸. Por lo tanto, en el proceso de desarrollo de la cooperación internacional entre Estados situados en distintas regiones del planeta, ha surgido una oportunidad para comprender la diversidad del mundo y las especificidades de los distintos países y pueblos. Fue la globalización la que proporcionó a los países de la antigua Unión Soviética oportunidades reales y la capacidad de combinar

beneficiosamente diferentes vectores geopolíticos y utilizarlos activamente para integrar varias direcciones de política exterior en un solo curso. De hecho, con la intensificación de la globalización surgió la posibilidad de un multivectorismo multinivel, en el que un vector podía llevar a cabo evaluaciones cualitativas del régimen político, otro podía influir y apoyar seriamente a la élite local sin un contexto ideológico y el tercero podía caracterizarse por proyectos pragmáticos beneficiosos específicos.

Pero no hay que olvidar que "para los Estados pequeños, con un número limitado de recursos políticos y económicos, el multivectorialismo conlleva ciertos peligros"¹⁹. No es ningún secreto que las grandes potencias o los centros de gravedad envían constantemente señales a los Estados más pequeños, dejándoles claro que tienen que decidirse por un socio o vector importante. "En esta situación, la política de multivectorialidad corre el riesgo de quedarse sólo en la teoría, mientras que en la práctica los Estados, guiados por el interés de preservar la soberanía, se deslizarán hacia un énfasis en las relaciones más estrechas con uno de los grandes socios"²⁰. Entre los atributos negativos de una política exterior multivectorial se encuentran también atributos como el disimulo de la verdadera política exterior, la incoherencia en las relaciones interestatales, los intentos momentáneos de corregir la balanza a favor de uno u otro, la inconstancia y las prisas entre centros geopolíticos, el aislacionismo, las prisas de un punto de referencia a otro, la dependencia de la coyuntura política, la "indiscriminación, el alivio"²¹.

Sin embargo, la búsqueda del multivectorialismo es una forma eficaz de redistribuir los riesgos de la política exterior en diferentes "cestas". Es importante que, al tiempo que desarrolla una amplia gama de relaciones de política exterior en diversas direcciones, ya sea el Este, el Oeste, el Norte o el Sur, un Estado que persigue una política multivectorial debe conservar la iniciativa para tomar decisiones independientes, en lugar de convertirse en un objeto de los juegos extranjeros. Es evidente que el entendimiento mutuo entre estos fenómenos geopolíticos debe basarse en un conocimiento profundo de las peculiaridades de cada uno de ellos, ya que encierra enormes oportunidades que hay que aprovechar en beneficio de los países y

pueblos que interactúan. En otras palabras, "el desarrollo de relaciones amistosas con Estados correlativos a fenómenos geopolíticos como el Este, el Oeste, el Norte y el Sur determina el contenido de una política exterior multivectorial"²² .

Por supuesto, es posible lograr el éxito en la aplicación de una política exterior equilibrada y pragmática con beneficio mutuo y una firme afirmación de los intereses nacionales, con un enfoque diferenciado y multinivel de la interacción con varios países extranjeros y organizaciones internacionales en el contexto de los procesos y tendencias ambiguas en el sistema actual de las relaciones internacionales, expresado en todo tipo de contradicciones y conflictos entre sus participantes, sólo si el Estado utiliza todo el compuesto de las relaciones internacionales del país. Además, "la necesidad de crear una opinión pública favorable a la cooperación con un Estado determinado es uno de los retos de la política multivectorial"²³ , que por definición debe ser abordado por el segmento internacional del periodismo nacional de cada país que persigue un enfoque multivectorial en su política exterior. La práctica real demuestra que no todos los países postsoviéticos abordan con éxito este problema de los periodistas internacionales. Esto se debe a una serie de circunstancias. Detengámonos en algunos de ellos.

Se sabe que la calidad de la cobertura internacional en los medios de comunicación de un determinado Estado depende, en primer lugar, de la actividad de la posición internacional del propio país, pero también de factores como el interés de los lectores, espectadores y oyentes por los temas internacionales. La experiencia de la formación del periodismo internacional en el espacio postsoviético durante las dos últimas décadas ha demostrado la siguiente correlación: a medida que la situación socioeconómica de los países se deterioraba bruscamente, el interés del público por el mundo exterior también disminuía seriamente. Así lo demuestra el hecho de que las cuestiones políticas y económicas internacionales hayan sido sustituidas por cuestiones puramente domésticas en la esfera mediática. Esta tendencia se tradujo en la salida de periodistas internacionales cualificados y en la degradación de la propia cobertura internacional en la prensa, la radio, la televisión e Internet, y dio lugar a la triste conclusión de que si "la sociedad no está interesada en los acontecimientos

internacionales, mientras que la política exterior del Estado no tiene intereses globales o regionales, entonces no hay que esperar que los periodistas <...> puedan y sean capaces de cubrir ningún acontecimiento concreto de la vida internacional"²⁴ .

Parece que una formulación tan rígida de la cuestión en este plano temático todavía no es típica de la República de Bielorrusia, lo que puede explicarse por la relevante política exterior del Estado bielorruso en todas las etapas de su desarrollo soberano. Así, desde la segunda mitad de los años noventa, esta política "se desarrolla activa y normalmente en dos direcciones: la oriental y la meridional, mientras que en la occidental y la septentrional (esta última colindante con la occidental) experimenta un grave desequilibrio, especialmente en la esfera política, limitándose principalmente a la esfera económica exterior"²⁵ . Y ya a finales de la década de 1990 se proclamó a nivel estatal en Bielorrusia el rumbo de una política exterior multivectorial.

A nivel legislativo, los principales principios, metas y objetivos de la política exterior bielorrusa se establecieron en 2005, en la Ley "Sobre la aprobación de las directrices de la política interior y exterior de la República de Bielorrusia". El documento plantea el desarrollo de una amplia cooperación con los Estados extranjeros y las organizaciones internacionales, la consideración y el respeto mutuos de los intereses de todos los miembros de la comunidad internacional, sobre la base de los principios y normas del derecho internacional universalmente reconocidos. La dirección principal en el ámbito de la política exterior es "la mejora de la política económica exterior del Estado basada en el carácter multivectorial, la división internacional del trabajo establecida y los mercados de bienes y servicios"²⁶ .

La República de Bielorrusia ha tenido que configurar su trayectoria internacional multivectorial en una situación en la que el mundo ha entrado en una etapa de transformaciones geopolíticas, económicas y sociales cardinales caracterizadas por su gran intensidad y dinamismo, en la que "la formación de nuevos centros de poder va acompañada del agravamiento de la rivalidad entre los Estados y la competencia de modelos de desarrollo futuro"²⁷ . El aumento de las tensiones internacionales en los últimos años ha reducido notablemente la credibilidad de los socios a nivel interestatal. La aparición de las llamadas amenazas híbridas y la intensificación de las sanciones

han complicado aún más el planteamiento de la comunidad internacional para encontrar soluciones coherentes a los problemas del mundo. Además, "las guerras de información, la activación de las llamadas quintas columnas y la formación de una opinión pública negativa a través de los medios de comunicación e Internet han adquirido una enorme importancia"²⁸.

Aún más alarmante en nuestros turbulentos tiempos es la pérdida de confianza mutua entre los actores globales, su falta de voluntad de compromiso y la vuelta a elementos de confrontación de bloques, que están llevando al mundo al borde de una nueva guerra. En estas circunstancias, sólo vemos una salida en la búsqueda de formas óptimas de desarrollo sostenible para toda la comunidad mundial, más que para los países individuales. Por ello, la parte bielorrusa ve la nueva fórmula de cooperación universal mutuamente beneficiosa en el hecho de que, como declaró en el debate general de la 70ª Asamblea General de las Naciones Unidas, "su tema principal es la idea de la integración de las integraciones como la tendencia más relevante en el mundo moderno"²⁹.

Sobre todo porque hoy en día las perspectivas de cooperación entre las Uniones Económicas Europea y Euroasiática, la puesta en marcha del proyecto a gran escala de la Ruta de la Seda, la Asociación Transpacífica y la Zona Transatlántica de Libre Comercio, así como otra serie de proyectos de integración, ya están adquiriendo relevancia a diferentes niveles. Por ello, una política exterior multivectorial en el contexto moderno se convierte en la herramienta creativa que permite no sólo evitar la peligrosa e innecesaria confrontación de los modelos de integración, sino también lograr su compatibilidad y apoyo mutuo.

La política multivectorial del Estado bielorruso es un principio fundamental que implica el desarrollo de relaciones constructivas equilibradas con aquellos socios de diversas regiones del mundo con los que Bielorrusia "se guía por los principios de pragmatismo y coherencia, respeto mutuo, igualdad, no injerencia en los asuntos internos, rechazo de la presión y la coerción"³⁰ mientras se construye un diálogo y una cooperación mutuamente beneficiosa. Esta trayectoria multivectorial de Bielorrusia está condicionada por una serie de circunstancias, entre las que se encuentran tanto la

posición geográfica del país, cuyo territorio está atravesado por importantes rutas de transporte desde Europa y Asia, como la historia del Estado bielorruso, que ha experimentado las desastrosas consecuencias de numerosas guerras y conflictos europeos. Hoy en día, la República de Bielorrusia es reconocida por toda la comunidad internacional como un Estado europeo soberano, que lleva a cabo una política exterior independiente, amante de la paz y multivectorial, desarrollando activamente la cooperación con socios extranjeros en diversas partes del mundo y contribuyendo sustancialmente a reforzar la seguridad y la estabilidad internacionales.

El carácter multivectorial de la política exterior bielorrusa también se pone de manifiesto en las siguientes cifras. A principios de 2016, Bielorrusia mantenía relaciones diplomáticas con 174 países. En la actualidad, las representaciones diplomáticas de Bielorrusia operan en 56 países de los cinco continentes. Solo en 2014 se abrieron embajadas bielorrusas en Australia, Qatar, Mongolia, Pakistán y Ecuador, mientras que Italia abrió un Consulado General de la República de Bielorrusia en Milán. En la actualidad, los países extranjeros están representados en Minsk por 45 embajadas, 4 sucursales de embajadas, 2 misiones comerciales y 35 oficinas consulares, incluidos los cónsules honorarios. Otro dato importante es que ya se han acreditado 88 misiones extranjeras en Bielorrusia.

Su condición de encrucijada geopolítica ofrece a la República de Bielorrusia una tentadora oportunidad de aprovechar su ventajosa situación geográfica y el potencial industrial y de tránsito disponible, pero al mismo tiempo le acerca a sus fronteras conflictos, que nunca antes en su historia soberana habían estallado y se habían desarrollado de forma tan rápida e imprevisible. Por lo tanto, aunque se adhiere a enfoques uniformes para el desarrollo de las relaciones con todos los países extranjeros, Bielorrusia sigue centrando sus esfuerzos de política exterior multivectorial en una serie de áreas más importantes y prometedoras, entre las que se pueden destacar las siguientes prioridades.

I. La **Federación de Rusia**, cuya asociación estratégica está condicionada por factores geográficos, geopolíticos e históricos, la complementariedad mutua de las economías de los dos países y los estrechos vínculos de cooperación entre las empresas.

Las principales tareas económicas extranjeras en este sentido:

- 1) aumentar el volumen de las exportaciones bielorrusas;
- 2) Aprovechamiento eficaz del potencial de los vínculos directos entre las regiones de los dos países;
- 3) profundización de la cooperación;
- 4) expansión de las redes de distribución de productos básicos de Bielorrusia;
- 5) atraer inversiones.

El ámbito prioritario de la cooperación entre Bielorrusia y Rusia es la cooperación regional destinada a

- 1) Aumentar el volumen de suministro mutuo de bienes;
- 2) ampliación de la red de distribución;
- 3) Refuerzo de la cooperación productiva;
- 4) el establecimiento de plantas de montaje.

Los líderes en el comercio mutuo con Bielorrusia son los Distritos Federales del Centro, Ural, Volga, Noroeste, y entre los sujetos federales rusos - las regiones de Moscú, San Petersburgo, Tiumén, Moscú, Smolensk, Orenburg, Bryansk, Nizhny Novgorod, Kaluga y la República de Tatarstán, que representan más del "70 por ciento del volumen de comercio bielorruso-ruso"³¹ .

II. Los países de **la Comunidad de Estados Independientes y la Unión Económica Euroasiática**, con los que el proceso de integración postsoviética está tomando una forma cada vez más concreta. En **la CEI**, el potencial de interacción de la integración reside en la cooperación comercial y económica, así como en:

- 1) aplicación de las disposiciones del Tratado de Zona Franca;
- 2) La creación de una zona de libre comercio de servicios;
- 3) de la educación y la inversión;
- 4) desarrollo de la cooperación humanitaria, transfronteriza y de
- 5) reforzar la seguridad medioambiental.

Los principales socios comerciales de Bielorrusia en la CEI son Ucrania, Kazajstán, Moldavia, Turkmenistán y Azerbaiyán, "que representan más del 95% de las exportaciones bielorrusas a la región de la CEI (excluida Rusia)"³² .

La UEEA está creando ahora condiciones adicionales para el desarrollo sostenible de la economía bielorrusa a expensas de

- 1) Garantizar la libre circulación de mercancías, servicios, capitales y mano de obra;
- 2) aplicación de políticas coherentes en sectores clave de la economía;
- 3) El desarrollo de los vínculos de cooperación;
- 4) La realización de proyectos conjuntos de inversión e innovación;
- 5) cumplimiento de las reglas, normas y requisitos uniformes de competencia para los bienes y servicios;
- 6) acceso a los servicios del monopolio natural y al mercado de la contratación pública.

III. Los países de la **Unión Europea**, con los que Bielorrusia ha intensificado sus relaciones en ámbitos de interés mutuo como el comercio y la inversión, el transporte y el tránsito, la cooperación transfronteriza y regional, la facilitación de visados y la protección del medio ambiente. Los principales socios comerciales y económicos de Bielorrusia entre los países europeos son Alemania, Países Bajos, Polonia, Italia, Lituania, Reino Unido y Letonia, mientras que el Reino Unido, Chipre, Países Bajos, Austria, Polonia, Lituania y Letonia se encuentran entre los principales inversores en la economía bielorrusa.

El de Bielorrusia tiene como objetivo intensificar la cooperación con los socios europeos y desarrollar proyectos concretos destinados a

- 1) el desarrollo de una red de conexiones energéticas y de transporte;
- 2) Reforzar la seguridad energética regional;
- 3) contrarrestar las amenazas medioambientales;
- 4) mejorar la eficacia de la seguridad fronteriza y la facilitación del comercio aduanero.

Es en el vector europeo donde Bielorrusia ha promovido constantemente la idea de la integración de las integraciones, que "en el futuro puede servir de base para la armonización de los procesos de integración dentro de la Unión Europea y la Unión Económica Euroasiática, así como para la creación de un espacio económico y

humanitario común desde Vladivostok hasta Lisboa"³³ .

IV. La República Popular China, cuyas relaciones en los últimos años han alcanzado el nivel de una asociación estratégica global y se basan "en los principios de respeto mutuo, apoyo y cooperación multifacética"³⁴ , cuya estructura puede distinguirse en los siguientes ámbitos principales:

- 1) una integración profunda y mutua de las industrias y las empresas;
- 2) tecnología de la información;
- 3) la formación de centros conjuntos de investigación y formación;
- 4) desarrollo conjunto de la ciencia sectorial;
- 5) cooperación interregional directa y sistemática.

Para su aplicación con éxito, ya se están formando mecanismos para fomentar la inversión directa china en el sector energético, la producción de materiales de construcción, las infraestructuras de transporte y la producción y transformación de productos agrícolas. Y las regiones hermanadas de ambos países han elaborado una hoja de ruta para profundizar en la cooperación comercial y económica, fijando los proyectos conjuntos prioritarios, así como las áreas prometedoras para la cooperación de todos

Las regiones bielorrusas y Minsk con las provincias chinas de Heilongjiang, Jiangsu, Zhejiang, Sichuan, Gansu, Guangdong, Hubei y la capital, Pekín.

V. Los países **del Sur global**, donde en las regiones de **Asia, América Latina, Oriente Medio y África** la parte bielorrusa pretende diversificar gradualmente el comercio y profundizar en la cooperación económica para crear requisitos adicionales de crecimiento para su economía orientada a la exportación. A continuación, se estructuran las principales orientaciones para el desarrollo de las relaciones:

1) Mayor compromiso político y económico con los socios tradicionales: Argentina, Brasil, Cuba, Egipto, India, Irán, Japón, Siria, Sudáfrica, Emiratos Árabes Unidos, Venezuela y Vietnam;

2) Establecimiento de un diálogo y entrada activa en mercados con un importante potencial de cooperación mutuamente beneficiosa: Angola, Australia, Bolivia, Camboya, Colombia, Indonesia, Laos, Malasia, Mozambique, Mongolia,

Nicaragua, Nigeria, Pakistán, Perú, Qatar y Arabia Saudí. Ecuador, Etiopía.

Con **África**, el área clave para la cooperación comercial y económica de Bielorrusia es la expansión de las exportaciones bielorrusas de bienes y servicios y el desarrollo de nuevos mercados. El ámbito más prometedor para el compromiso de Bielorrusia con los países de **Oriente Medio** es la cooperación en materia de inversiones, que implica proyectos conjuntos en los sectores de la fabricación, la construcción, la agricultura, la hostelería y el comercio. Los países **asiáticos**, que tienen la mayor tasa de crecimiento del producto interior bruto del planeta, son tanto un mercado prometedor y en rápida expansión para los bienes y servicios bielorrusos como un prometedor inversor en la economía bielorrusa. Los países latinoamericanos **son** un vector de la política exterior de Bielorrusia destinado a consolidar las relaciones a largo plazo, ampliar el diálogo político, reforzar el marco jurídico y promover los intereses de las empresas bielorrusas, incluso mediante la creación de empresas conjuntas, la apertura de casas comerciales y oficinas de representación.

VI. Por último, los Estados Unidos **de América**, con los que la parte bielorrusa ve el objetivo de desarrollar un diálogo constructivo e igualitario basado en la consideración mutua de los intereses, así como ampliar la cooperación bilateral de pleno derecho en cuestiones mundiales de actualidad como la lucha contra el tráfico de personas, la lucha contra la difusión de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, la ciberdelincuencia y la pornografía infantil en Internet, la protección de las instalaciones nucleares, la no proliferación de armas de destrucción masiva.

Todas estas orientaciones de la política exterior bielorrusa presentadas anteriormente son muy elocuentes de la idea de que en las condiciones actuales de superación de la crisis mundial es necesario aumentar la cooperación internacional en todos los ámbitos. Y esto estará absolutamente en línea con la lógica del principio de la política exterior multivectorial. En este caso, la cooperación internacional debe basarse no sólo en el conocimiento, las innovaciones y las tecnologías avanzadas introducidas en la producción en masa, sino también en la formación activa de un espacio común de información y medios de interacción y asociación, en la introducción de los principios de igualdad y respeto mutuo en la conciencia de masas de millones

de personas. Al fin y al cabo, los medios de comunicación desempeñan hoy un papel importantísimo en los procesos de acercamiento de los países y los pueblos: "La promoción activa de la idea <...> de integración presupone una posición creativa igualmente activa de los medios de comunicación, su responsabilidad histórica ante la sociedad"³⁵.

Hay que suponer que la creciente responsabilidad ante sus lectores, oyentes y espectadores está señalando el camino para que los medios de comunicación modernos sigan no sólo ciertos criterios de valor, sino que también exhiban las más altas habilidades profesionales, basadas en un conocimiento competente de las características sociales, étnicas, lingüísticas, religiosas, culturales y de civilización de su audiencia. Esta es la única manera de contrarrestar las guerras de información que se observan hoy en día en la esfera de los medios de comunicación, guerras sin reglas, de las que cada vez más personas de nuestro planeta son testigos y víctimas.

FOR AUTHOR USE ONLY

Capítulo 4

Características de la diplomacia parlamentaria en el contexto de los desafíos globales

En septiembre de 2016, la República de Bielorrusia eligió su sexto parlamento. El tiempo transcurrido desde entonces ha demostrado que uno de los ámbitos más importantes de sus actividades se está convirtiendo en un aumento significativo de la llamada "diplomacia parlamentaria", que debería basarse en las tareas de "diversificación de mercados y promoción de los bienes y servicios bielorrusos"³⁶. Recordemos que el concepto de "diplomacia parlamentaria" se refiere a la totalidad de las acciones activas del parlamento, de los grupos que lo componen o de los parlamentarios a título individual para alcanzar los objetivos de la política exterior en formatos de diálogo, así como a los diversos aspectos de las actividades internacionales de los parlamentarios relacionadas tanto con el cumplimiento de las obligaciones internacionales del Estado como con la promoción de sus diversas iniciativas de política exterior y de economía exterior.

Se considera que los formatos de diálogo que los representantes elegidos por los pueblos están llamados a construir en el ámbito internacional pueden facilitar la búsqueda de estrategias eficaces para resolver los problemas y contradicciones globales y regionales. Y si recordamos que el entorno internacional actual se caracteriza por una alta y continua volatilidad y una creciente incertidumbre debido a las transformaciones globales en curso y al impacto negativo de los retos y amenazas tradicionales y nuevos, es fácil entender por qué hoy en día "la tendencia hacia una mayor actividad multifuncional de los parlamentos en las relaciones internacionales es de naturaleza universal". Se extiende a prácticamente todos los Estados del mundo y a las estructuras interparlamentarias que han creado"³⁷.

Al evaluar el estado actual de desarrollo de la diplomacia parlamentaria, debe entenderse también que ahora está volviendo cada vez más al interés nacional y empezando a abordar cuestiones serias de política exterior y económica. Y esto es bastante comprensible, ya que "el retorno a los intereses nacionales y a los enfoques

pragmáticos es, en muchos sentidos, no sólo una reacción a las crisis externas, sino también un paso lógico en el replanteamiento de la metodología de aplicación <...> de los objetivos en la política global"³⁸ . A su vez, la intensificación de la actividad parlamentaria en el ámbito internacional es un punto de crecimiento importante en el desarrollo de la propia institución del parlamentarismo y el establecimiento del parlamento nacional como uno de los centros de desarrollo de la estrategia de política exterior, ya que "el aumento del impacto de la diplomacia parlamentaria a nivel mundial se puede observar en el aumento de los poderes, el alcance geográfico de la actividad y la gama de temas abordados"³⁹ .

En otras palabras, la diplomacia parlamentaria es una herramienta para mejorar los métodos de debate y crear un entorno propicio para la cooperación internacional, tanto bilateral como multilateral. Es importante que los parlamentarios, en la actual realidad política y económica mundial, se integren orgánicamente en el sistema de aplicación de la política exterior y en la toma de decisiones efectivas, apoyándose en un componente analítico reforzado de su trabajo, ya que es un análisis profundo de la situación en los países extranjeros lo que puede hacer efectiva su búsqueda de posibles formas de influir en la sociedad civil para abordar los problemas de compromiso existentes.

También es relevante en este contexto el tema de la mejora del apoyo informativo a las actividades de política exterior del parlamento nacional con el fin de dar forma intencionada no sólo a su imagen internacional, sino también a la del país en su conjunto. Tanto más cuanto que "un problema importante en el ámbito de la información es el excesivo acceso cerrado a la información, el excesivo nivel de secretismo, los materiales presentados a la prensa podrían haberse ampliado mucho especificando las áreas de actividad y la lista de algunas iniciativas propuestas"⁴⁰ .

Las principales formas de actividad de los parlamentos nacionales en materia de política exterior son hoy en día varias. En primer lugar, el fortalecimiento institucional de la cooperación internacional mediante la creación de un marco jurídico y de tratados, la mejora del derecho internacional y la adopción de declaraciones, llamamientos y resoluciones sobre cuestiones de política exterior. En segundo lugar, el fortalecimiento

de la seguridad internacional mediante la participación de los parlamentarios en conferencias internacionales, simposios, debates, mesas redondas, misiones de mantenimiento de la paz y observación de elecciones en otros países. En tercer lugar, desarrollar la cooperación interparlamentaria a través de reuniones internacionales de parlamentarios, contactos personales con homólogos extranjeros y representantes de organismos gubernamentales y no gubernamentales.

organizaciones no gubernamentales.

En lo que respecta al parlamento bielorruso, la cooperación interparlamentaria ocupa un lugar especial en su sistema de actividades de política exterior, ya que "esta forma contiene el máximo potencial para llevar a cabo su propia política internacional activa, así como para ayudar a la diplomacia oficial en la aplicación de las iniciativas de política exterior"⁴¹. Entre las prioridades de la diplomacia parlamentaria bielorrusa se encuentran las cuestiones relativas a la lucha contra la crisis, así como la promoción de la cooperación comercial, económica e industrial y los vínculos internacionales entre las regiones bielorrusas en todos los ámbitos. Veremos cómo se aplica esta cooperación en la práctica, utilizando el ejemplo de la asociación entre el parlamento bielorruso y sus homólogos de **Kazajistán, Pakistán y Malasia**.

En marzo de 2017, una delegación parlamentaria **de Kazajistán, encabezada por** el presidente del Majilis del Parlamento, N. Nigmatulin, visitó Bielorrusia. La visita puso de manifiesto el deseo mutuo y más entusiasta de Minsk y Astana de ampliar el conjunto de herramientas de la interacción entre Bielorrusia y Kazajistán a través de una forma de diálogo bilateral tan eficaz como la diplomacia parlamentaria. Por lo tanto, durante las numerosas reuniones de los parlamentarios kazajos en suelo bielorruso se discutió no sólo la cooperación interparlamentaria, sino también la interacción en la esfera comercial y económica, la mejora del marco legal y el funcionamiento de las instalaciones de la asamblea conjunta en Kazajistán.

El compromiso de la diplomacia parlamentaria para abordar una serie de cuestiones en la asociación entre Bielorrusia y Kazajistán es muy oportuno, aunque sólo sea por la razón de que hoy en día las partes "necesitan hacer esfuerzos para

superar el declive de la cooperación comercial y económica, tanto a nivel bilateral como en el marco de la Unión Económica Euroasiática⁴². De hecho, en 2014, el volumen de negocios entre Bielorrusia y Kazajistán alcanzó un récord de casi mil millones de dólares. Sin embargo, en 2016, el volumen de comercio mutuo disminuyó más del doble, ascendiendo a 419,1 millones de dólares. Aunque la balanza comercial en este caso fue positiva para Bielorrusia debido a los suministros de tractores y cabezas tractoras bielorrusos, leche y productos lácteos, máquinas y mecanismos para la cosecha y la trilla de cultivos, camiones y muebles a Kazajistán, la tarea prioritaria para los parlamentarios de los dos países en la actualidad es "garantizar un apoyo legislativo eficaz a todas las decisiones y acuerdos de los jefes de Estado". <...> Otra tarea importante es trabajar para aumentar el volumen de negocio⁴³.

Cabe señalar que el principal documento sobre el desarrollo práctico de las relaciones bilaterales entre Bielorrusia y Kazajistán en la actualidad es el plan de acción intergubernamental para 2017-2018, que abarca todos los ámbitos de interacción, incluidos el comercial y el económico, el científico y el técnico, el cultural y el humanitario, y las cuestiones regionales. De acuerdo con este documento, las partes se han fijado el objetivo de restablecer el nivel de facturación comercial en 2014 e incluso superarlo en un futuro muy próximo. Y se están dando ciertos pasos en esta dirección.

Ya se ha organizado en Kazajistán el montaje de equipos de cantera y minería de la Fábrica de Automóviles de Bielorrusia, así como de tractores bielorrusos, cosechadoras de grano y forraje, elevadores de carga y de pasajeros, y equipos de extinción de incendios. En total, hay actualmente "ocho fábricas conjuntas de ensamblaje de maquinaria y equipos bielorrusos en Bielorrusia". Las partes están trabajando en la puesta en marcha de otras seis fábricas de montaje⁴⁴. En particular, la Planta de Equipos de Mecanización Pequeña de Pinsk y Dorelektromash LLC tienen previsto participar en la producción. Además, la cooperación en el sector industrial se ampliará muy pronto mediante la creación del Parque Industrial y Tecnológico Bielorruso-Kazajo en Kokshetau. Y a principios de 2017, la planta de Astana Motors en Almaty comenzó a producir camiones bajo la marca Minsk Automobile Plant. Es importante que "el proyecto de MAZ en Kazajistán no sólo contemple el montaje de

camiones a gran escala. Actualmente, la proporción de componentes locales es del 30%. A finales de este año esta cifra de localización de la producción aumentará hasta el 50%"⁴⁵.

Todos estos hechos sugieren que las partes han creado una cierta base para el desarrollo y la adopción del Programa de Cooperación Social y Económica entre Bielorrusia y Kazajistán hasta 2026, que se espera que se firme en 2017. Este documento, que será facilitado por los parlamentarios de los dos países, podrá continuar y desarrollar tanto los proyectos ya lanzados de creación de un parque industrial y tecnológico de maquinaria agrícola y municipal, de montaje conjunto de volquetes municipales a partir de la Fábrica de Automóviles de Minsk y de las cosechadoras Lidagroprommash, como los que aún se están desarrollando. En particular, este programa podría abrir "buenas perspectivas de cooperación en materia de aviones no tripulados, cooperación en la industria espacial"⁴⁶, así como la participación de la parte bielorrusa en la aplicación de la iniciativa a gran escala del líder kazajo Nursultan Nazarbayev para la tercera modernización del país. Cabe recordar que a finales de enero de 2017, el jefe de Kazajistán expuso cinco prioridades principales para reformar la economía de Kazajistán, cuya aplicación garantizará su crecimiento por encima de la media mundial y su avance sostenible hacia los 30 primeros países avanzados. "La primera prioridad es la modernización tecnológica acelerada"⁴⁷, en cuyo marco se creará el programa Kazajistán Digital, en el que se podrán utilizar los desarrollos de los especialistas bielorrusos con la introducción generalizada de elementos de la cuarta revolución industrial como la automatización, la robótica o la inteligencia artificial.

Pakistán es uno de los países asiáticos con los que la República de Bielorrusia ha desarrollado sus relaciones con especial intensidad en los últimos años. Las dos visitas del líder bielorruso a Pakistán en 2015 y 2016 y las visitas de intercambio de los primeros ministros Sharif y Kabiakoŭ en agosto y noviembre de 2015 demostraron que ha llegado el momento de introducir cambios fundamentales en las relaciones bilaterales entre Bielorrusia y Pakistán. La hoja de ruta para la cooperación a corto y medio plazo entre Bielorrusia y Pakistán "establece el objetivo de aumentar el

comercio mutuo hasta 1.000 millones de dólares para 2020. .⁴⁸

En 2017, las partes llegaron al entendimiento de que "la interacción regular entre los parlamentarios es necesaria para profundizar en la cooperación". Son los parlamentos los que sirven de importantes puentes para establecer contactos entre los pueblos, profundizar en el entendimiento mutuo y desarrollar una cooperación mutuamente beneficiosa"⁴⁹ . Por ello, en abril de 2017, la Cámara de Representantes de la Asamblea Nacional de Bielorrusia y la Asamblea Nacional del Parlamento de Pakistán firmaron una declaración conjunta y un Memorando de Entendimiento, en los que se afirma que "no se puede desarrollar una interacción plena sin establecer y mejorar un diálogo interparlamentario eficaz"⁵⁰ .

Cabe señalar que el potencial de expansión del actual compromiso entre Bielorrusia y Pakistán se basa en la constatación de que la economía de este país asiático está creciendo y ofrece grandes oportunidades de inversión en la agricultura, la agroindustria, los productos farmacéuticos, la industria ligera, la ingeniería mecánica y la industria del petróleo y el gas. Y en varios de estos ámbitos se han dado recientemente pasos concretos en términos de cooperación efectiva con la parte bielorrusa. Por ejemplo, a finales de marzo de 2017, la parte paquistaní anunció su intención de poner en marcha un proyecto de inversión para abrir una planta de ensamblaje de tractores bielorrusos en la provincia de Punjab, que ya son muy conocidos aquí.

Cabe recordar que Minsk Tractor Works comenzó a suministrar su maquinaria a Pakistán en 1955. Desde entonces, ha exportado más de 130.000 máquinas a ese país. En 2015, la planta de Orient Tractor en Pakistán abrió una instalación de montaje para la producción de máquinas bielorrusas: unos cuatro mil tractores anuales. Pero "a día de hoy, el parque de tractores de Pakistán se estima en 700.000 máquinas. La demanda anual del mercado es de 85-90 mil tractores"⁵¹ . Por eso hay razones para creer que el nuevo proyecto de ensamblaje de maquinaria agrícola bielorrusa aportará beneficios reales a sus participantes. Tanto más cuanto que la parte bielorrusa ha ofrecido a sus socios pakistaníes no sólo el ensamblaje de tractores, sino también el suministro de maquinaria y tecnologías agrícolas a los agricultores locales. Y en el futuro la empresa

conjunta en el estado de Punjab montará no sólo maquinaria agrícola sino también municipal.

El tema del desarrollo de la cooperación bilateral en el complejo agroindustrial ha recibido recientemente un fuerte impulso en el primer foro agrícola conjunto bielorruso-pakistaní celebrado en abril de 2017 en Pakistán, al que asistió una delegación representativa encabezada por el presidente de la Cámara de Representantes de la Asamblea Nacional de Bielorrusia, V. Andreichenko. En este acontecimiento histórico, la parte bielorrusa expresó las principales prioridades de la cooperación bilateral en el sector agroindustrial, entre las que se encuentran "el aumento del volumen de negocios mutuo, el establecimiento de instalaciones conjuntas de procesamiento, la puesta en común de logros avanzados en ciencia agraria y la organización de formación conjunta"⁵².

Por ejemplo, productores bielorrusos como Polotsk Dairy Factory OJSC, Vitebsk Broiler Poultry Factory OJSC, Orsha Meat Canning Factory OJSC podrán intensificar sus operaciones de exportación en el mercado pakistaní, CJSC Meat and Dairy Company, Biokom LLC, OJSC Agrokombinat Dzerzhinsky, OJSC Lidselmash, OJSC Gomselmash que demostraron su producción y potencial tecnológico en el primer foro agrícola conjunto. En cuanto a las nuevas producciones conjuntas se habla de "creación de empresas de procesamiento de carne de ave, construcción de invernaderos, complejos de secado de granos"⁵³, porque las partes ya tienen buenas prácticas en el diseño y equipamiento de naves ganaderas, almacenes de frutas y verduras y complejos de invernaderos. En cuanto al intercambio de logros avanzados en el campo de la ciencia agrícola, el Memorando de Entendimiento y Cooperación entre la Universidad Técnica Agraria Estatal de Bielorrusia y la Universidad Agraria de Faisalabad, firmado en abril de 2017, debería proporcionar oportunidades adicionales.

Malasia es un estado del sudeste asiático que la República de Bielorrusia considera un socio importante y prometedor en la región, y cuyo potencial de cooperación está aún por explotar. En 2015, el país ocupó el puesto 25 en cuanto al valor de las exportaciones bielorrusas entre todos los socios comerciales de Bielorrusia.

Los suministros mutuos ascendían entonces a casi 160 millones de dólares, con un excedente de 65,1 millones para la parte bielorrusa. En 2016, la tendencia prácticamente se mantuvo: las exportaciones bielorrusas a Malasia superaron los 85 millones de dólares en diez meses, con un superávit de cuarenta millones de dólares. Sin embargo, los fertilizantes potásicos representaron la mayor parte de los suministros bielorrusos, lo cual es comprensible, ya que Malasia es uno de los mayores consumidores de cloruro potásico del sudeste asiático. En el mismo año 2015, se importaron aquí 406,9 mil toneladas de estos fertilizantes por valor de 109,5 millones de dólares, y en 2016 - 546,2 mil toneladas por valor de 104,6 millones de dólares. Estos hechos demuestran por sí solos que hay espacio para que las partes avancen en términos de cooperación comercial y económica, para diversificar los suministros mutuos. Pero para ello es necesario determinar los mecanismos más eficaces de cooperación bilateral.

Minsk tiene su propia opinión al respecto, que, sin embargo, es compartida por Kuala Lumpur: "La cooperación interparlamentaria debería convertirse en una de las piedras angulares de los cimientos de las relaciones entre Bielorrusia y Malasia"⁵⁴. Y, según parece, las partes ya están dando pasos concretos hacia el objetivo. Ya en febrero de 2013, se creó en la Asamblea Nacional de la República de Bielorrusia un grupo de trabajo sobre la cooperación con el Parlamento de Malasia. Como paso recíproco, en abril de 2014 se constituyó en el Parlamento de Malasia el Grupo Parlamentario de Amistad Malayo-Belarus, cuyos representantes, encabezados por el vicepresidente de la Cámara de Representantes, R. Kiandi, llegaron a Minsk en agosto de ese mismo año, donde formularon con sus colegas bielorrusos una de las tareas más importantes de la asociación bielorrusa-malaya: "Los dos países necesitan crear y desarrollar el marco jurídico de la cooperación"⁵⁵.

Inmediatamente se comenzó a trabajar en una serie de proyectos de acuerdos bilaterales: sobre cooperación económica, científica, tecnológica y cultural; sobre la promoción y protección mutua de las inversiones; sobre la cooperación en la lucha contra la delincuencia; sobre la supresión mutua de visados; sobre la cooperación en el ámbito jurídico; sobre la cooperación militar y técnica; sobre la cooperación entre la

Cámara de Comercio e Industria de Bielorrusia y la Cámara Nacional de Comercio e Industria de Malasia; sobre la cooperación entre la rama de Minsk de la Cámara de Comercio e Industria de Bielorrusia y la Cámara de Comercio Internacional de Malasia. Por último, en 2016, las partes firmaron un Memorando de Cooperación Interparlamentaria, en el que se señalaba que "Bielorrusia y Malasia tienen la base necesaria para profundizar en el diálogo político, desarrollar las relaciones comerciales y económicas, la cooperación en cultura, ciencia, educación y sanidad"⁵⁶, que existe un enorme potencial de cooperación no realizado y que hay muchos puntos de contacto.

La visita a Minsk en diciembre de 2016 del presidente de la Cámara de Representantes del Parlamento de Malasia, P.A. Mulia, demostró la amplitud del abanico temático en el que los parlamentarios de los dos países participarán en la cooperación bielorrusa-malaya en un futuro próximo: industria, turismo, educación, alta tecnología, complejo militar-industrial, establecimiento de empresas conjuntas, construcción de lazos interregionales y científicos y técnicos. En particular, en lo que respecta a la cooperación científica y tecnológica, aquí "los proyectos en el campo de la biotecnología, la microbiología, la óptica láser, los nuevos materiales podrían llevarse a cabo como start-ups"⁵⁷. Ya se están elaborando varios acuerdos entre las instituciones de enseñanza superior de ambos países sobre cuestiones relacionadas con la formación de especialistas, tanto a nivel universitario como de personal científico altamente cualificado, ya que "una mayor interacción en la formación de personal ayudaría a desarrollar las relaciones políticas, comerciales y económicas"⁵⁸.

El mercado malasio parece ofrecer interesantes oportunidades a varios exportadores bielorrusos, que hasta ahora han suministrado neumáticos, equipos de medición, ferretería y productos alimenticios en pequeñas cantidades, además de fertilizantes potásicos. En 2016, se realizaron envíos de prueba de fertilizantes minerales mixtos por parte de Gomel Chemicals OJSC y de malta por parte de Belsolod OJSC a ese país. Debido al intenso desarrollo de la agricultura en Malasia, hay perspectivas de reanudar la exportación de maquinaria agrícola bielorrusa. Las primeras entregas de maquinaria de Minsk Tractor Works a Malasia se realizaron en 1968, pero posteriormente las entregas se hicieron a través de Singapur. En la

actualidad, "la capacidad del mercado de maquinaria agrícola de Malasia se estima en 70-80 millones de dólares al año. El parque de tractores y otra maquinaria agrícola cuenta con unas 43 mil unidades. Los principales usuarios de esta maquinaria son los agricultores de las plantaciones"⁵⁹ . Así pues, los tractores bielorrusos pueden ser demandados aquí en cantidades considerables.

La parte malaya también expresó su interés en empresas bielorrusas como la Fábrica de Automóviles de Zhodino y la Fábrica de Reparación de Aviones 558 de Baranovichi. Los volquetes bielorrusos pueden ser demandados en este país asiático por la razón de que "Malasia tiene grandes reservas de minerales. Son el mineral de hierro, el carbón y los metales no ferrosos. El país es uno de los mayores productores de estaño del mundo. <...> ahora estamos entrando en la fase de recuperación del sector"⁶⁰ . En cuanto a la empresa de Baranovichi, ya ha participado en contratos puntuales con clientes malayos. Pero hoy en día Malasia está considerando las oportunidades de ampliar la cooperación con Bielorrusia en el ámbito de los equipos de aviación, por lo que estamos hablando de la ampliación de la cooperación de la parte bielorrusa "con el Ministerio de Defensa de Malasia para reparar y actualizar los aviones del tipo MiG-29"⁶¹ .

Al parecer, el compromiso bielorruso-malayo en el ámbito del equipamiento militar puede ampliarse significativamente en un futuro próximo. Al menos, en marzo de 2017, la parte bielorrusa dio pasos importantes en esta dirección al demostrar sus últimas tecnologías de defensa en la 14ª Exposición Internacional de Maquinaria Aeroespacial y Naval YMA-2017, que se celebró en Malasia en la isla de Langkawi. Cabe destacar que el foro es una de las mayores ferias de equipamiento militar de la región Asia-Pacífico, que se celebra cada dos años desde hace 26 bajo el patrocinio del Ministerio de Defensa de Malasia. En esta ocasión asistieron unas 350 empresas de 36 países y unos 400 mil visitantes. La participación de Bielorrusia en el evento es comprensible, ya que "las anteriores exposiciones de LIMA han demostrado ser una excelente plataforma para mostrar y promover los últimos equipos y tecnologías aeroespaciales y navales en el mercado malayo y en toda la región de Asia-Pacífico"⁶²

Por ello, en el stand conjunto del Comité Estatal de la Industria de Defensa se presentaron las últimas tecnologías de defensa y las capacidades del sector de la defensa de la economía bielorrusa en el desarrollo y la producción de equipos robóticos, componentes de aviación, equipos modernos de radiolocalización, estaciones y complejos de supresión de radiocomunicaciones, productos ópticos y optoelectrónicos, dispositivos de visualización de información capaces de funcionar en condiciones operativas difíciles y una profunda modernización de los complejos de misiles antiaéreos de defensa aérea. La Fábrica de Reparación de Aeronaves 558 también mostró su exposición independiente en la feria, en la que se exhibió una amplia gama de vehículos aéreos no tripulados: los vehículos aéreos no tripulados tácticos Berkut-1(2), Kondor-1(2), Moskit y los cuadricópteros de despegue y aterrizaje vertical Shershin, Satellite UAV y más de 20 artículos de componentes de aviación fabricados en la empresa Baranovichi.

Existen ciertas perspectivas de cooperación entre las regiones de Bielorrusia y Malasia. Por parte de Bielorrusia, se trata, en primer lugar, de la región de Minsk, donde se encuentra Belaruskali, un importante exportador a Malasia. Curiosamente, "la cuota de los fertilizantes potásicos bielorrusos entre todos los productos similares en el mercado malayo alcanza el 25%"⁶³. Pero las autoridades regionales esperan que los suministros de exportación al mercado malayo no se limiten a los fertilizantes de potasa. Su gama puede ampliarse para incluir equipos agrícolas y camiones, así como productos alimentarios. Por parte de Malasia, el estado de Sabah participará en esta cooperación interregional. Si la experiencia de cooperación con Sabah resulta positiva, la región de Minsk no descarta el desarrollo de vínculos estrechos con otras regiones de Malasia.

Cabe señalar que los esfuerzos intensos para ampliar el compromiso entre Bielorrusia y Malasia, que se basa en la cooperación interparlamentaria, han dado resultados tangibles en los últimos años. En concreto, "la tasa de crecimiento de las exportaciones bielorrusas a Malasia en enero de 2017 en comparación con el mismo periodo del año anterior fue del 172,4% y el volumen de exportación fue de 13,8 millones de dólares"⁶⁴. Un instrumento importante y eficaz para ampliar la asociación

mutuamente beneficiosa, como la Comisión intergubernamental Bielorrusia-Malasia para la cooperación comercial y económica, está ahora en la agenda para el desarrollo de las relaciones bilaterales entre Bielorrusia y Malasia. Hay que creer que su aparición en 2017 podría convertirse en un factor de intensificación de las relaciones entre ambos países, que cumplieron 25 años en marzo de 2017. Según Minsk y Kuala Lumpur, a lo largo de un cuarto de siglo, ambas partes han sido testigos de un aumento del volumen de negocios comerciales mutuos y del desarrollo de los lazos políticos y culturales. Un mayor desarrollo de este diálogo constructivo sólo "influirá positivamente en la realización del rico potencial existente en la cooperación bielorrusa-malaya"⁶⁵ .

Como podemos ver en los ejemplos citados de interacción entre el parlamento bielorruso y sus colegas kazajos, pakistanés y malayos, "el componente parlamentario en el diálogo internacional es un elemento importante de interacción en muchos temas"⁶⁶ . Los diputados pretenden aprovechar las oportunidades de la diplomacia parlamentaria para promover los lazos comerciales y económicos, la cooperación industrial y la realización de proyectos de inversión prometedores. Bielorrusia considera que el recurso de la diplomacia parlamentaria seguirá desarrollándose en su uso más activo en la preparación y aplicación de hojas de ruta y documentos políticos firmados con países extranjeros. Sobre todo porque "los diputados, en virtud de su estatus, pueden plantear temas muy delicados, y los contactos parlamentarios resultan a menudo una vía alternativa eficaz para "dilatar" los cuellos de botella en las relaciones interestatales"⁶⁷ .

Recordamos que la Asamblea Nacional de la República de Belarús de la sexta convocatoria formó 70 grupos de trabajo para la cooperación con los parlamentos de los estados extranjeros, dos comisiones interparlamentarias para la cooperación con la Asamblea Nacional de Armenia y la Rada Suprema de Ucrania, así como 13 delegaciones para el trabajo con las organizaciones internacionales, incluyendo la Asamblea Parlamentaria de la Unión Belarús-Rusia, la Asamblea Interparlamentaria de la CEI, la Asamblea Parlamentaria de la Comunidad de Estados Independientes, la Asamblea Nacional de Ucrania.

Además, el papel del parlamento bielorruso también está aumentando

significativamente a la hora de abordar cuestiones de gran envergadura como la atracción de importantes volúmenes de inversión y tecnología occidentales para modernizar la economía bielorrusa, lo que no puede hacerse sin mejorar el clima de inversión en el país y seguir mejorando la legislación en este ámbito. Por ello, "el intercambio interparlamentario de experiencias con los colegas europeos sobre la optimización del régimen jurídico de protección y promoción de las inversiones y la protección de la propiedad intelectual adquiere especial relevancia"⁶⁸ . Por ello, la diplomacia parlamentaria en su conjunto, trabajando para reforzar la autoridad y la imagen de Bielorrusia, para aumentar su atractivo inversor, no sólo contribuye a la ampliación de todo el espectro de la cooperación internacional, sino que se convierte en un elemento muy importante de todo el sistema de aplicación de la política exterior bielorrusa.

FOR AUTHOR USE ONLY

Capítulo 5

Periodismo internacional, exportaciones bielorrusas e innovación en los medios de comunicación

Las tendencias modernas de desarrollo en la mayoría de los países del mundo demuestran objetivamente que la calidad de la educación superior tiene hoy en día una importancia crucial para el éxito del desarrollo de cualquier Estado, ya que "las tecnologías cambiantes basadas en el más alto nivel de recursos intelectuales, y la correspondiente competencia geopolítica de los países líderes por dichos recursos se convierte en el factor más importante que determina no sólo la economía, sino también la política del nuevo siglo"⁶⁹. La etapa postindustrial del desarrollo de la civilización, característica de nuestro tiempo, se caracteriza por la necesidad de formar un nuevo tipo de intelecto, de pensamiento, de actitud ante las realidades industriales, técnicas, sociales e informativas que cambian rápidamente. Este enfoque se define como tecnocrático, ya que cambia el significado y la naturaleza de la educación superior, centrando su contenido y sus métodos en la formación de la capacidad racional de los estudiantes para manejar grandes cantidades de información, dominar la tecnología informática y pensar de forma profesional y pragmática. Su valor fundamental es la orientación hacia la profesionalidad y la organización del aprendizaje en relación con las exigencias del mercado y el orden social de la sociedad moderna.

La necesidad de este enfoque es especialmente relevante para la formación de especialistas en el complejo de la información y los medios de comunicación en Bielorrusia, que "debe dominar una nueva e innovadora calidad de comunicación con la audiencia para que el pueblo bielorruso y el Estado puedan superar los retos del siglo XXI"⁷⁰. En este sentido, los profesionales de los medios de comunicación se enfrentan a las nuevas exigencias de los tiempos, en los que "la sociedad necesita periodistas que no se limiten a hablar y escribir sobre lo que ven y cómo entienden lo que ven, sino periodistas, analistas que sean capaces no sólo de identificar e informar, sino de analizar de forma profunda y competente un acontecimiento, presentar y evaluar eficazmente el resultado"⁷¹.

La expansión de los lazos políticos, económicos y culturales de nuestro país, la

intensificación de la cooperación internacional en prácticamente todos los ámbitos de actividad del Estado bielorruso y el curso previsto para la inclusión más temprana del periodismo nacional en el contexto informativo mundial dictan la necesidad de un papel cada vez mayor de los medios de comunicación nacionales en los proyectos y programas internacionales. Sin embargo, para cubrir eficazmente estos temas en la prensa escrita y digital, la radio y la televisión, "los empleados de los medios de comunicación no sólo deben tener una idea general sobre el papel y el lugar de los distintos Estados en la política mundial, sino también ser competentes en las particularidades de sus estrategias de política exterior y la interacción entre ellos"⁷². En otras palabras, estamos hablando de la necesidad de aumentar significativamente el nivel de preparación de los especialistas del segmento internacional de los medios de comunicación nacionales - periodistas internacionales - en la República de Bielorrusia. Recordemos que el primer ingreso de estudiantes de la especialización en periodismo internacional tuvo lugar en la Universidad Estatal de Bielorrusia en 1998.

⁷³Hoy en día, la formación profesional de los periodistas internacionales bielorrusos tiene "una marcada especificidad condicionada por las principales tendencias del desarrollo del mundo moderno, como la imposición de la ideología del globalismo, diseñada para sustituir o distorsionar los valores espirituales y morales tradicionales de los pueblos, el resurgimiento de la doctrina del mundo unipolar y el retorno al derecho de los fuertes a dictar su voluntad a todos y a interferir en los asuntos internos de los estados soberanos, cuando la crisis financiera y económica internacional es sustituida por una nueva en su urgencia

Tradicionalmente, el periodismo internacional se define como una rama del periodismo que estudia los aspectos internacionales de los periodistas y los medios de comunicación, las organizaciones internacionales y regionales que desarrollan estándares, normas legales y éticas de recogida, creación, procesamiento, almacenamiento y difusión de la información a través de los canales de comunicación de masas. En la República de Bielorrusia, "hay muchas razones para considerar el periodismo internacional nacional como un campo de la ciencia filológica, cuyo objeto es el papel de los medios de comunicación bielorrusos en el espacio informativo

internacional, las formas y los métodos de la actividad periodística relacionados con el reflejo en los medios de comunicación del estado de las relaciones entre los estados y las naciones, la aplicación de la política exterior, las actividades económicas y otros aspectos de las relaciones internacionales de la República de Bielorrusia"⁷⁴.

La formación universitaria hace hincapié en el estudio y el dominio de cuatro niveles informativos y analíticos de temas internacionales por parte de los futuros periodistas internacionales:

1) **Global-inter-estatal**, incluyendo el análisis de la actualidad mundial e inter-regional;

2) **nacional-país**, que abarca la aplicación de la política exterior estatal multivectorial del Estado bielorruso, sus relaciones comerciales y económicas bilaterales y multilaterales, científicas y técnicas, de producción y cooperación, culturales y sociales con otros países y organizaciones internacionales;

3) **La sectorial**, que refleja los temas de cooperación internacional de los ministerios, departamentos, empresas y entidades económicas individuales de Bielorrusia;

4) **regional-territorial**, que abarca la cooperación internacional de las regiones bielorrusas - ciudades, distritos, regiones - con socios extranjeros.

Para mejorar la formación teórica y práctica de los futuros periodistas internacionales, el Departamento de Periodismo y Literatura Extranjera del Instituto de Periodismo de la BSU ha desarrollado en los últimos años una serie de nuevas disciplinas académicas, cursos especiales y cursos sobre el perfil. Entre ellas se encuentra la disciplina de especialización en la "Industria publicitaria mundial", introducida para los estudiantes de tercer año de la especialización de "Periodismo internacional" en el otoño de 2010.

La aparición de esta disciplina en los planes de estudio de la formación especializada para el segmento internacional del periodismo bielorruso vino dictada por el hecho de que "la apertura de la República de Bielorrusia y su participación en las relaciones económicas mundiales determinan en gran medida la dependencia de la economía del país de la situación y las tendencias de los mercados extranjeros <...> En

este sentido, las prioridades de desarrollo más importantes deben ser el aumento de la eficiencia del comercio exterior y la garantía de un equilibrio de las relaciones económicas exteriores"⁷⁵. En ese sentido, "las direcciones principales de la actividad económica exterior deben ser la expansión de la exportación, la racionalización del volumen y la estructura de la importación, la profundización de la interacción con el mercado mundial, la aplicación de una política de comercio exterior eficiente, interconectada con la política macroeconómica e industrial, que garantice el desarrollo dinámico del complejo económico exterior del país y la protección de los intereses del mercado nacional de la influencia desfavorable de la coyuntura mundial"⁷⁶. Por ello, el gobierno bielorruso ha nombrado los siguientes objetivos estratégicos del actual plan quinquenal:

- 1) Aumentar las exportaciones de bienes y servicios, mejorar su eficiencia y aumentar la rentabilidad de las exportaciones;
- 2) alcanzar un superávit en el comercio exterior;
- 3) Mejorar el sistema de apoyo jurídico e **informativo** a la actividad económica exterior.

Para hacer frente a estos retos, Bielorrusia modernizará su actual industria manufacturera orientada a la exportación e introducirá nuevos productos y servicios orientados a la exportación, así como aumentará la proporción de servicios en sus exportaciones totales. Sin embargo, el fortalecimiento de las posiciones competitivas de los productores-exportadores bielorrusos tradicionales en los mercados mundiales no será posible sin la aplicación de nuevas tecnologías y la utilización activa de nuevas formas de comercio, es decir, la creación de empresas comerciales bielorrusas en el extranjero, grupos financieros e industriales con socios extranjeros, la exportación de tecnologías, la apertura de fábricas de ensamblaje con el establecimiento simultáneo de redes de centros técnicos y oficinas de representación en los países de la CEI y de fuera de la CEI, así como sin el desarrollo de la exportación de servicios relacionados con el mantenimiento de las infraestructuras. Por lo tanto, en la esfera de la información se debe prestar y "se prestará especial atención a la mejora constante de la calidad, el volumen y la competitividad de los contenidos nacionales, que están destinados a

ocupar una posición dominante dentro del país, y a su promoción en el espacio informativo exterior. <...> Una tarea importante para ello es ampliar los canales y mejorar la calidad de la información para el público extranjero⁷⁷. Se considera que los representantes del segmento internacional del periodismo nacional, entre cuyos intereses profesionales debería figurar la "comprensión oportuna de los procesos que tienen lugar en el desarrollo de las exportaciones bielorrusas", podrían desempeñar un papel competente en lo que respecta a la publicidad y el apoyo de los medios de comunicación a las exportaciones bielorrusas en los mercados de información extranjeros⁷⁸.

En la estructura de la economía bielorrusa, la exportación representa tradicionalmente más de la mitad del producto interior bruto, lo que la convierte en una de las principales fuentes para garantizar un crecimiento económico sostenible en nuestro país. Pero dada la creciente competencia en el mundo, es "vital para nosotros encontrar nuevos socios y utilizar diversas formas de interacción en todos los continentes". <...> Por lo tanto, como cualquier vendedor sensato, es importante para nosotros tener el mayor número posible de socios comerciales. No podemos permitirnos depender de uno o cinco compradores como antes⁷⁹. Y las cifras muestran que las exportaciones bielorrusas se han transformado seriamente en los últimos años. Basta decir que en 2009 se suministraron productos bielorrusos a 141 países. Además, la diversificación de las exportaciones se lleva a cabo hoy en día siguiendo dos vectores: el geográfico y el de productos. En 2010, la geografía de las exportaciones bielorrusas se amplió con 24 nuevos países que no se abastecían antes de productos bielorrusos: Barbados, Burkina Faso, Gabón, Haití, Gibraltar, Honduras, Yibuti, Cabo Camboya, Chad, Costa Rica, El Salvador, Fiyi, Guayana Francesa, Jamaica, Liberia, Malta, Martinica, Montenegro, Níger, Papúa Nueva Guinea, Paraguay, República Centroafricana y Uruguay⁸⁰. La lista de productos bielorrusos exportados supera ya los mil artículos.

La ampliación de la geografía y la nomenclatura de los suministros de productos bielorrusos se lleva a cabo, por regla general, en el marco de los programas de desarrollo de las exportaciones sectoriales y regionales, tanto a los mercados

tradicionales de la CEI y de Europa como a los nuevos mercados de Asia, África, Australia y Oceanía. Pero, ¿cuánto saben los lectores de la prensa regional y sectorial bielorrusa sobre la esencia de estos programas? El seguimiento de estos medios por parte de los estudiantes de periodismo internacional da una respuesta inequívoca a esta pregunta: prácticamente nada. Los medios de comunicación nacionales tampoco analizan los mecanismos de promoción y consolidación de los productos bielorrusos en los mercados prometedores, como la creación de una red de distribución, de instalaciones de montaje de productos técnicos complejos bielorrusos y de redes de servicio y apoyo a la garantía. Solo en 2010 se crearon 253 nuevas entidades de la red de distribución y 49 fábricas de montaje fuera de Bielorrusia. En la actualidad, las empresas del Ministerio de Industria nacional cuentan con 87 fábricas de montaje en el extranjero, donde se ensamblan conjuntos de ingeniería, unidades y piezas de aparatos agrícolas, de automoción, de ascensores y domésticos bielorrusos. Estos hechos demuestran que Bielorrusia ha establecido un sistema nacional de apoyo financiero a las exportaciones, utilizando mecanismos de crédito a la exportación y de seguro de riesgo apoyados por el Estado. Se cree que la siguiente etapa en este camino debería ser también la formación de un sistema de apoyo a la publicidad y los medios de comunicación para las exportaciones bielorrusas y el desarrollo del potencial de exportación de los servicios de publicidad e información.

El hecho es que el Programa de Desarrollo Socioeconómico de la República de Bielorrusia para 2011-2015 establece la tarea de "aumentar las exportaciones de bienes y servicios en más de 2,2 veces"⁸¹ entrando en nuevos mercados extranjeros, creando nuevos conocimientos intensivos y altamente rentables actividades orientadas a la exportación, aumentando la cuota de las exportaciones de servicios. Será muy difícil hacerlo hoy en día sin superar el apoyo publicitario y mediático de este proceso tanto dentro como fuera del país, porque "los sistemas globales de información de las últimas décadas han conectado el mundo en un todo único y han hecho que todos los estados sean interdependientes en materia de información, lo que les obliga a prestar la máxima atención a la calidad de la interacción informativa en las distintas esferas de la sociedad"⁸². Por lo tanto, el

periodismo internacional debería intervenir en la organización de dicha publicidad y el apoyo de los medios de comunicación a las exportaciones bielorrusas, cuyos nuevos enfoques de la cobertura de los temas relacionados con la exportación requieren un análisis especialmente preciso y un enfoque creativo en la promoción de los intereses económicos bielorrusos en los mercados de información extranjeros. Los medios de comunicación nacionales deben participar activamente en esa promoción de las exportaciones, penetrando profundamente en su esencia y complementándola constructivamente con los medios disponibles: publicaciones, emisiones y programas. Además, ellos mismos deben convertirse en exportadores de sus propios productos de información aplicando su propia política de exportación. Después de todo, "la globalización ofrece grandes oportunidades para ampliar el intercambio de información, estableciendo nuevos canales de comunicación para difundir la información en los mercados cercanos y lejanos"⁸³.

Por supuesto, la expansión de la publicidad internacional y la cooperación informativa sobre diferentes vectores de movimiento se producirá, y ya se está produciendo, de forma diferente. En la actualidad, el propio proceso de análisis de este fenómeno en las direcciones euroasiática, europea, asiática, africana y latinoamericana por parte de los teóricos y profesionales del periodismo internacional bielorruso está apenas comenzando. Sin embargo, ya está claro que este camino hacia los mercados de información extranjeros debe basarse en los principios de innovación y cooperación con los socios de los medios de comunicación de otros países. Y si en la dirección euroasiática estas cuestiones sobre la formación de un espacio publicitario e informativo conjunto son relativamente más fáciles y sencillas de resolver debido a los acuerdos ya existentes sobre la creación de la Unión Aduanera, el Espacio Económico Común y la formación de la Unión Económica Euroasiática, en otros vectores de la promoción de Bielorrusia al espacio informativo global todo parece mucho más complicado. De hecho, en estos ámbitos seguimos hablando de encontrar puntos de interacción entre los medios de comunicación bielorrusos y los socios de Europa, Asia, África y América Latina en el marco del diálogo entre civilizaciones. Está claro que los medios de comunicación centrales, regionales y sectoriales bielorrusos están

empezando este viaje más allá de las fronteras nacionales para llegar a nivel mundial. Y desde el principio, hay grandes oportunidades para que demuestren sus enfoques y capacidades innovadoras.

En términos generales, la innovación se define como una nueva forma de pensar y hacer. En esta definición, tanto las palabras "pensar" como "hacer" son importantes. Toda innovación comienza con una nueva perspectiva, con la asunción de una nueva posibilidad de desarrollo. Las actividades de innovación y exportación de los medios de comunicación bielorrusos también podrían estimularse con la introducción de un programa de apoyo a la publicidad y a los medios de comunicación para las exportaciones bielorrusas y el desarrollo acelerado de las exportaciones de productos y servicios de publicidad e información. La ausencia de un programa de este tipo ha provocado que en Bielorrusia los productos de los medios de comunicación no se consideren en absoluto orientados a la exportación, y los servicios de publicidad e -información tampoco figuran en la lista de servicios de exportación. Aunque existen oportunidades para el desarrollo exitoso de estos segmentos de exportación en el país. Pero "el desarrollo es imposible sin una imagen de futuro. <...> La falta de esta imagen es el problema clave de nuestro tiempo"⁸⁴ . ⁸⁵En otras palabras, el desarrollo del componente de exportación en los medios de comunicación bielorrusos se puede clasificar como uno de los elementos de formación de la innovación en los medios de comunicación - el campo del conocimiento, dedicado a los problemas de la organización de la actividad innovadora en los medios de comunicación, Hoy en día, cuando todos somos testigos del rápido desarrollo de la comunidad de los medios de comunicación, se hace especialmente evidente que para garantizar sus necesidades "un complejo científico y educativo, capaz de optimizar el uso y la comercialización de los resultados de la investigación y el desarrollo, la mejora de

La experiencia disponible de los medios de comunicación bielorrusos muestra que las principales dificultades para hacer realidad su potencial de innovación y exportación están relacionadas con su falta "tanto de una política de innovación significativa como de enfoques para crear un clima de innovación, así como una grave falta de cultura de innovación en los equipos editoriales"⁸⁶ . El hecho es que la cultura

de la innovación debe formarse en el proceso de implementación de la innovación, ya que es en gran medida el resultado de la acumulación de

Los medios de comunicación no son los únicos que tienen la experiencia necesaria para participar en este proceso, que debe ser estimulado en primer lugar por los responsables de los medios. El clima innovador de los medios de comunicación puede entonces formarse sobre la base de la conciencia individual de los empleados, que representa las tradiciones, las normas y los estereotipos de comportamiento en el ámbito de la renovación de la producción de los medios de comunicación por los que los empleados individuales se guían en su comportamiento. Al fin y al cabo, "cuantas más personas haya en un equipo con un motivo de autorrealización, alta inclinación al trabajo creativo y disposición a la innovación, menos importantes son la competencia y los mecanismos de coerción económica, y mayor es la importancia de un clima socio-psicológico favorable y una alta cultura de organización de la producción para garantizar el desarrollo técnico y económico"⁸⁷. Los hechos demuestran que hasta ahora la cultura empresarial de los medios de comunicación bielorrusos debe clasificarse como conservadora y no siempre propicia a la innovación. Esta situación sólo puede cambiarse cuando se incorporan a la redacción especialistas con una cultura innovadora, formados en la universidad. Las nuevas disciplinas académicas, los cursos especiales y los cursos sobre el perfil introducidos en los últimos años en el proceso de enseñanza en el Departamento de Periodismo y Literatura Extranjera del Instituto de Periodismo de la BSU están diseñados para hacer todo lo necesario para ello en la formación de los futuros periodistas internacionales.

Capítulo 6

Cuestiones actuales de la atracción de inversiones extranjeras en la economía bielorrusa: el aspecto informativo y mediático

La atracción de inversiones extranjeras a Bielorrusia es un área importante de la actividad económica exterior del país porque "el aumento del volumen de las relaciones internacionales, las tareas de integración de la economía bielorrusa en el sistema de vínculos económicos mundiales modernos y el uso eficaz del potencial científico y técnico nacional disponible requieren urgentemente la renovación de los activos de producción básicos y la aplicación de las últimas tecnologías extranjeras"⁸⁸ .

Existe un abanico muy amplio de mecanismos para que el Estado influya en la actividad inversora, entre los que cabe mencionar, junto a los incentivos fiscales, los préstamos blandos, la cofinanciación, la administración, la creación de consejos especiales de inversión, las organizaciones de desarrollo regional y los fondos de inversión, el apoyo informativo a la actividad inversora. Se trata de un sistema de apoyo informativo a los inversores extranjeros, que constituye una parte importante de la infraestructura destinada a mejorar el proceso de atracción de inversiones extranjeras directas. Es evidente que cualquier deficiencia o fallo en el funcionamiento de este sistema no puede sino obstaculizar la entrada de inversiones procedentes del extranjero. Los principales elementos de este sistema incluyen información sobre: "a) competencia interna y externa; b) perspectivas de los principales mercados; c) canales de distribución; d) competencia; e) niveles de desarrollo tecnológico; g) aspectos jurídicos"⁸⁹ .

Además, una herramienta necesaria para atraer la inversión extranjera directa es una estrategia eficaz de medios y comunicación, cuya aplicación debería ayudar a crear una imagen favorable de la República de Bielorrusia como lugar rentable para la inversión, así como a romper los estereotipos y la percepción de la economía bielorrusa como desfavorable para los inversores extranjeros. El Séptimo Foro de Inversión de Bielorrusia, celebrado en Minsk en noviembre de 2012, fue un paso verdaderamente constructivo en la aplicación de la estrategia mencionada. En el foro participaron

inversores extranjeros, instituciones financieras y organizaciones internacionales, que recibieron información completa y fiable sobre el potencial de inversión de la República de Bielorrusia, incluidas las oportunidades que ofrece el incipiente mercado común de 170 millones del Espacio Económico Común de Bielorrusia, Kazajistán y Rusia.

El Concepto de Seguridad Nacional de la República de Bielorrusia identifica la transferencia de tecnologías modernas a la economía del país predominantemente a través de la inversión extranjera directa y la disponibilidad de recursos crediticios extranjeros entre los principales intereses nacionales en la esfera económica, mientras que los volúmenes insuficientes y la baja calidad de las inversiones extranjeras se consideran las principales amenazas potenciales o existentes para la seguridad nacional. Por lo tanto, una condición necesaria para neutralizar las fuentes de amenazas a la seguridad nacional en la esfera económica es mantener la estabilidad macroeconómica a largo plazo mediante la transformación estructural de la economía bielorrusa basada, entre otras cosas, en la inversión extranjera directa. Al mismo tiempo, la atracción de recursos extranjeros en la economía bielorrusa "es aconsejable en forma de inversión extranjera directa en proyectos dignos de divisas que no supongan la acumulación de pasivos externos del Estado y garanticen la transferencia de conocimientos y tecnología extranjeros y el acceso a nuevos mercados de exportación con productos competitivos"⁹⁰.

⁹¹Para Bielorrusia, un país en transición, el tema de la atracción de la inversión extranjera es también muy relevante debido a las tendencias actuales en los procesos de inversión global, donde "los flujos de inversión extranjera directa hacia los países en transición y en desarrollo están creciendo; las operaciones de fusiones y adquisiciones transfronterizas están desempeñando un papel primordial en las políticas globales de IED; los fondos de capital privado y otros fondos de inversión colectiva son cada vez más importantes en las fusiones transfronterizas...".

Y en este sentido, como señala el Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon, en el Informe sobre las Inversiones en el Mundo 2011, son "las empresas transnacionales las que se relacionan cada vez más con las economías en desarrollo y

en transición, utilizando una gama cada vez más amplia de modelos de producción e inversión, como la fabricación por contrato y la producción agrícola, la subcontratación de servicios, las franquicias y las licencias". Estos fenómenos relativamente nuevos ofrecen a los países en desarrollo y a los países con economías en transición la oportunidad de profundizar su integración en la economía mundial, que evoluciona rápidamente, de reforzar sus capacidades productivas nacionales y de mejorar su competitividad internacional"⁹² . En resumen, "la inversión extranjera directa no es sólo un elemento de equilibrio en la balanza de pagos, sino también una fuente de tecnología global y de nuevos empleos altamente productivos"⁹³ .

En 2012, el Gobierno bielorruso se ha fijado el objetivo de atraer 3.700 millones de dólares de inversiones extranjeras directas a la economía en términos netos, incluidos 1.200 millones de dólares para la modernización y la creación de empleo. De hecho, se trata de lanzar una nueva ola de desarrollo tecnológico industrial con estos fondos, que debería contribuir a crear las condiciones para la entrada de inversiones y tecnologías eficaces y a largo plazo. En otras palabras, "la inversión extranjera, especialmente el tipo de inversión extranjera directa (IED), desempeña un papel importante en la economía. Esto es especialmente importante durante las recesiones y crisis económicas, cuando la IED puede ser una fuente importante de apoyo financiero para la economía"⁹⁴ . Las estadísticas muestran que cada dólar de inversión extranjera directa que se invierte añade aproximadamente la misma cantidad al producto interior bruto. Y cada puesto de trabajo creado a través de esta inversión contribuye a la creación de varios puestos de trabajo en sectores relacionados de la economía, lo que no hace sino aumentar el empleo.

Hay otros efectos positivos de la inversión extranjera directa en la economía del país. Por ejemplo, el inversor financia la formación de especialistas locales en nuevas tecnologías y sistemas de gestión. La economía de un determinado país entra mucho más rápido en las relaciones económicas mundiales, lo que tiene un efecto muy positivo en la reducción de la salida de personal cualificado fuera del país. Además, la aparición de una competencia "suave" para las empresas locales también contribuye a mejorar sus actividades en el mercado.

Sin embargo, la práctica concreta de atraer inversiones extranjeras en diferentes países muestra otra cara de la cuestión. También se trata del impacto negativo de esas inversiones en la economía de un país determinado. Este es el caso cuando un inversor extranjero puede comprar una empresa local para liquidarla y eliminar un competidor en el mercado. También hay casos en los que un inversor extranjero, tras haber invertido en una empresa, reduce drásticamente el número de empleados, creando así tensión social y conflicto en la sociedad. En la historia moderna se han dado casos en los que las políticas de algunos Estados han sido controladas y dirigidas en su totalidad por empresas transnacionales extranjeras, que se han hecho con los principales sectores de la economía y han puesto en peligro la seguridad económica del país. Evidentemente, la salida sensata a estas situaciones debe estar en el "término medio": un país que necesita inversiones extranjeras debe esforzarse por atraerlas, sin dejar este proceso sin un control gubernamental efectivo. O, como señaló recientemente el jefe de Estado bielorruso, "Bielorrusia debe identificar los puntos de crecimiento económico, aprovechando al máximo las oportunidades del mercado global, y construir políticas de manera que se formen mecanismos de protección contra los fenómenos de crisis"⁹⁵.

En cuanto a Bielorrusia, la forma prioritaria de inversión extranjera directa en la economía bielorrusa es la creación de empresas conjuntas y empresas extranjeras "para llevar a cabo proyectos de inversión de la categoría de campo verde, que promoverán el uso de nuevas tecnologías y técnicas avanzadas en la producción, la introducción de conocimientos técnicos de marketing y gestión, la producción de bienes no disponibles en el mercado nacional, una entrada más rápida en nuevos mercados con productos competitivos, la reducción de las importaciones irracionales"⁹⁶.

Otra forma de atracción de capital extranjero es la realización de proyectos de inversión "brown field", es decir, la venta a inversores extranjeros de una parte de las acciones de las empresas estatales, salvo las de importancia estratégica relacionadas con la seguridad del país. En general, Bielorrusia está interesada en inversores estratégicos que participen en la producción de productos y servicios de alta tecnología, así como en inversores que inviertan en aumentar los activos de las organizaciones

orientadas a la exportación en este ámbito. Las prioridades son las siguientes: la industria farmacéutica, las bio y nanotecnologías, las altas tecnologías en la industria, los nuevos materiales, las tecnologías de la información y la comunicación; la creación y el desarrollo de clusters - un grupo de organizaciones unidas sobre la base de la producción y los vínculos tecnológicos, científicos, técnicos y comerciales y concentradas en un determinado territorio, que proporcionan una posición competitiva en la industria, los mercados nacionales y mundiales; los "clusters" tradicionales - un grupo de organizaciones con un alto nivel de competitividad en los mercados nacionales y extranjeros.

Si tomamos la industria del automóvil, las principales formas de atraer a los inversores extranjeros son: la creación de empresas conjuntas con empresas transnacionales; la privatización de ciertas organizaciones estatales; y la creación de alianzas internacionales en las industrias de componentes de automóviles, construcción de maquinaria agrícola y montaje de camiones. Y en la construcción, tiene una relevancia estratégica en este sentido el diseño y la construcción de edificios que utilicen tecnologías de construcción de alta velocidad basadas en tecnologías de ahorro de energía y recursos, incluida la construcción de viviendas de gran tamaño, así como la construcción monolítica y monolítica prefabricada.

En general, para intensificar los procesos de atracción de inversiones extranjeras directas en la economía bielorrusa, el gobierno considera que deben cumplirse dos condiciones: en primer lugar, debe garantizar al inversor que las reglas del juego que estaban en vigor cuando el inversor entró en Bielorrusia sigan vigentes durante la vigencia del acuerdo de inversión; en segundo lugar, debe existir la voluntad de los ministerios, las regiones y las autoridades públicas de atraer a los inversores y la comprensión de que esto es necesario para que el país alcance un nivel económico cualitativamente diferente

La Estrategia de Inversión Extranjera Directa para el período hasta 2015, adoptada en enero de 2012 por el Consejo de Ministros y el Banco Nacional de la República de Bielorrusia, tiene como objetivo fomentar la inversión extranjera directa de acuerdo con las necesidades de la reorganización estructural de la economía y el

desarrollo innovador de Bielorrusia, y ampliar y mejorar su uso sobre la base de un clima de inversión en constante mejora, la reforma de la propiedad estatal y el desarrollo del país.

En Bielorrusia, la asociación público-privada se entiende como una forma de interacción entre los organismos estatales y las empresas, que tiene el potencial de superar las contradicciones económicas, cuando los objetos estratégicamente importantes no pueden ser transferidos a la propiedad privada, y su financiación no puede ser proporcionada por medio de los presupuestos republicanos y locales. Se supone que en nuestro país los ámbitos de la asociación público-privada pueden y deben ser las infraestructuras de transporte, el sistema de servicios públicos, la conservación de la energía, la asistencia sanitaria, la educación, la cultura y los servicios sociales, el turismo, el ocio y el deporte, y los yacimientos minerales. Además, las asociaciones público-privadas pueden aplicarse en Bielorrusia en formas como reconstrucción - explotación - transferencia, construcción - propiedad - gestión, diseño - construcción - propiedad - gestión - transferencia, y concesión.

El objetivo final de todas las acciones emprendidas hoy en nuestra república para impulsar la atracción de inversiones extranjeras directas en la economía bielorrusa es alcanzar entre 7.000 y 7.500 millones de dólares en 2015. Entre las medidas para estimular las actividades de los inversores extranjeros y crear una imagen de inversión positiva de Bielorrusia, cabe mencionar también: "... la promoción de ejemplos reales de éxito de inversión , la propaganda del atractivo de sectores de alta tecnología de la economía bielorrusa; celebración de eventos a nivel internacional para atraer la inversión directa extranjera, incluidos foros económicos y de inversión, conferencias, seminarios"⁹⁷ .

Las estadísticas muestran que, de 2005 a 2010, el importe de la inversión extranjera directa en la economía bielorrusa aumentó de 451,3 millones de dólares a 5569,4 millones de dólares, es decir, se multiplicó por 12,3. En términos per cápita, esto significa un aumento de 47 a 587 dólares. Parece que el índice es impresionante. Sin embargo, esta cifra es considerablemente inferior a la de varios países de Europa del Este. Estas cifras también son reveladoras. Entre las economías del sureste de

Europa y de la CEI, los socios de Bielorrusia en la Unión Aduanera y el Espacio Económico Común, Rusia y Kazajstán, han sido los principales receptores de IED en los últimos años, representando el 60% y casi el 15% de todas las inversiones, respectivamente. Bielorrusia atrajo sólo el 2% de la inversión extranjera directa atribuible a la región en 2010. Las conclusiones son evidentes: "La atracción de la inversión extranjera directa ha ido aumentando lentamente <...> las principales áreas de mejora son <...> la creación de un entorno propicio para el espíritu empresarial y el aumento del flujo de inversión en la economía"⁹⁸. Y entre los factores que obstaculizan la entrada de inversiones extranjeras en la economía bielorrusa se encuentran factores como "el sistema de regulación monetaria, el entorno normativo inestable para las empresas, el sistema de sanciones por violación de las condiciones y procedimientos empresariales, el nivel de la presión fiscal, el acceso a los recursos financieros, el nivel de desarrollo de la consultoría y otros servicios empresariales"⁹⁹.

Por eso había grandes expectativas para el Séptimo Foro de Inversión de Bielorrusia, y sus organizadores decidieron actualizar el formato del evento para ponerlas en práctica: "El objetivo no es sólo presentar las oportunidades de Bielorrusia, sino también estudiar detenidamente y tener en cuenta los deseos de los posibles inversores en el contexto de la llegada al mercado bielorruso"¹⁰⁰. De hecho, el Foro fue una plataforma para un diálogo abierto entre representantes de la administración estatal, empresas nacionales e inversores extranjeros. Una plataforma para debatir cuestiones estratégicas y operativas para hacer negocios, en la que la parte bielorrusa esperaba "una conversación franca y pasos concretos sobre los proyectos de inversión propuestos, así como una visión de los problemas que pueden haber encontrado ya en la aplicación de sus planes de negocio en nuestro país"¹⁰¹. La atención a la atracción de la inversión extranjera en la economía innovadora también predeterminó los temas de las mesas redondas sobre sectores como las tecnologías de la información y la comunicación, la industria farmacéutica y la industria biotecnológica.

Al mismo tiempo, el Comité Ejecutivo de la ciudad de Minsk organizó el Día de la Inversión de Minsk, que incluía entre sus objetivos principales: "... la presentación del potencial de inversión de Minsk, la ayuda para atraer a los inversores extranjeros,

la reconstrucción y el desarrollo de los activos industriales existentes, la promoción de nuevos proyectos"¹⁰². En el marco del Foro se presentaron 23 proyectos de inversión; todos ellos son innovadores y prevén la creación de nuevas instalaciones de producción en la industria farmacéutica, la producción de nuevos materiales, las energías alternativas, así como en la agricultura, la alimentación y la industria de la maquinaria. Los comités ejecutivos regionales, la preocupación Belgospisheprom, los ministerios de agricultura y alimentación, industria, sanidad, energía y la Academia Nacional de Ciencias presentaron sus proyectos de inversión extranjera.

El mayor proyecto de inversión que pudieron conocer los participantes en el foro fue la construcción de una azucarera en el distrito de Dyatlovo, en la región de Grodno, cuyo coste se estima en 330 millones de dólares. El periodo de amortización del proyecto, que se estima en dos años, es el siguiente: establecimiento de la producción de sistemas de toma de muestras de sangre al vacío en la zona económica libre de Gomel-Raton. El periodo de amortización de otros dos proyectos, la creación de una piscifactoría de truchas con capacidad para 200 toneladas de pescado en OJSC Alba en Nesvizh y el desarrollo de una planta de tratamiento de aguas para eliminar los contaminantes orgánicos utilizando la sustancia microbiológica EM1 "Konkur"¹⁰³, será de tres años.

Otro aspecto importante del Séptimo Foro de Inversiones de Bielorrusia fue la sesión plenaria del Consejo Asesor de Inversiones Extranjeras (FIAC), creado en 2001 para mejorar la eficacia de la atracción de inversiones extranjeras en la economía bielorrusa y garantizar una política gubernamental coherente en este ámbito. Tradicionalmente, las sesiones plenarias de la FIAC son los hitos más importantes de su actividad, ya que en ellas se resumen los resultados del trabajo realizado y se definen las áreas de actividad para el futuro próximo. En concreto, la anterior reunión de la FIAC -la sexta- se celebró hace tres años. En ese momento, los participantes extranjeros expresaron muchas sugerencias para mejorar el trabajo con los inversores extranjeros. Esta vez, la reunión se celebró en formato de mesa redonda, que, según los organizadores, es el más adecuado para un diálogo abierto entre los participantes, cada uno de los cuales tuvo la oportunidad de expresar sus opiniones sobre cómo mejorar la

eficacia del trabajo con los inversores extranjeros, ofrecer sus propias opciones para crear condiciones cómodas para hacer negocios y aumentar el atractivo de las inversiones en Bielorrusia.

Un detalle interesante. En junio de este año se celebró una reunión ampliada del Comité Permanente de la FIAC, a la que asistieron más de 130 representantes de las principales empresas de capital nacional y extranjero y de las instituciones bancarias que operan en Bielorrusia, de los organismos de la administración estatal y del Cuerpo de Embajadores. En esa reunión, el gobierno bielorruso expresó su máximo interés en recibir propuestas de los inversores para estimular la actividad inversora y aumentar la eficacia del uso de los recursos de inversión. Y ahora este deseo, creo, se ha cumplido al máximo.¹⁰⁴Tanto más cuanto que el Consejo Consultivo de Inversiones Extranjeras, dependiente del Consejo de Ministros de la República de Bielorrusia, "elabora propuestas para mejorar la legislación que regula las actividades de inversión; participa en la revisión de los actos jurídicos normativos que regulan las relaciones entre las organizaciones comerciales con inversión extranjera; tiene derecho a someter a la consideración de los órganos nacionales de la administración del Estado propuestas de revocación o modificación de los actos jurídicos normativos que limitan los derechos de los inversores".

Como podemos ver, en las condiciones modernas hay muchos mecanismos e instrumentos para aumentar la afluencia de inversiones extranjeras en la economía bielorrusa, incluidos los informativos, que desempeñan un papel de gran alcance en la política de inversiones del país. Un uso competente y decidido de los mismos, incluso por parte de los representantes del segmento internacional del periodismo nacional, potenciará significativamente el efecto de otras herramientas para atraer la inversión extranjera directa y alcanzar los objetivos a largo plazo de la política de inversión.

Capítulo 7

Exportación de medios de comunicación y periodismo internacional

En mayo de 2013, el gobierno bielorruso introdujo una previsión para el año en curso para aumentar las exportaciones para la organización del Ministerio de Información de la República de Bielorrusia - 125 por ciento frente al nivel de 2012¹⁰⁵. Este ministerio es un órgano republicano de la administración del Estado, que forma y aplica la política estatal en el ámbito de los medios de comunicación, la edición de libros, la impresión y la distribución de libros. Sus estructuras subordinadas incluyen: organizaciones del sistema "Soyuzpechat", seis editoriales y seis empresas de comercio de libros, cinco imprentas, las agencias de noticias BelTA y Minsk-Novosti, los periódicos Sovetskaya Belorussia, Respublika, Zviazda, Narodnaya Gazeta, Belorusskaya Niva, Znamya Yunosti, 7 Days, y las revistas - Belaruskaya Dumka, Belarus, Planeta y Ekonomika Belarus. En total, había 1.523 medios impresos registrados en la República de Bielorrusia a principios del segundo semestre de 2013: 705 periódicos, 768 revistas, 39 boletines, 9 catálogos, 2 almanaques¹⁰⁶.

El objetivo de aumento de las exportaciones fijado es, por supuesto, aplicable a todas las organizaciones de un determinado ministerio, por lo que se aplica por igual a los editores e impresores y a los medios de comunicación que figuran en la lista. Y no sólo ellos, ya que ahora se está revisando el papel de los ministerios en cuanto a su responsabilidad no sólo sobre las organizaciones subordinadas, sino sobre el tipo de actividad económica en su conjunto, con el fin de cumplir los objetivos de exportación en Bielorrusia. Tanto más cuanto que los detalles de las medidas específicas que estimulan el desarrollo de las exportaciones ya se detallan en los planes de desarrollo sectorial elaborados anualmente. Y la propia actividad de proporcionar condiciones para el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios es la dirección más importante de la actividad económica exterior - una de las esferas de aplicación de la política exterior de la República de Belarús¹⁰⁷.

Cabe destacar aquí que el objetivo clave hasta 2015 en Bielorrusia es crear "industrias, empresas y sectores fundamentalmente nuevos que produzcan productos

de alta tecnología orientados a la exportación"¹⁰⁸ . Esto se explica por el hecho de que "la economía bielorrusa es abierta y casi todas sus industrias están orientadas a la exportación. Por lo tanto, el bienestar de nuestro país depende en gran medida de un aumento dinámico de la oferta de bienes y servicios a los mercados extranjeros, y de la consecución de un superávit comercial. <...> No hay nimiedades en estos asuntos. Ninguna tendencia debe pasar desapercibida. Debemos mantener siempre el pulso".¹⁰⁹ . En este sentido, se espera que la concentración de la política económica en el desarrollo del potencial exportador del país cambie la estructura de las exportaciones bielorrusas hacia un aumento de la cuota de bienes y servicios de alta tecnología, y una reducción del componente energético; para asegurar la expansión de los mercados tradicionales y la conquista de otros nuevos. Este es un requisito previo para reducir la vulnerabilidad de la economía a las fluctuaciones de la situación económica exterior y garantizar el volumen necesario de entradas de divisas. Por lo tanto, los objetivos estratégicos para los próximos tres años son aumentar las exportaciones de bienes y servicios, mejorar su eficiencia, aumentar la rentabilidad de los suministros de exportación, lograr un balance positivo del comercio exterior y mejorar el sistema de apoyo legal e informativo a la actividad económica exterior.

En una reunión con estudiantes y profesores de la Universidad Estatal de Economía de Bielorrusia en noviembre de 2012, el jefe de Estado bielorruso, al observar una tendencia mundial tan importante como la expansión del sector de los servicios, subrayó: "Bielorrusia tiene buenas condiciones para acelerar su desarrollo en este sentido. <...> La sanidad, el turismo, la educación, los servicios intelectuales y empresariales (investigación científica, consultoría de gestión, ingeniería y tecnologías de la información) tienen grandes perspectivas en el país"¹¹⁰ . Una de las direcciones es "aumentar la cuota de los servicios en el total de las exportaciones de bienes y servicios mediante el desarrollo de nuevos tipos de servicios de información y comunicación"¹¹¹ , que incluyen también los servicios en la esfera de los medios de comunicación. La orientación del desarrollo de las exportaciones bielorrusas hacia nuevos tipos de bienes y servicios se debe también a que "la disminución o la ralentización de las exportaciones de una serie de bienes importantes, como los

automóviles, los aparatos agrícolas y domésticos, la metalurgia y los productos de la transformación de la madera, es motivo de grave preocupación. <...> Mientras no se elimine la pasividad y la cautela sobre el terreno, también hay una reticencia a asumir cosas nuevas y desafiantes"¹¹² .

Es de suponer que no será fácil para las organizaciones subordinadas del Ministerio de Información de Bielorrusia avanzar en esta dirección, ya que hasta ahora la cooperación internacional dentro del ministerio se lleva a cabo en ámbitos como "la creación del marco contractual y la aplicación práctica de los acuerdos, la interacción con las organizaciones internacionales, las actividades de exposiciones y ferias internacionales , el trabajo con las asociaciones de compatriotas en el extranjero"¹¹³ . Hasta mayo de 2013, el gobierno bielorruso parecía estar bastante satisfecho con dicha organización de las actividades económicas exteriores del Ministerio de Información. Hoy, el ministerio tiene una tarea puramente pragmática: aumentar las exportaciones en una cuarta parte. Ni que decir tiene que, en este caso, es imprescindible un programa sectorial pragmático para desarrollar las exportaciones de bienes y servicios de medios de comunicación e información.

A este respecto, cabe recordar que el Programa Nacional de Desarrollo de las Exportaciones para 2011-2015 se elaboró como seguimiento de las disposiciones básicas del Programa de Desarrollo Socioeconómico de la República de Bielorrusia para 2011-2015, que prevé "un aumento considerable de las exportaciones de bienes y servicios, la aplicación activa de programas innovadores, el trabajo en la esfera de la sustitución de importaciones y la producción de productos de alta tecnología orientados a la exportación"¹¹⁴ . Este documento tenía en cuenta las "peculiaridades de la actual situación del comercio internacional y las nuevas tendencias en el ámbito de la globalización y la integración regional"¹¹⁵ . Estas tendencias incluyen el desarrollo de la Unión Aduanera de Bielorrusia, Rusia y Kazajstán, la formación de un Espacio Económico Común con la posibilidad de que se unan a él nuevos miembros, y la formación de un sistema de acuerdos de la Unión Aduanera con otros bloques regionales y países individuales, incluyendo acuerdos de libre comercio. En el diseño de este programa también se han tenido en cuenta una serie de retos actuales: la

creciente competencia mundial en los mercados de bienes y servicios, capital y tecnología;

El acceso a las materias primas, la energía, el agua y los recursos alimentarios, así como a los corredores de transporte; el aumento del papel del crecimiento económico innovador y del crecimiento de las exportaciones, al tiempo que se reduce la importancia de los factores tradicionales en el desarrollo de las economías nacionales.

El hecho es que conceptos como "Ministerio de Información", "Medios de Comunicación de Masas" y "Exportación de Medios de Comunicación y Bienes y Servicios de Información" no se mencionan prácticamente nunca en este documento político. El Plan Consolidado de Desarrollo de las Exportaciones del Gobierno de la República y de los Órganos Ejecutivos y Administrativos Locales menciona a entidades como los Consorcios Belneftekhim, Bellesbumprom, Bellegprom, Belgospischeprom, Belbiopharm, los Ministerios de Industria, Agricultura y Alimentación, Arquitectura y Construcción, Energía, Transporte y Comunicaciones, Comunicaciones e Informatización, Educación, Salud, Deportes y Turismo, Parque de Alta Tecnología, y el Comité Ejecutivo de la Ciudad de Minsk y el Ejecutivo

Con un cierto grado de convención, las exportaciones de productos de medios de comunicación nacionales -periódicos, revistas, programas de radio, programas de televisión- podrían contabilizarse en las estadísticas de exportación de propiedad intelectual. Pero por el momento no es así, y la atención se centra en los avances científicos e innovadores. En cuanto a las exportaciones de servicios de comunicación, informática e información, el Parque de Alta Tecnología y el Ministerio de Comunicaciones e Información son responsables de su aumento. El "principal objetivo es aumentar las exportaciones de nuevos tipos de servicios: telecomunicaciones, informática, ingeniería, banca, finanzas y otros servicios comerciales y empresariales".¹¹⁶ . Debemos suponer que la exportación de medios de comunicación y servicios de información a nivel de documentos políticos se incluye en "otros servicios comerciales y empresariales" en Bielorrusia. En tal caso, tiene sentido encontrarlos en otras partes del Programa Nacional de Desarrollo de las Exportaciones de la República de Bielorrusia para 2011-2015. Pero no es fácil hacerlo, ya que este

documento no dice prácticamente nada al respecto directamente. Sólo indicios indirectos de lo que podría haber sido.

Por ejemplo, en la descripción de los problemas de desarrollo de las exportaciones de la empresa Bellegprom se señala que las empresas internacionales están reforzando su posición en los mercados de los países desarrollados mediante el aumento de sus inversiones en publicidad, lo cual es un hecho que los propietarios de marcas desconocidas, y mucho menos los productores individuales, prácticamente no tienen acceso a los mercados desarrollados. Por lo tanto, para desarrollar nuevas regiones, es necesario participar activamente en una gran variedad de actividades de promoción. En nuestra opinión, los medios de comunicación nacionales y extranjeros podrían ser un ayudante eficaz y profesional en la organización y realización de dichas acciones. Pero su papel en el plan esbozado para aumentar la producción de exportación de la empresa no se tiene en cuenta.

Ya está en los planes del Ministerio de Educación bielorruso establecerse en el mercado de Oriente Medio y el Sudeste Asiático, incluso mediante una activa campaña de información y publicidad. El Ministerio sugiere, con razón, que "una campaña de información activa y el posicionamiento de Bielorrusia, en primer lugar, en Internet como proveedor de servicios educativos de calidad y tecnologías innovadoras se convertirá en un medio importante para promover las exportaciones de servicios educativos"¹¹⁷. Está claro que los medios de comunicación nacionales también pueden desempeñar un papel importante en esa campaña de información.

Una de las principales actividades de exportación de servicios del Ministerio de Sanidad bielorruso es la formación de la apertura informativa del mercado de servicios médicos, la organización de campañas publicitarias para crear una imagen favorable y una confianza psicológica hacia el sistema sanitario bielorruso. Y en estos procesos, el papel de la esfera mediática puede y debe ser decisivo.

El Comité Ejecutivo de la ciudad de Minsk se ha fijado el objetivo de aumentar la cuota de los servicios en el total de las exportaciones para 2015 mediante el desarrollo de nuevos tipos de servicios de información y comunicación. Una de las herramientas para lograr este objetivo es el uso de los medios de comunicación

regionales. El comité ejecutivo regional de Grodno ha identificado el desarrollo de mecanismos auxiliares para la promoción de bienes en los mercados extranjeros como una de las principales áreas de actividades económicas en el extranjero hasta 2015, incluyendo el aumento del reconocimiento y el atractivo de las marcas de Grodno, lo que, nos parece, es casi imposible sin la participación activa de los medios de comunicación. Y para ampliar la geografía de las actividades económicas exteriores de la región en los próximos años, está previsto seguir desarrollando los vínculos interregionales, cuya cobertura se está convirtiendo en uno de los ámbitos de trabajo más importantes para los periodistas regionales bielorrusos de política internacional.

Las medidas para aumentar el potencial de exportación de la región de Gomel incluyen la optimización de las redes de distribución de productos y la promoción de los productos de otras empresas mediante el uso de medios de comunicación modernos, en los que los medios de comunicación deberían desempeñar un papel importante. En la región de Mogilev también está previsto un mayor desarrollo de las relaciones interregionales y la formación de una infraestructura de información eficaz para aumentar el potencial de exportación.

¹¹⁹En la región de Brest, las principales direcciones de desarrollo del comercio exterior de mercancías hasta 2015 incluyen el fortalecimiento de la cooperación internacional y regional con las regiones de Rusia, Ucrania, otros países vecinos y más allá, la aplicación de los acuerdos bilaterales, el desarrollo adicional de los contactos dentro de la asociación transfronteriza "Euroregion Bug", la "mejora de la información de apoyo a la exportación, la publicidad y las actividades de exposiciones y ferias"¹¹⁸, y la organización del "apoyo informativo a las entidades económicas".

La política de exportación de la región de Vitebsk prevé el desarrollo de la cooperación industrial, la creación de empresas conjuntas para llevar a cabo una amplia gama de proyectos orientados a la exportación, manteniendo y desarrollando asociaciones estratégicas con regiones extranjeras que tengan vínculos estables con las administraciones de las ciudades y distritos de la región para los próximos años. La creación de un sistema de amplio apoyo informativo para el desarrollo de la industria nacional de IT y el aumento de su atractivo en los mercados nacionales y extranjeros

se considera una de las tareas del Parque de Alta Tecnología, cuya solución ayudaría a atraer pedidos de exportación para el desarrollo de productos de software y "aumentar los ingresos en divisas a la república"¹²⁰ .

Como podemos ver, todos estos ejemplos extraídos del Programa Nacional de Desarrollo de las Exportaciones de la República de Bielorrusia para 2011-2015 ilustran de forma bastante elocuente la conclusión de que la propia vida obliga a tener en cuenta las especificidades de la esfera de los medios de comunicación en las condiciones de la moderna sociedad de la información incluso a la hora de resolver tareas como el desarrollo del potencial exportador del país. Sin embargo, esto se sigue haciendo en varios ministerios, departamentos, preocupaciones y organismos de administración territorial bielorrusos de forma bastante fragmentada y desordenada. Esto se debe a la falta de una estrategia básica para el propio sector de los medios de comunicación para desarrollar las exportaciones y promover los desarrollos mediáticos e informativos tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

Como se ha señalado anteriormente, antes de mayo de 2013 prácticamente no era necesaria una estrategia de este tipo, ya que no existían indicadores de previsión de crecimiento de las exportaciones para las organizaciones del sistema del Ministerio de Información de la República de Bielorrusia. El papel estimulante de estos indicadores radica en que los organismos de la administración pública de la república deben desarrollar medidas para alcanzar los indicadores de previsión de exportaciones aprobados, que a su vez deben vincularse "con medidas para intensificar las relaciones económicas bilaterales, la diversificación de las exportaciones y los canales para promover los bienes y servicios nacionales en los mercados extranjeros dentro de un plazo establecido". Las medidas también deberían actualizar y detallar obligatoriamente los proyectos específicos previstos para la modernización de las instalaciones de producción existentes y la creación de nuevas instalaciones orientadas a la exportación"¹²¹ .

Dadas estas circunstancias, es un hecho evidente que hoy en día, para desarrollar los procesos de exportación en la esfera mediática bielorrusa, es necesario llevar a cabo un conjunto de trabajos preparatorios que incluirían: la organización de un estudio de

mercado; la evaluación del potencial creativo y técnico disponible; la elaboración de un proyecto de programa de investigación científica y aplicada centrado en la implementación en las condiciones del mercado, definiendo las verdaderas necesidades en el desarrollo y la renovación de la esfera mediática nacional; la consideración de las posibilidades de introducir nuevas Al mismo tiempo, a la hora de formar la estructura geográfica de las exportaciones de medios de comunicación, es necesario tener en cuenta el factor de la globalización del espacio informativo moderno, que dicta sus propias condiciones: "Los productos mediáticos nacionales sólo pueden interesar a los consumidores de los mercados mundiales si se acercan a los estereotipos de la visión del mundo de los consumidores extranjeros"¹²² . Hasta ahora, "en las condiciones de apertura del espacio informativo del país y la competencia de los productos informativos extranjeros, la calidad y la popularidad de los contenidos nacionales bielorrusos siguen siendo insuficientes"¹²³ , lo que puede llevar a una disminución o incluso a una pérdida de competitividad de las tecnologías de la información y la comunicación y los recursos informativos nacionales.

Por lo tanto, hoy en día es importante entender que el potencial de exportación de los medios de comunicación y de los productos informativos creados por los periodistas bielorrusos sólo puede hacerse realidad a largo plazo si todos los actores de los medios de comunicación están dispuestos a llevar a cabo una política innovadora destinada a desarrollar, utilizar y vender los productos de los medios de comunicación en el mercado mundial de la información. Una política que requerirá un serio ajuste de las actividades de los equipos editoriales hacia el desarrollo de sus funciones creativas, de marketing, producción y ventas. Conviene recordar aquí que "la innovación en sentido amplio se entiende como el uso rentable de las innovaciones en forma de nuevas tecnologías, tipos de productos y servicios, soluciones organizativas, técnicas y socioeconómicas de carácter industrial, financiero, comercial, administrativo o de otro tipo"¹²⁴ . En otras palabras, la política de innovación en la práctica mundial se aplica mediante la introducción de cuatro tipos principales de innovaciones: 1) proceso; 2) producto; 3) organización; y 4) marketing. Para la esfera de los medios de comunicación, en nuestra opinión, esto significa lo siguiente.

Aplicación de la **innovación de procesos de** un sistema de innovación tecnologías creativas: en este caso, utilizando el potencial del segmento internacional del periodismo nacional, teniendo en cuenta las características actuales del desarrollo del espacio informativo global. **Innovaciones de productos** - actualización de los productos mediáticos existentes y creación de otros nuevos con potencial de exportación: en este caso, mediante la creación de proyectos mediáticos conjuntos con socios extranjeros, así como aplicaciones económicas externas de las publicaciones bielorrusas existentes. **Innovaciones organizativas** - optimización de las formas organizativas de la actividad de las empresas de medios de comunicación existentes y creación de otras nuevas, basadas inicialmente en principios innovadores: en este caso, mediante la creación de estructuras de actividad económica exterior en los equipos de redacción, sintetizando el potencial creativo del periodismo internacional y las oportunidades comerciales de la publicidad exterior. **Innovaciones de marketing** - aplicación de tecnologías innovadoras de promoción y venta de productos mediáticos bielorrusos en mercados de información extranjeros: en este caso, mediante el uso activo de los recursos disponibles en Internet y la cooperación empresarial con socios extranjeros de perfil.

Por ello, la prioridad en la renovación de la industria de los medios de comunicación bielorrusa con vistas a la exportación de sus productos y servicios debe ser el desarrollo de una política de innovación, cuyo componente clave debe ser el desarrollo del periodismo internacional en Bielorrusia, que tiene el potencial de innovación e integración debido a su naturaleza específica, cuya aplicación puede crear los requisitos previos para la innovación de procesos, productos, organización y comercialización en la esfera de los medios de comunicación y, en consecuencia, la actualización de

En 2013, el gobierno bielorruso "ve el potencial de triplicar nuestras exportaciones a mercados nuevos y no tradicionales. Esto nos permitirá añadir al menos 1.000 millones de dólares".¹²⁵ . La industria bielorrusa de los medios de comunicación, cuyo desarrollo innovador se está convirtiendo en una necesidad urgente hoy en día, puede contribuir a alcanzar el objetivo fijado. Tanto más cuanto

que "necesitamos nuevos bienes y servicios <...> la nueva economía es un desarrollo acelerado de los sectores basados en los recursos locales"¹²⁶ , entre los que tenemos derecho a incluir los medios de comunicación y los recursos informativos.

FOR AUTHOR USE ONLY

Capítulo 8

Temas de actualidad sobre el desarrollo de las exportaciones bielorrusas en el contexto de la publicidad y el apoyo de los medios de comunicación

Garantizar las condiciones para el crecimiento de las exportaciones de bienes y servicios no sólo es uno de los ámbitos más importantes de la actividad económica exterior para la República de Bielorrusia, sino también la principal prioridad para el desarrollo de la economía bielorrusa, ya que las exportaciones representan más de la mitad del producto interior bruto en su estructura. Y este hecho lo convierte en una de las fuentes clave para garantizar el crecimiento económico sostenible del país.

El desarrollo del potencial exportador de Bielorrusia y la balanza de comercio exterior han adquirido especial importancia en el entorno actual, "ya que la demanda exterior de productos bielorrusos
Además, el superávit del comercio exterior de bienes y servicios garantiza la estabilidad financiera a nivel macro, que es el factor clave para la seguridad económica del país. Al mismo tiempo, un saldo positivo de las operaciones de comercio exterior de bienes y servicios garantiza la estabilidad financiera a nivel macro, condicionando parámetros básicos de la seguridad económica del país como las reservas oficiales de divisas, la deuda externa bruta y pública, el tipo de cambio de la moneda nacional y los ingresos presupuestarios del Estado"¹²⁷ .

Los principales retos y tendencias mundiales que han tenido un impacto significativo en las exportaciones bielorrusas en los últimos años son: 1) el aumento de la competencia mundial en los mercados de bienes y servicios, capital y tecnología; 2) la restricción del acceso a las materias primas, la energía, el agua, los alimentos y los corredores de transporte; 3) el papel cada vez más importante del crecimiento económico innovador y la expansión de las exportaciones, mientras que los factores tradicionales del desarrollo económico nacional han ido ganando importancia. En estas condiciones, según el jefe de Estado bielorruso, "la diversificación de las exportaciones y la búsqueda de nuevos mercados es una cuestión de suma importancia, la supervivencia de nuestro país"¹²⁸ .

Por eso, habiendo completado, en general, la formación a nivel estatal de un sistema de estímulo y apoyo a las exportaciones basado en la práctica internacional, la República de Bielorrusia ha fijado el rumbo para el desarrollo, la mejora y la creación de condiciones para la introducción de nuevos mecanismos eficaces de este sistema. Esto es comprensible: en la situación de desarrollo del comercio mundial posterior a la crisis, el vector de desarrollo dirigido a "aumentar los productos intensivos en ciencia y de alta tecnología en la estructura de las exportaciones y diversificar los suministros a nuevos mercados" es objetivamente relevante para países como Bielorrusia.¹²⁹ .

Una herramienta eficaz para alcanzar los objetivos trazados en este ámbito es la aplicación de una política económica exterior multivectorial, que mantiene contactos comerciales con la mayoría de los países extranjeros y participa activamente en los procesos de integración internacional. Los siguientes datos son reveladores a este respecto: "En la actualidad, la República de Bielorrusia tiene misiones diplomáticas en 56 países de todo el mundo. Teniendo en cuenta la acreditación de los embajadores a tiempo parcial, Bielorrusia está representada en 112 de los 174 Estados con los que nuestro país ha establecido relaciones diplomáticas"¹³⁰ . A principios de 2016, había 46 embajadas, 4 sucursales de embajadas, 2 oficinas comerciales misiones, 35 oficinas consulares de Estados extranjeros, 16 oficinas de representación de organizaciones internacionales y 86 embajadas extranjeras acreditadas en Minsk desde Moscú, Vilnius, Varsovia y Kiev.

Estos hechos demuestran que Bielorrusia tiene un potencial considerable, tanto para reforzar los lazos mutuamente beneficiosos con sus socios económicos tradicionales y desarrollar nuevos mercados, como para diversificar sus exportaciones como una de las condiciones para un desarrollo económico estable y la mejora del nivel de vida de sus ciudadanos. Es bien sabido que los productos bielorrusos de exportación superan el millar de nombres, y entre los principales productos suministrados a los mercados extranjeros se encuentran los productos petrolíferos, los fertilizantes potásicos y nitrogenados, los productos metálicos laminados y el cordón metálico, los tautos, los camiones, los autobuses, los frigoríficos y congeladores, las fibras e hilos

químicos, la caprolactama, los neumáticos, la madera y los productos de madera, los muebles, la ropa, el calzado, los productos lácteos y cárnicos, el azúcar. Esta lista se completa con una amplia gama de productos técnicos sofisticados con "demanda estable en los mercados extranjeros: maquinaria agrícola, trolebuses y tranvías, maquinaria de construcción de carreteras, equipos tecnológicos y electrónicos, cocinas de gas, lavadoras, productos microelectrónicos e instrumentos ópticos"¹³¹ .

No obstante, los resultados de 2015 mostraron que Bielorrusia requiere ahora una mayor concentración de esfuerzos para aumentar las exportaciones y encontrar nuevos mercados: "La situación confirma la necesidad de un cambio más dinámico del centro de gravedad de la política de exportación desde los mercados tradicionales a otras áreas de diversificación geográfica y de productos de los flujos de exportación. Se necesitan nuevos bienes y servicios cualitativamente innovadores"¹³² . En este sentido, el gobierno bielorruso se ha marcado como objetivo "aprovechar al máximo los acuerdos y desarrollos existentes con todos los países, prestando especial atención a aquellos con los que se ha elaborado un programa de acciones conjuntas al más alto y elevado nivel"¹³³ .

Ya en 2014 se identificaron casi cincuenta países como nuevos mercados prometedores para los exportadores bielorrusos: 1. Australia. 2. Argelia. 3. Angola. 4. Bahrein. 5. Bolivia. 6. Gabón. 7. Gambia. 8. Ghana. 9. Grecia. 10. Zimbabwe. 11. Jordania. 12. Irlanda. 13. España. 14. Camboya. 15. Camerún. 16. Colombia. 17. Costa de Marfil. 18. Kuwait. 19. Laos. 20. Líbano. 21. Malasia. 22. Mali. 23. Malta. 24. Marruecos. 25. Mozambique. 26. Mongolia. 27. Myanmar. 28. Namibia. 29. Nigeria. 30. Nicaragua. 31. Omán. 32. Pakistán. 33. Perú. 34. Portugal. 35. Arabia Saudí. 36. Senegal. 37. Singapur. 38. Eslovenia. 39. Sudán. 40. Tailandia. 41. Togo. 42. Túnez. 43. Filipinas. 44. Croacia. 45. Sri Lanka. 46. Ecuador¹³⁴ . Para cumplir con esta prometedora tarea, en ese mismo año se abrieron "las embajadas de nuestro país en Australia, Ecuador, Mongolia, Pakistán y Qatar"¹³⁵ .

Sin embargo, en 2014, Bielorrusia se enfrentó a graves problemas externos relacionados con el descenso de los precios mundiales del petróleo y de los productos petrolíferos exportados, la devaluación del rublo ruso y la escalada de la situación en

Ucrania. Como resultado, las exportaciones de bienes a Rusia cayeron en casi 1.500 millones de dólares. Aunque estas pérdidas se vieron parcialmente compensadas por un aumento de los suministros bielorrusos a Europa y Asia. América y África en casi mil millones de dólares, el volumen total de las exportaciones de Bielorrusia a nuevos mercados prometedores fue solo el 84% del nivel de 2013.

Esta situación fue objeto de un serio examen en una reunión del Presidium del Consejo de Ministros en febrero de 2015, durante la cual

¹³⁶El gobierno llamó la atención sobre los principales problemas de la diversificación y el aumento de las exportaciones -la falta de una estrategia eficaz de precios de los fabricantes bielorrusos y los problemas de calidad y servicio de la maquinaria- y formuló medidas específicas para impulsar las operaciones en los mercados no pertenecientes a la CEI utilizando herramientas como "el marketing agresivo, la participación en licitaciones, la creación de instalaciones de ensamblaje siempre que sea posible, el establecimiento de la cooperación industrial, la creación de entidades de la red de distribución, el desarrollo de servicios con la

Con el fin de adoptar medidas adicionales para explotar nuevos mercados extranjeros, se asignó a funcionarios bielorrusos de alto nivel países y regiones específicos, y se designó al Ministerio de Asuntos Exteriores como órgano de coordinación para la diversificación y expansión de las exportaciones, encargado de "interactuar directamente con los funcionarios asignados a los países y regiones"¹³⁷.

Los siguientes países ya han sido nombrados como nuevos mercados prometedores para las exportaciones bielorrusas en 2015 1. Argelia. 2. Bangladesh. 3. Bahrein. 4. Bosnia y Herzegovina. 5. Grecia. 6. Dinamarca. 7. Zimbabwe. 8. Jordania. 9. España. 10. Camboya. 11. Kenia. 12. Chipre. 13. Kuwait. 14. Laos. 15. Macedonia. 16. Malasia. 17. Marruecos. 18. Nepal. 19. Noruega. 20. Nicaragua. 21. Omán. 22. Panamá. 23. Perú. 24. Portugal. 25. Arabia Saudí. 26. Senegal. 27. Singapur 26. 28. Togo. 29. Túnez. 30. Uruguay. 31. Filipinas. 32. Croacia. 33. Montenegro. 34. Chile. 35. Sri Lanka.

No obstante, la situación macroeconómica de Bielorrusia siguió evolucionando en el primer trimestre de 2015 en medio de un estrechamiento de los principales

mercados de exportación. El volumen de las exportaciones bielorrusas de bienes y servicios cayó casi una cuarta parte en los dos primeros meses. "Los mayores retos y dificultades los afrontaron las empresas industriales, principalmente del sector de la construcción de maquinaria"¹³⁸. Por lo tanto, ya en abril de 2015, el Gobierno sugirió la necesidad de un cambio más dinámico del centro de gravedad en la política de exportación desde el mercado ruso a otros destinos. Se hizo hincapié en la necesidad de acelerar la diversificación de los flujos de exportación, tanto geográfica como de productos básicos, lo que se respaldó con argumentos de peso. En concreto, a pesar de la caída global de los volúmenes de exportación en enero y febrero de 2015, las exportaciones bielorrusas a los países asiáticos crecieron en 106,7 millones de dólares. En algunos países, como India, Australia, Indonesia, Vietnam, Estados Unidos y Bulgaria, el objetivo se superó entre dos y tres veces.

Para dar un estricto enfoque sistemático a este ámbito del desarrollo estratégico del Estado, en enero de 2016 el Gobierno bielorruso y el Banco Nacional adoptaron un conjunto de medidas para abordar el desarrollo socioeconómico de Bielorrusia en 2016 y garantizar el equilibrio macroeconómico, entre las que se incluyen 93 medidas en el ámbito de la política económica exterior, de integración, de inversión, de innovación, industrial, de precios, antimonopolio, social, regional y monetaria, así como las siguientes

El primer punto del documento es la "aprobación del Programa Nacional de Apoyo y Desarrollo de las Exportaciones de la República de Bielorrusia para 2016-2020."¹³⁹. Además, afirma que es necesario desarrollar un plan de apoyo a los exportadores bielorrusos y aplicar las decisiones del Consejo Intergubernamental Euroasiático sobre el desarrollo conjunto de las exportaciones de bienes y servicios a terceros países. Al mismo tiempo, "se prestará especial atención a la diversificación de las exportaciones"¹⁴⁰ en la siguiente proporción: mercado de la Unión Económica Euroasiática - 37,3%; mercado de la Unión Europea - 35,2%; mercados de otros países - 27,5%.

A más largo plazo - para el año 2020, según se desprende de la Directiva n° 3 "Sobre las áreas prioritarias para el fortalecimiento de la seguridad económica del

Estado", actualizada a finales de enero de 2016, se prevé garantizar una diversificación sistemática de las exportaciones bielorrusas para lograr una distribución equitativa de los suministros de Bielorrusia entre los mercados ya mencionados anteriormente en la proporción: un tercio a un tercio. "Esto permitirá equilibrar el comercio exterior de Bielorrusia, desarrollar nuevos mercados y afianzarse en ellos, y reducir el riesgo de que el crecimiento económico de Bielorrusia dependa del crecimiento de los distintos países socios comerciales"¹⁴¹. En este contexto, el objetivo es encontrar y aplicar nuevas formas y métodos para promover los bienes, obras y servicios bielorrusos en los mercados tradicionales y nuevos, y ampliar la cooperación internacional creando alianzas a largo plazo de diversos tipos - empresas conjuntas fuera de Bielorrusia, acuerdos de franquicia, licencia y arrendamiento - para desarrollar tecnologías avanzadas, fabricar nuevos productos y acompañar su venta con los servicios correspondientes. Una de las prioridades es desarrollar la cooperación entre los principales fabricantes bielorrusos y las empresas multinacionales, para facilitar el acceso a la red de distribución de las empresas transnacionales para la fabricación de tecnología moderna, equipos, patentes y otros productos nuevos.

La aparición de estos documentos políticos a principios de 2016 estuvo dictada en gran medida por el hecho de que, en general, en 2015, el volumen de negocio del comercio exterior de mercancías bielorruso se redujo en casi una cuarta parte, hasta casi 57.000 millones de dólares. Las exportaciones bielorrusas se redujeron aún más, un 26%, hasta los 26.700 millones de dólares. En ese sentido, con los países de la Comunidad de Estados Independientes "las exportaciones cayeron un 33,3% hasta los 14.100 millones de dólares"¹⁴², con los países de fuera de la CEI - un 15,8% - hasta los 12.600 millones de dólares, incluidos los de la Unión Europea - un 19,4% - hasta casi 8.600 millones de dólares.

Bielorrusia ve la manera de salir de esta situación en la aplicación de una política eficaz de inversión e innovación basada en la ejecución de una serie de proyectos concretos de referencia. En primer lugar, se trata de la ejecución de proyectos de inversión conjunta en el marco de la cooperación interregional sino-bielorrusa, donde el proyecto estrella es el desarrollo del parque industrial sino-bielorruso Great Stone.

En segundo lugar, la ejecución de proyectos de inversión en el marco del Programa de Inversión Estatal de 2016, en el que se prestará especial atención a la construcción de instalaciones de infraestructura de ingeniería en la central nuclear de Bielorrusia. En tercer lugar, mejorar la eficacia del desarrollo económico de las regiones bielorrusas profundizando en su especialización y desarrollando industrias que utilicen materias primas y recursos locales, organizando polígonos industriales dotados de infraestructuras de ingeniería y transporte para ejecutar proyectos industriales con la creación de nuevas empresas. En cuarto lugar, la atracción de inversiones extranjeras para la realización de proyectos en el marco de la cooperación transfronteriza e interregional, la creación conjunta de instalaciones de infraestructura regional, el desarrollo del comercio y el turismo transfronterizos.

Como vemos, el papel de las regiones en la aplicación de una política de exportación eficaz está aumentando notablemente en las condiciones actuales. Esto puede explicarse por los graves problemas a los que se han enfrentado recientemente. Por ejemplo, en enero-noviembre de 2015, la región de Vitebsk consiguió exportar solo el 54,6% de sus mercancías en comparación con 2014. La región ve la solución al problema en la ampliación de la geografía de los suministros de exportación. Y ya se han dado algunos pasos en esta dirección. En concreto, en los primeros 11 meses de 2015, los productos de la región de Vitebsk se enviaron a los mercados de ocho países: India, Camerún, República de Corea, Kuwait, Luxemburgo, Nigeria, Arabia Saudí y Montenegro. En otros ocho países -Kirguistán, Azerbaiyán, Georgia, Uzbekistán, Lituania, Polonia, Emiratos Árabes Unidos y Mongolia- las exportaciones de Vitebsk recuperaron sus posiciones el año pasado en forma de nuevos suministros de leche en polvo, suero de leche, aditivos para aceites lubricantes, láminas para puertas y medicamentos veterinarios. Además, "se intensificaron significativamente los contactos interregionales con las regiones rusas de Pskov, Cheliabinsk, Rostov, Sverdlovsk, Kaluga, Lipetsk, Smolensk y Moscú, Eslovaquia, la República Checa y Letonia"¹⁴³. En total, la geografía de las exportaciones de la región se ha ampliado ya a 77 países.

En cuanto a la región de Grodno, sigue siendo extremadamente dependiente del

mercado ruso. En particular, la región suministró casi el 97% de sus productos cármicos y lácteos a Rusia en 2015. Pero los contornos de la diversificación geográfica y de productos básicos de las exportaciones ya se han esbozado aquí: "En 2015 se realizaron los primeros envíos desde la región de Grodno a Afganistán, Siria, Palestina, Irak y Croacia. Las exportaciones a países lejanos casi se duplicaron, y a Estados Unidos un 10%".¹⁴⁴ .

En los diez primeros meses de 2015, los suministros de exportación de las entidades económicas de la región de Brest cayeron casi un 29%. La región tiene previsto cambiar drásticamente esta tendencia negativa "mediante la diversificación geográfica y de productos básicos de las exportaciones, aumentando la exportación de bienes intensivos en conocimiento e innovadores, profundizando en la cooperación interregional y mejorando las infraestructuras de exportación".¹⁴⁵ . En particular, se reforzará significativamente el trabajo con la República Popular China, donde las empresas de la región ya han aumentado significativamente sus volúmenes de exportación en 2015, en 1,7 veces. Al mismo tiempo, "la ciudad de Xiaogan puede convertirse en un trampolín sobre el que desarrollar el mercado chino en su conjunto"¹⁴⁶ .

La región de Minsk tiene previsto aumentar las exportaciones de bienes en más de un cinco por ciento en 2016 "mediante la ejecución de proyectos de inversión para el reequipamiento técnico y la reconstrucción de las instalaciones de producción con el fin de mejorar la calidad y la competitividad de los productos e intensificar las actividades de comercialización"¹⁴⁷ . En particular, el aumento de las exportaciones debe garantizarse mediante: Gromin LLC, finalización de la construcción de una planta de envasado de plástico; Onega Plus LLC, finalización de la construcción de una planta de patatas fritas crudas; Evipack Industries LLC, puesta en funcionamiento de una nueva línea tecnológica para la producción de equipos de envasado; Adani Technologies CJSC, planificación de la puesta en funcionamiento de una planta de producción de equipos de alta tecnología y radiográficos para aplicaciones industriales y especiales. OJSC Dzerzhinsky Agrocomplex tiene previsto desarrollar nuevos mercados en Armenia, Azerbaiyán, Georgia, Kazajistán, Moldavia, Turkmenistán,

Uzbekistán y Ucrania, ampliando la gama de productos suministrados. El aumento de la exportación de servicios en forma de aumento del transporte entre los países de la Unión Europea, Asia Central, Azerbaiyán y Mongolia está incluido en los planes específicos de tales empresas de transporte de la región de Minsk como Big-Trade LLC, Belspetsagrotrans LLC, Proliv JLLC e Intertransavto LLC.

No es menos urgente la tarea de encontrar y aplicar nuevas formas y métodos de promoción de los bienes, obras y servicios bielorrusos en los mercados tradicionales y nuevos para las industrias bielorrusas del sector real, donde la demanda de innovación y una política de innovación eficaz destinada a crear una economía orientada a la innovación. Y en varios sectores, este objetivo ya se está alcanzando de forma realista. En particular, el Ministerio de Industria de la República de Bielorrusia, que incluye varios cientos de empresas, entre ellas 135 - ingeniería mecánica y metalúrgica, más de 60 - ingeniería de radio, 16 - ingeniería eléctrica, 10 - opto-mecánica, 8 - metalúrgica, 5 - fabricación de instrumentos, 4 - industria electrónica.

Está claro que en un mercado altamente competitivo en el que hay una intensa competencia por los mercados y los consumidores en prácticamente todos los continentes, la construcción de una estrategia para ganar nuevos mercados es difícil y requiere mucho tiempo. Está claro que antes de entrar en un mercado concreto, hay que investigarlo a fondo y considerar todas las opciones de actuación. Está claro que es importante vincular los departamentos de marketing de las empresas con los mercados potenciales y los consumidores, entendiendo el papel decisivo de los marketeros en la formación de pedidos a los departamentos de ingeniería, que, a su vez, basándose en las demandas de los consumidores y en el análisis del entorno competitivo, deben crear nuevos productos de ingeniería.

El Ministerio de Industria bielorruso considera varias áreas prioritarias de diversificación de las exportaciones: "La dirección principal son los países del sudeste asiático, India, Pakistán y China. <...> La segunda dirección prioritaria son los países latinoamericanos. Y la tercera dirección es África.¹⁴⁸ . Los hechos demuestran lo que se está haciendo concretamente para afrontar estos retos. En particular, en los primeros 10 meses de 2015, los productos de las empresas del Ministerio de Industria

aparecieron en los mercados de 12 países donde no se habían exportado antes: Irlanda, Montenegro, la República Popular Democrática de Corea, Nepal, Zimbabue, Mauritania, Tanzania, Sierra Leona, Guinea Ecuatorial, Colombia, Chile y Nueva Zelanda. Otros 27 países experimentaron un aumento de las exportaciones en comparación con 2014. Entre ellos están Armenia, Bélgica, Alemania, España, Países Bajos, Reino Unido, Vietnam, Tailandia, Israel, China, Túnez, Canadá, Cuba y Australia. En total, "las empresas del Ministerio de Industria exportaron sus productos a 102 países en 2015"¹⁴⁹.

Ni que decir tiene que cada empresa elige su propia estrategia para diversificar sus suministros de exportación. Por ejemplo, en 2015, la geografía de los socios comerciales extranjeros de la Fábrica de Automóviles de Bielorrusia incluía 42 países, y entre los diez principales figuraban: Rusia, Gran Bretaña, Kirguistán, Mongolia, Bulgaria, Serbia, Vietnam, Irán, Italia y Kazajistán. Además, "en 2015 también se amplió el número de nuevos países consumidores de productos BELAZ en el continente africano. Un gran lote de equipos se puso en funcionamiento en Zimbabue <...>, los bulldozers de ruedas BELAZ-78231 ya están operando en Marruecos"¹⁵⁰. Y la Fábrica de Automóviles de Minsk se situó a la cabeza de las ventas de camiones nuevos de más de 3,5 toneladas de peso bruto en Ucrania en 2015. Las estadísticas son las siguientes. En total, se registraron más de 900 camiones nuevos en Ucrania, incluidos 294 de la marca MAZ, un 43,4% más que las ventas de 2014. En cuanto a los competidores, la "marca número dos en Ucrania es Scania: el año pasado los suecos consiguieron vender 137 camiones. En tercer lugar está MAN con 85 vehículos"¹⁵¹.

Gomselmash tiene su propia geografía de diversificación de las exportaciones, en la que las regiones de Rusia desempeñan un papel importante. En particular, en 2015, por primera vez, los agricultores de las regiones de Samara y Tula, así como de las regiones de Krasnodar y Stavropol, pudieron conocer las ventajas de las cosechadoras de grano KZS-1624.1. Las primeras diez unidades de maquinaria "Palesse" fueron enviadas a la región de Leningrado. La primera cosechadora KZS-1218-29 se vendió a la región de Kaliningrado. Con la ayuda de la oficina de representación de Gomselmash en la República Checa, se enviaron las primeras

muestras de maquinaria a España, Hungría y Turquía. Las máquinas de Palesse han aparecido en Pakistán y Tailandia. En 2016, "se espera la presencia de máquinas Gomselmash en Egipto, Azerbaiyán, la República de Sudáfrica, Tayikistán, Georgia, Serbia y Alemania.¹⁵² .

La cooperación entre el holding bielorruso Amkodor y la China International Investment Property Management Corporation CITIC Construction CO, LTD en la producción de productos orientados a la exportación puede resultar eficaz. En enero de 2016, las partes firmaron un memorando "sobre la construcción de la planta de maquinaria especial Amkodor Mash en el pueblo de Kolodishchi, distrito de Minsk"¹⁵³ .

El Consorcio Bielorruso de Producción y Comercio de la Industria Forestal, de la Madera, de la Pasta y del Papel, que agrupa a 46 grandes empresas de diversas formas de propiedad, también debería garantizar el crecimiento del potencial de exportación. En la actualidad, las empresas del grupo exportan sus productos a 52 países, y la cuota de exportación en el volumen total de su producción es ya del 56,4%. No obstante, junto con el Ministerio de Asuntos Exteriores de la República de Bielorrusia, el Consorcio ya ha elaborado y comenzado a aplicar un plan de acción para desarrollar el comercio exterior y la cooperación económica y de inversión en el extranjero para 2016, cuyo objetivo principal es aumentar el volumen de exportación de las empresas del Consorcio. La tarea de aumentar las exportaciones "se resolverá a través de la búsqueda y el desarrollo de nuevos mercados exteriores, incluso mediante el desarrollo de redes de distribución de productos, la diversificación de productos y geográfica de la estructura de exportación, alcanzando un nivel estratégico de relaciones con los países de desarrollo dinámico"¹⁵⁴ .

La diversificación de las exportaciones tendrá como objetivo una combinación flexible de varios vectores principales: en primer lugar, el desarrollo de la cooperación y la especialización en la Unión Económica Euroasiática sobre la base de la profundización de las relaciones económicas, principalmente con Rusia; en segundo lugar, garantizar las relaciones de socios con los países de la Unión Europea teniendo en cuenta la posible adhesión de la República de Belarús a la Organización Mundial

del Comercio, principalmente con Eslovaquia, Polonia, Bulgaria, Rumanía, Hungría; en tercer lugar, ampliar la presencia de las empresas del Concierto en los mercados no convencionales. <...> Los mercados prioritarios para la expansión de las exportaciones del Concierto en 2016 son Turquía, Irán, Pakistán, España, Italia, Francia, China y Egipto.¹⁵⁵ .

Todos estos planes sólo pueden hacerse realidad si las empresas del Concierto desarrollan las capacidades de producción de los proyectos de inversión de producciones orientadas a la exportación ya implementados y amplían la gama de sus productos, así como crean nuevas entidades económicas orientadas a la exportación. El holding bielorruso de papel pintado, que forma parte del consorcio Bellesbumprom, ya está demostrando una interesante experiencia en este sentido.

El holding incorpora cuatro empresas: UP Gomeloboy, UP Fábrica de Papel Pintado de Minsk, Fábrica de Papel Dobrush sucursal Héroe del Trabajo y sucursal Belkarton. En 2015, estas empresas aumentaron las exportaciones de productos de cartón y papel en un 44%, superando la cifra de seis millones de dólares. La exportación de papel y cartón aumentó aún más, un 80%, hasta 8,6 mil toneladas. Cabe destacar que en 2015, los principales destinatarios de los productos de cartón y papel de Belarús Wallpapers fueron los consumidores de Rusia y Polonia - cinco millones y medio de dólares, así como Lituania, Ucrania, Armenia, Kazajistán, Moldavia y Letonia.

El secreto del éxito de las exportaciones de las empresas del holding reside en el desarrollo oportuno de las producciones orientadas a la exportación. En particular, el mayor volumen de entregas de exportación en 2015 provino de la rama de Papel Pintado Bielorruso - Fábrica de Papel Dobrush "Héroe del Trabajo", donde "en 2014 se modernizó la máquina de fabricación de papel. Esto nos ha permitido ampliar considerablemente la gama de productos y aumentar los volúmenes de producción a la mitad".¹⁵⁶ . Ahora se está llevando a cabo otro proyecto de inversión en esta fábrica: la construcción de una planta de producción de cartón recubierto y no recubierto con una capacidad de 200 mil toneladas al año. La finalización del proyecto está prevista para 2017. Al dominar la producción de cartón recubierto y no recubierto, los productores

bielorrusos no sólo reducirán las importaciones del producto procedentes de la Comunidad de Estados Independientes y de la Unión Europea, sino que también garantizarán el crecimiento de las exportaciones.

Como vemos, Bellesbumprom tiene experiencia en el desarrollo de empresas orientadas a la exportación. Y está dispuesta a compartirla con otros participantes de este segmento de la economía bielorrusa. Así lo demuestra, en particular, el hecho de que en enero de 2016, por iniciativa de la Concertación, se creó en Bielorrusia la Asociación de Industrias del Mueble y del Procesamiento de la Madera, uno de cuyos principales objetivos será "promover la formación de industrias de procesamiento de la madera, de la madera y del mueble orientadas a la exportación, de alta tecnología y que ahorren recursos"¹⁵⁷.

El sector de la construcción bielorruso se encuentra entre los segmentos de la economía que tienen un potencial de exportación especialmente elevado. Así, en 2014, "las exportaciones de bienes de los organismos del Ministerio de Construcción y Arquitectura aumentaron un 3,7% <...> y las de servicios un 46%"¹⁵⁸. Y en 2015 se cumplieron los objetivos de exportación de servicios de construcción, ingeniería y arquitectura por valor de mil millones de dólares. No obstante, en 2016, los constructores bielorrusos han recibido el encargo de seguir aumentando las exportaciones de bienes y servicios centrándose en la calidad del trabajo y en los plazos de acuerdo con las obligaciones contractuales, así como de "coordinar el trabajo de optimización de costes, reducción de costes e introducción de nuevas tecnologías". Las empresas deben garantizar la aplicación de las mejores prácticas internacionales en la construcción"¹⁵⁹.

La estrategia de desarrollo de la industria bielorrusa de la construcción prevé varias formas de afrontar este reto. En primer lugar, a través de las nuevas tecnologías. Un ejemplo: la empresa Gomelglass, donde la modernización en términos de procesamiento de vidrio industrial está a punto de terminar. Antes de que finalicen los seis meses, se completará la adaptación y puesta en marcha de la línea de producción de vidrio de alta eficiencia energética, que permitirá la producción de unos 4 millones de metros cuadrados de este tipo de vidrio en la primera fase, con la posibilidad de

aumentar su cantidad hasta 8 millones de metros cuadrados. Y ya tenemos contratos preliminares para suministrar este vidrio para la exportación. Además, el alto potencial de exportación del vidrio bielorruso queda demostrado por hechos como estos. Ya hemos firmado contratos para exportar 8,5 millones de metros cuadrados a Alemania y Polonia, y 13 millones de metros cuadrados a Ucrania, así como pequeñas cantidades a Turquía e Italia.

El siguiente producto de exportación para los constructores bielorrusos es el cemento. Se sabe que su consumo interno no supera los cuatro millones de toneladas al año, mientras que la producción sólo por vía seca es de 6,6 millones de toneladas. En 2016, los suministros de cemento bielorruso a Europa aumentarán en 500 mil toneladas y las exportaciones a Rusia alcanzarán 1,2 millones de toneladas. También es alentador ver el potencial de exportación de la piedra triturada bielorrusa, que ya se está trabajando con Polonia y Lituania. En concreto, "solo en enero de 2016 se cargó tanta piedra triturada como durante todo el primer trimestre del año pasado"¹⁶⁰.

La segunda dirección es la diversificación de los mercados exteriores, donde se trata principalmente de ampliar los mercados regionales rusos. Un buen ejemplo es la región de Kaluga, donde la empresa bielorrusa MAPID está construyendo el complejo residencial Malinovka en las afueras del noreste de Kaluga. Consta de cinco edificios de apartamentos con zonas ajardinadas y de paseo, caminos, aparcamientos, conjuntos de pequeñas formas arquitectónicas, un hermoso parque con un estanque, caminos de paseo y pabellones. Ya se han construido en el barrio una casa de 3 plantas con 188 pisos y otra de 19 plantas con 126 pisos. Dos edificios de 19 plantas de una sección con 126 viviendas y un edificio de 19 plantas con 106 viviendas están a punto de ser terminados. La cooperación continuará con "la construcción de otro complejo residencial en un terreno cercano, Malinovka 2, que consta de cinco edificios con 698 pisos. A un promotor bielorruso, Vesta LLC, se le concedió permiso para construir la urbanización Vesnushki en el distrito de Pravoberezhnye de Kaluga. En agosto de 2015, pusimos la primera piedra de los cimientos de la primera casa. Habrá siete en total, la superficie total de los pisos será de 42968 metros cuadrados, y el número de pisos será de 920. VESTA también ha lanzado otro proyecto: el complejo residencial Annenki"¹⁶¹

. También existe una interesante experiencia de cooperación en el sector de la construcción entre constructores de Bielorrusia y Moscú. Ya en 2014, los rusos aseguraron la creación del proyecto de mejora del Patio de Moscú en la Avenida de la Independencia de la capital bielorrusa. "En 2015, los Minchan completaron un proyecto recíproco: la instalación paisajística "Minsk Yard" en Distrito Administrativo Sur de Moscú a lo largo de la calle Borisovskiye Prudy"¹⁶². Es muy posible que los constructores bielorrusos aparezcan en otras regiones rusas en 2016. Por ejemplo, ya se han discutido las oportunidades de participación de las organizaciones de construcción bielorrusas "en el complejo programa de desarrollo del sistema de transporte de la República de Chechenia". En particular, se ha hablado de la reconstrucción y construcción de instalaciones de infraestructuras de transporte: aeropuertos, estaciones de ferrocarril y centros logísticos"¹⁶³.

A principios de 2016, Bielorrusia creó el holding de la construcción Belstroycentre, que "incluía 18 de nuestras empresas con una plantilla total de unas 35.000 personas"¹⁶⁴, lo que indica un gran impulso en los esfuerzos de la industria por entrar en nuevos mercados.

Con el telón de fondo de la fuerte campaña de diversificación de las exportaciones de Bielorrusia, es importante que las demandas de tomar medidas adicionales para promover y publicitar los productos bielorrusos en la reunión de abril de 2015 del Consejo de Ministros de Bielorrusia no se vean ensombrecidas.¹⁶⁵ En particular, se sugirió entonces que se formaran grupos de expertos de representantes de organizaciones exportadoras para estudiar las visitas a los países cuyos mercados son prometedores para las exportaciones, que se tomaran medidas adicionales para intensificar el trabajo de las comisiones, comités y consejos intergubernamentales bilaterales en la esfera de las actividades económicas exteriores, y la necesidad de "fomentar el uso de métodos activos de marketing y la publicación de materiales relevantes en medios impresos especializados, materiales sobre la expo

Esta tarea fue muy oportuna, ya que es un hecho que en 2015 aumentó notablemente la presencia de contenidos bielorrusos en el espacio informativo mundial. Así lo demuestra, en particular, la actividad del cuerpo diplomático bielorruso en los

medios de comunicación extranjeros. **Enero:** entrevista de S. Sukhorenko, jefe de la misión diplomática bielorrusa en Armenia, a la agencia de noticias armenia. **Febrero:** una conferencia de prensa del Ministro de Asuntos Exteriores V. Makei sobre los resultados de su visita a Siria, una entrevista del Viceministro de Asuntos Exteriores V. Rybakov al periódico surcoreano Zhongan Ilbo, un artículo del embajador bielorruso en Finlandia A. Ostrovsky en Ostrovski - en Baltic Rim Economies, y una entrevista con el jefe de la misión diplomática bielorrusa en Kazajistán A. Nichkasov - en la revista Mangi El. **Marzo** - entrevista del Viceministro de Asuntos Exteriores A. Guryanov al periódico lituano Verslo Zinios, del Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de Bielorrusia en Polonia A. Averyanov a la revista Baltic Rim Economies. En Ucrania, V. Velichko - a la agencia de información Svyat elit, en Mongolia - a los periódicos Soembo y Zuuny Mede, en Ucrania - al periódico Verslo Zinios. En Mongolia, fue representado por S. Chepurny para los periódicos "Soobo" y "Zuun Madā", y en Ucrania por S. Velichko para la agencia de noticias "Ukrainsiu Novyny". Bielorrusia - Rusia", en Egipto y Argelia (simultáneamente) - S. Rachkova - periódico argelino "Al-Shaab". **Abril** - entrevistas del viceministro de Asuntos Exteriores A. Mikhnevich al periódico lituano Lietuvos Žines, del viceministro de Asuntos Exteriores E. Kupčina al periódico húngaro Magyar Hirlap, de A. El primer viceministro de Asuntos Exteriores E. Kupčynaū - al periódico húngaro Magyar Hirlap, A. Guryanū - al periódico estonio Delovye Vedomosti, I. Petrishenka - al programa Desde la primera persona de la televisión pública rusa y al periódico Soiuznoe Veche, A. Nichkasov - a la agencia de noticias Kazinform, el jefe de la misión diplomática bielorrusa en la República Checa V. Markovich - al periódico Parviz Naviny. Markovich, jefe de la misión diplomática bielorrusa en la República Checa, a la revista Parlamentní Listy. **Mayo** - artículo de V. Makei en la revista británica Forced Migration Rewiew; entrevista de V. Makei al periódico estadounidense The Washington Post. E. Mayakay - al periódico estadounidense The Washington Post; E. Kupčina - al periódico esloveno The Slovenia Times; A. Korol, Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de Bielorrusia en Lituania - a la edición lituana Express-week; en Israel - a V. Skvortsov - al portal Israel in Persons. **Julio** - entrevistas

de V. Makei al canal de televisión Russia-24, de V. Rybakov a la agencia de noticias rusa TASS y al servicio ruso de la Radio de la ONU, de I. Petrishenko a Rossiyskaya Gazeta, artículo conjunto del Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de Bielorrusia en Austria V. Voronetsky y de los embajadores armenios en Armenia y Bielorrusia. Voronetsky y los embajadores de Armenia, Kazajistán, Kirguistán y Rusia en Austria - en Die Presse. **Agosto:** entrevista de V. Skvortsov al portal Israel in Persons **Septiembre:** entrevista de la embajadora extraordinaria y plenipotenciaria de Bielorrusia en Letonia M. Dolgoplova al periódico letón Business Vesti. Septiembre, entrevista de M. Dolgoplova, Embajadora Extraordinaria y Plenipotenciaria de la República de Bielorrusia en Letonia, al periódico letón Biznesa Vesti. **Octubre** - entrevistas de V. Makei al periódico Kommersant, A. Mikhnevich al portal de información y análisis del Estado de la Unión, y S. Rachkov a la Agencia de Noticias de Oriente Medio. **Diciembre** - entrevista de I. Nazaruk, Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de la República de Bielorrusia en Armenia, a la agencia de noticias ArmInfo; S. Rachkov a la revista egipcia Diplomacy¹⁶⁶.

Se cree que esta interesante experiencia mediática de los diplomáticos bielorrusos debería reflejarse y desarrollarse en 2016 en las publicaciones de los representantes de las estructuras regionales y sectoriales bielorrusas con la participación y el apoyo más activos de los representantes del segmento internacional del periodismo nacional bielorruso.

Capítulo 9

El mercado publicitario bielorruso: segmentos y tendencias

En febrero de 2017, una reunión de la junta del Ministerio de Información de la República de Bielorrusia examinó los resultados de las unidades de la industria de la información y los medios de comunicación del país en el último año. Señaló que "2016 consolidó la tendencia negativa de la caída de las suscripciones a las publicaciones periódicas estatales. La prensa local <...> también está disminuyendo su difusión. Tenemos que tomar medidas eficaces para mantener y aumentar el número de lectores"¹⁶⁷. Allí también se expresó una demanda muy concreta del gobierno bielorruso: tomar medidas integrales para restablecer los volúmenes del mercado publicitario, de modo que "los ingresos por publicidad crezcan, es decir, debemos centrarnos en un trabajo eficiente con los anunciantes, y no quedarnos sentados esperando subvenciones". La publicidad debe ser tratada"¹⁶⁸.

Las estadísticas muestran que el fenómeno de la crisis en la publicidad bielorrusa comenzó a observarse ya en 2015, cuando, por primera vez desde 2009, se observó una tendencia negativa, con la caída de la rentabilidad del mercado publicitario bielorruso en un 40% de golpe. En ese momento, "el descenso de los presupuestos publicitarios tuvo su mayor impacto en los mercados de la publicidad televisiva y de la prensa escrita, debido al elevado coste de una y a la escasa eficacia de la otra frente a las fuentes alternativas de información"¹⁶⁹. Para ser absolutamente exactos, las empresas de televisión y medios impresos perdieron hasta la mitad de sus presupuestos de publicidad en ese momento, lo que les obligó a suspender varios proyectos. Los mercados de Internet y de la publicidad móvil relacionada son los que menos han sufrido en esas circunstancias.

También son interesantes las siguientes cifras: entre 2010 y 2015, el número de entidades empresariales dedicadas a la producción y colocación de anuncios en Bielorrusia aumentó a la mitad. A finales de 2015, ya había 744. Sin embargo, en el mismo año 2015, "los presupuestos para la publicidad de productos alimenticios disminuyeron un 9%, para la publicidad de cosméticos, perfumes, otros bienes

industriales - un 16%, los minoristas redujeron sus presupuestos de publicidad en un 17%, y la publicidad de zapatos y artículos de cuero cayó a la mitad"¹⁷⁰ . Todos estos hechos dan fe de una conclusión obvia: el mercado publicitario bielorruso atraviesa una grave crisis que requiere que todas las partes interesadas elaboren medidas coordinadas para superarla.

Aparentemente, el principal documento anticrisis en estas condiciones debería ser el Concepto de desarrollo del mercado publicitario bielorruso para 2017/2020, que todavía está siendo acordado por las estructuras interesadas, pero en muchos aspectos difiere de documentos similares creados anteriormente. La cuestión es que el anterior Concepto de desarrollo del mercado publicitario en la República de Bielorrusia para el período hasta 2014 fue desarrollado desde el principio hasta el final por los organismos estatales. Esta vez, la iniciativa de formular el concepto fue entregada a la comunidad de expertos para finalmente "liberalizar el mercado publicitario bielorruso y optimizar y simplificar los procedimientos administrativos, teniendo en cuenta las relaciones contractuales"¹⁷¹ de la República de Bielorrusia con la Unión Económica Euroasiática. Es de suponer que esta vez las propuestas de los propios participantes en el mercado publicitario se tendrán realmente en cuenta en el documento final.

Por ejemplo, la Asociación de Organizaciones Publicitarias (ARO), que agrupa a 25 empresas que representan a más de 50 organizaciones bielorrusas del ámbito de la publicidad, el marketing y las comunicaciones, ha preparado sus propuestas estratégicas al nuevo concepto. En particular, la asociación propone intensificar y estimular las actividades de comercialización de los productores locales en industrias nacionales clave, que incluyen productos farmacéuticos, productos lácteos, confitería y chocolate, cerveza, cosméticos y productos químicos para el hogar, y productos cárnicos y embutidos.

El proyecto de la Asociación de Agencias de Comunicación y Marketing (ACMA) de Bielorrusia incluía cuestiones prioritarias destinadas a simplificar y liberalizar la legislación sobre publicidad y atraer inversiones al sector. Entre ellas se encuentran: el levantamiento de la prohibición del uso de imágenes de personas en la publicidad de la cerveza y las bebidas de bajo contenido alcohólico y la inclusión de la

cerveza sin alcohol en la lista de permitidos para la publicidad sin restricciones; el permiso para utilizar el patrocinio para la publicidad social y la mención de los patrocinadores en ella; el permiso para poner anuncios en los lados del transporte público; el desarrollo de directrices para las licitaciones a las empresas de diversas formas de propiedad con el estado de un acto jurídico normativo y la formación de criterios unificados para la publicidad. También cabe destacar la propuesta de la ACMA de aumentar el número de "solares de construcción inacabados, territorios no urbanizados y fachadas de edificios"¹⁷² y de proporcionar un acceso igualitario a dichos solares a los participantes en el mercado.

El objetivo final del nuevo Concepto para el Desarrollo del Mercado Publicitario Bielorruso 2017-2020 es, sobre todo, esbozar formas realistas de aumentar la rentabilidad de todos los segmentos de este mercado en el entorno actual, entre los que la televisión, la publicidad online y la publicidad exterior se encuentran entre los más prometedores en Bielorrusia.

La publicidad televisiva en Bielorrusia ha sido tradicionalmente el segmento más eficaz y solicitado del mercado publicitario. Esto es así a pesar de que la legislación bielorrusa limita el tiempo de colocación y distribución de anuncios en la televisión y regula el tiempo de interrupción de los programas con anuncios. También hay requisitos que limitan el nivel sonoro de los mensajes publicitarios. Además, la televisión es una de las fuentes de publicidad más caras, y no hay una tendencia a la baja en el coste de la publicidad. No obstante, "dado que cerca del 80% de la población bielorrusa ve la televisión a diario, la eficacia de la publicidad televisiva es alta, por lo que en el futuro la televisión desempeñará un papel principal en el mercado publicitario bielorruso"¹⁷³.

A este respecto, cabe señalar que la cuota de la publicidad televisiva en la estructura del mercado publicitario bielorruso ha fluctuado considerablemente a lo largo de los años, lo que no ha impedido que mantenga constantemente su posición de liderazgo. Así, "en el primer semestre de 2009, la publicidad televisiva representó el 32%"¹⁷⁴. En 2013, la televisión ya representaba el 55% de la publicidad. Incluso en 2015, que fue un año especialmente difícil para las cadenas de televisión estatales,

cuando "no pudimos evitar sentir la pérdida de la parte del león del dinero de la publicidad, por lo que dejamos algunos programas de entretenimiento para más adelante"¹⁷⁵, cuando el mercado publicitario se redujo casi a la mitad, sin embargo "la publicidad en televisión ocupó el 50 por ciento del mercado publicitario"¹⁷⁶.

La televisión siguió siendo el principal medio publicitario en Bielorrusia en 2016, donde fue el medio más masivo y consumido, con un alcance medio diario del 72,2% de la audiencia y un tiempo medio de visionado diario de 3 horas y 46 minutos. Además, "desde el tercer trimestre de 2016, el mercado publicitario televisivo bielorruso ha entrado en una tendencia de crecimiento sostenido"¹⁷⁷. Tal vez esta tendencia positiva haya sido influenciada por las tendencias observadas en el mercado publicitario de la televisión bielorrusa. Uno de ellos fue el hecho de que hubo un cambio de líder en las categorías de productos presupuestarios. En los primeros nueve meses de 2016, las organizaciones comerciales se situaron a la cabeza de los anunciantes, ya que el gasto en publicidad televisiva en rublos aumentó un 44% interanual, desplazando a la publicidad de medicamentos al segundo lugar. Otras categorías de anunciantes también experimentaron un buen crecimiento en el volumen de la publicidad televisiva. El segmento del té y el café registró un aumento del 5%. Los anuncios de servicios bancarios y financieros han aumentado un 20%, los de cosméticos y perfumes un 60% y los de bebidas gaseosas un 11%. Los servicios de acceso a Internet móvil también aumentaron en términos de publicidad televisiva.

Sin embargo, las estadísticas muestran que, en términos de gasto publicitario per cápita, Bielorrusia sigue estando por detrás de todos los países vecinos. En particular, esta cifra es seis veces mayor en Rusia y una vez y media mayor en Kazajstán. Esto significa que "independientemente de la situación económica actual, el mercado de la publicidad televisiva en Bielorrusia tiene potencial de crecimiento. Según el indicador que se tome, el potencial de crecimiento en los próximos 2-3 años se sitúa entre el 20% y el 40%"¹⁷⁸. Por supuesto, mucho dependerá a este respecto de la medida en que se cumplan las expectativas de recuperación de la economía bielorrusa. Como saben, las previsiones del gobierno bielorruso presuponen una desaceleración de la inflación, la estabilización del tipo de cambio, el crecimiento del producto interior bruto, los

ingresos de la población y la reactivación del mercado de consumo. Todos estos factores no pueden sino afectar a los anunciantes. De hecho, reactivarán la demanda de sus productos, lo que creará oportunidades para una planificación y unas campañas publicitarias sostenibles y predecibles. Como resultado, el impacto de los factores económicos, combinado con los cambios en las políticas de precios, podría llevar a un aumento en el segmento de la publicidad televisiva bielorrusa de entre el 12 y el 16% en 2017.

También hay que señalar que las perspectivas de aumento del volumen de la publicidad televisiva en Bielorrusia dependerán en gran medida del ritmo de desarrollo de sus competidores directos. No es ningún secreto que "están surgiendo nuevas formas de distribución de contenidos de vídeo como alternativa al canal de comunicación más masivo: la televisión. La audiencia de los proveedores de televisión interactiva se está ampliando. <...> Los servicios de visualización de contenidos de televisión móvil se están desarrollando"¹⁷⁹.

Todas estas observaciones sugieren que, aunque la televisión no ha abandonado su posición de liderazgo en el mercado publicitario bielorruso, sus mejores años ya han pasado. Sí, la televisión sigue manteniendo el crecimiento de las inversiones publicitarias, pero serán mucho menores. No hay que olvidar aquí la creciente influencia de Internet, gracias a la cual la televisión también pierde cada vez más su novedad, y con ella una parte de su público objetivo, que se pasa cada vez más a la red global, convirtiéndose en el segmento de mayor crecimiento del mercado publicitario moderno.

De hecho, una de las principales tendencias en el desarrollo del mercado publicitario mundial actual es el fortalecimiento de la posición **de la publicidad en línea**. Esto se debe a que hoy en día Internet en su conjunto, aunque sigue siendo el segundo medio de comunicación por volumen después de la televisión, la diferencia se está reduciendo rápidamente. Además, en 2017 Internet se convertirá en la mayor inversión en medios de comunicación de los 12 principales mercados publicitarios del mundo, que en conjunto representan el 28% de la inversión publicitaria mundial. Basta decir que la web global es ya el mayor medio de comunicación en Australia, Canadá,

Dinamarca, Países Bajos, Noruega, Suecia y Reino Unido. Y en 2017, a juzgar por el ritmo de desarrollo, China, Finlandia, Alemania, Irlanda y Nueva Zelanda deberían unirse a ellos.

La publicidad en Internet ha crecido rápidamente en Bielorrusia en los últimos años, aunque en 2009 este segmento ni siquiera se señalaba por separado en la estructura del mercado publicitario bielorruso, sino que se mencionaba modestamente en el concepto general de "otra publicidad". Sin embargo, en 2014, Bielorrusia, junto con Eslovenia e Irlanda, se convirtió en uno de los tres primeros países de Europa en cuanto a la tasa de crecimiento del mercado publicitario en Internet. En aras de la objetividad, hay que señalar que aunque las inversiones en publicidad en Internet por usuario en Bielorrusia crecen año tras año, sin embargo, "siguen siendo muy pequeñas en comparación con otros países europeos". En 2014, la cifra correspondiente a Bielorrusia fue de 4,0 dólares. En comparación, en Rusia, incluso durante la crisis, esta cifra es de 36,2 dólares".¹⁸⁰ .

Las tendencias de crecimiento de la publicidad en Internet en Bielorrusia se explican por el hecho de que la red mundial, en general, como herramienta publicitaria muestra una buena eficacia y, en condiciones de inestabilidad del mercado, sirve como la mejor opción para la comunicación publicitaria, ya que es uno de los medios publicitarios más eficaces en términos de relación coste/beneficio. En otras palabras, el desarrollo activo de la publicidad en Internet en la situación económica bielorrusa se debe a la creciente actividad y volumen de la audiencia de Internet, y al bajo coste de colocación o distribución de dicha publicidad en comparación con otros medios. Una ilustración elocuente de esta conclusión puede verse en los resultados de 2015, cuando el mercado bielorruso de los medios de comunicación en su conjunto disminuyó un 35%, y en términos monetarios, el volumen total del mercado cayó de 116,3 millones de dólares en 2014 a 75,9 millones.

En estas condiciones, la dinámica del mercado publicitario en Internet sigue siendo bastante optimista: "Mientras que en 2010 la cuota de Internet en el total de los gastos publicitarios era solo del 8%, ahora esta cifra ha aumentado al 22% y sigue creciendo. En total, la publicidad en Internet creció un 16% en 2015 (en comparación,

en 2014 el crecimiento fue del 28% y en 2013 del 52%), lo que en términos monetarios asciende a 16,7 millones de dólares¹⁸¹ . Como resultado, el gasto en publicidad en Internet en Bielorrusia ya ha pasado a ocupar el segundo lugar en términos de volumen después de la televisión. Pero, mientras que en 2010 el gasto publicitario en televisión superaba en ocho veces al de Internet, en 2016 solo es 2,7 veces mayor. Y las previsiones aquí son: "El mercado publicitario de Bielorrusia solo crecerá un 2% en 2017. Una ligera recuperación del mercado se dejará sentir sobre todo en los medios electrónicos - cadenas de televisión y recursos en línea, que reclaman una parte importante del dinero de los anunciantes"¹⁸² .

Para Bielorrusia, la dinámica positiva de crecimiento de la publicidad en línea también es importante por otras razones, entre ellas el tema de la promoción de los productos de exportación bielorrusos en el extranjero. El Concepto de Desarrollo del Mercado Publicitario en la República de Bielorrusia hasta 2014 señaló que "un problema grave es la situación en la que la mayoría de los productores nacionales subestiman la importancia de la publicidad para la promoción de los bienes y el aumento del volumen de negocios: las campañas publicitarias no se planifican, la publicidad se realiza de forma espontánea, no se utilizan suficientemente los tipos de publicidad de bajo coste - <...> en Internet, no se analiza la eficacia de la publicidad"¹⁸³ . Parece que poco ha cambiado en este asunto a lo largo de los años, ya que incluso hoy en día en las reuniones del gobierno bielorruso se escuchan constantemente las siguientes palabras: "el trabajo de apoyo a la información sobre las exportaciones merece la máxima atención".¹⁸⁶ Es necesario introducir las nuevas tecnologías para difundir información sobre el potencial exportador de Bielorrusia y sus logros¹⁸⁴ ; que "la herramienta más eficaz en la lucha por el mercado no son las medidas administrativas, sino la alta calidad de los productos nacionales, un amplio surtido y un precio competitivo, así como un posicionamiento y una publicidad competentes de las mercancías en el mercado"¹⁸⁵ ; que es hora de reforzar el trabajo "de apoyo informativo a la exportación, la introducción de las nuevas tecnologías en la práctica diaria". Se puede creer que el desarrollo de la publicidad en Internet en Bielorrusia contribuirá a la solución de todas estas cuestiones.

En cuanto a la **publicidad exterior**, es uno de los tipos de publicidad más eficaces y solicitados en la República de Bielorrusia. En este sentido, se puede explicar porque es más accesible para los consumidores y por ello ya se considera una dirección prometedora, y también tiene un impacto significativo en el desarrollo de la infraestructura socioeconómica de los asentamientos, su diseño artístico y arquitectónico. Sin duda, su desarrollo es de gran importancia para la formación de un entorno exterior completo para los residentes de Bielorrusia, la preservación de sus componentes naturales y el patrimonio histórico y cultural.

Ya en el primer semestre de 2009, la cuota de la publicidad exterior en la estructura del mercado publicitario bielorruso era del 20%, por detrás de la televisión en un 12%. En ese momento, había "más de 33.000 partes de publicidad exterior"¹⁸⁷. Y ya en aquella época, se estableció la tarea a todos los niveles de aumentar el volumen de la publicidad exterior de los productores nacionales con el fin de promocionar las mercancías en el mercado y aumentar el volumen de ventas de las mismas. En particular, para crear un entorno de apertura y transparencia en este segmento del mercado publicitario en todas las regiones bielorrusas y en la capital, se aprobaron conceptos regionales para la publicidad exterior, planes de ciudad y de distrito para la publicidad exterior, que contenían información operativa sobre las posibles ubicaciones de la publicidad exterior.

Estas medidas han dado resultados. En 2015, ya "cerca del 80 por ciento de los espacios de publicidad exterior en Bielorrusia"¹⁸⁸ comenzaron a venderse mediante subastas, lo que minimizó en gran medida el componente de corrupción. En 2014, la publicidad exterior ya ocupaba el 25% del mercado publicitario, casi duplicando los ingresos del presupuesto local. "Esto se debió al hecho de que se concedió a las autoridades ejecutivas y administrativas locales el derecho a fijar de forma independiente la tasa por publicidad exterior, así como a aplicar coeficientes decrecientes y crecientes a dichas tasas"¹⁸⁹.

Además, a nivel regional, se ha extendido la opinión de que la publicidad exterior, al ser un medio de comunicación relativamente barato, no sólo desempeña un

papel importante en la distribución de información socialmente significativa y en la decoración festiva de la ciudad, sino que también es un recurso informativo, sin el cual es imposible celebrar grandes eventos internacionales en cualquier ámbito - campeonatos, olimpiadas, foros, conferencias; también se considera uno de los factores importantes en el atractivo del clima de inversión de la región y la promoción de su potencialidad turística. La comprensión de la relevancia de esta cuestión ha llevado, por ejemplo, a la aparición en marzo de 2016 del Concepto de desarrollo de la publicidad exterior en Minsk para 2016 - 2020, que es ya una aproximación seria a una comprensión sistémica de los problemas que se enfrentan en este ámbito. En particular, este documento llama la atención sobre la necesidad de cambiar las tecnologías de imagen de superficie de los soportes publicitarios estáticos por pantallas electrónicas - "vallas publicitarias digitales", "cuya ventaja es la ausencia de producción e instalación de imágenes publicitarias, lo que permite optimizar el coste de producción, instalación (desmontaje) de la tela publicitaria, costes de transporte y equipamiento especial, materiales de instalación y montajes, eliminación de la hoja de vinilo...".¹⁹⁰

Para el desarrollo dinámico de todo tipo de publicidad exterior en la capital bielorrusa, se decidió aquí, entre otras cosas: colocar selectivamente construcciones publicitarias de imagen de gran formato no estándar, destinadas principalmente a promocionar las marcas nacionales; dar preferencia a los elementos de mobiliario urbano, combinados con la publicidad exterior que responden a las necesidades de los ciudadanos en el ámbito del paisajismo, así como a las estructuras publicitarias, que pueden construirse en un teléfono público, un quiosco de Internet, quioscos de prensa, entradas de teatro, visitas turísticas, etc. Además, está previsto colocar vallas publicitarias para promocionar el potencial turístico de la ciudad en las ciudades gemelas de Minsk. "Ayudará a atraer más huéspedes de otros países a la capital bielorrusa. <...> Ya se han enviado cartas solicitando la colocación de estos carteles publicitarios a los ayuntamientos de Tiflis, Riga y San Petersburgo"¹⁹¹. En general, Bielorrusia tiene previsto liberalizar considerablemente el mercado de la publicidad exterior en 2017-2019. En este caso, "ya se ha determinado una lista de estructuras

publicitarias que están exentas del procedimiento de concesión de licencias: los carteles que contienen una cantidad limitada de información, los equipos comerciales exteriores combinados con publicidad y los cajeros automáticos"¹⁹² . Además, "en Bielorrusia se propone suprimir la aprobación de la publicidad exterior"¹⁹³ en cuanto a su contenido. Esta sería una solución muy esperada.

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

**More
Books!**



yes
I want morebooks!

Buy your books fast and straightforward online - at one of world's fastest growing online book stores! Environmentally sound due to Print-on-Demand technologies.

Buy your books online at
www.morebooks.shop

¡Compre sus libros rápido y directo en internet, en una de las librerías en línea con mayor crecimiento en el mundo! Producción que protege el medio ambiente a través de las tecnologías de impresión bajo demanda.

Compre sus libros online en
www.morebooks.shop

KS OmniScriptum Publishing
Brivibas gatve 197
LV-1039 Riga, Latvia
Telefax: +371 686 20455

info@omniscryptum.com
www.omniscryptum.com

OMNIscriptum



FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY

FOR AUTHOR USE ONLY