

- Origen, desarrollo, y decadencia de la AIE* como grupo de presión internacional.
- Haue un cambio en la estrategia de penetración.

* vinc. con Rockefeller.

Asoc.
Interamericana
de
Redes de
Paralelo
a L
90.

LA TELEVISION EN AMERICA LATINA

Capítulo que corresponde al tema 7 de la 4a sección "Espectáculos en América Latina", de la obra sobre espectáculos y fiestas en América Latina.

Coedición Siglo XXI- UNESCO. De próxima aparición.

FATIMA FERNANDEZ CHRISTLIEB

LA TELEVISION EN AMERICA LATINA

Fátima Fernández Christlieb

El origen de los espectáculos analizados en este libro es variado. Algunos han acompañado al hombre casi desde su aparición sobre la tierra, otros son producto de la industrialización decimonónica, quizá uno más sea resultado de un proceso de sofisticación de las manifestaciones artísticas que se lleva a cabo a partir de las primeras décadas del siglo; pero ninguno es tan reciente en el mundo de la recreación como la televisión. Ninguno, tampoco, es tan dependiente de los hilos que mueven el tinglado económico del mundo de hoy.

Estos dos hechos: sus escasas décadas de vida y su estrecha vinculación a los centros nacionales y mundiales de poder, hacen de la televisión, por una parte, un espectáculo todavía desconocido en cuanto a sus verdaderos efectos sociales y, por otra, una industria controlada por el capital monopólico internacional.

Este trabajo intenta presentar una visión global del origen, el desarrollo y la situación actual de la televisión en América Latina para que el lector saque sus propias conclusiones sobre la naturaleza del espectáculo.

Al describir la trayectoria de la televisión, quisiéramos no tener que hablar de centros hegemónicos ni de mayorías marginadas; quisiéramos poder centrarnos en la conmoción mundial que produjo haber llegado a la luna al mismo tiempo que los norteamericanos y estar casi al lado de ellos gracias a la televisión; quisiéramos recrearnos en el maravilloso hecho de poder captar una no-

ticia minutos después de que ocurra en cualquier parte del planeta, gracias a la televisión vía satélite; en fin, quisiéramos referirnos solamente a los beneficios que reciben los pueblos latinoamericanos con la aparición de este nuevo medio de difusión.

Esto es imposible. No se puede analizar la televisión sin hacer alusión a la propiedad del medio. En otros espectáculos no es necesario. Hay obras de teatro, hay exhibiciones, hay comedias, incluso hay películas producidas con un sentido y una finalidad muy distinta de la de los espectáculos dominantes. En la televisión sólo se difunde un mensaje. Contar con un selector de canales y con la posibilidad de apagar el receptor, no constituye una opción. El contenido de todos los programas se elabora desde arriba y se difunde verticalmente; no todos pueden ser emisores: el costo de la infraestructura no es accesible para los asalariados y el otorgamiento de concesiones para instalar un canal está limitado por razones técnicas e ideológicas. Al hablar del desarrollo de la televisión resulta indispensable referirse a modelos estatales, gubernamentales y privados; a empresas transnacionales y a grupos de presión. Comenzamos por mencionar antecedentes del espectáculo en países capitalistas desarrollados.

La televisión llega a América Latina diez años después de su aparición en los Estados Unidos y veinte años más tarde que las primeras transmisiones europeas. El antecedente técnico inmediato es la radiofonía utilizada para mensajes informativos durante la primera guerra mundial y explotada comercialmente al terminar ésta.

Hablar del origen de la televisión en Europa y en los Estados Unidos, es hablar de dos modelos distintos, de dos formas de concebir la función del naciente medio de difusión; de dos opciones entre las que América Latina pudo elegir.

En Europa occidental la televisión surgió al amparo de esa entidad encargada de conciliar los distintos intereses que surgen en el seno de toda sociedad: El Estado. En Norteamérica el desarrollo de la televisión fue obra de los consorcios privados dedicados al ramo de la electrónica y pertenecientes a los grupos económicos más relevantes del momento.

Las primeras transmisiones de televisión europeas se realizan en la Gran Bretaña, a principio de la década de los años treinta, cuando la British Broadcasting Corporation -asociación pública independiente creada en 1927 por un decreto real- elabora programas en forma regular y los difunde como un servicio público. En el año de 1935, el gobierno francés difunde programas de manera regular, a través de la Office de Radiodifusión-Télévision Française (1). Para 1936 se establece en Inglaterra el primer servicio público de televisión y se renueva el decreto que establecía el servicio radiofónico para ampliarlo a la televisión. (2)

Hasta 1939 se realizan las primeras transmisiones de televisión en los Estados Unidos, y dos años después aprueba la Comisión Federal de Comunicaciones la recepción de imágenes en los hogares. Existen por esas fechas, 5 000 aparatos receptores. (3) En este país, son tres las empresas que manejaban la radio: RCA (Radio Corporation of América), creada en 1919 con aportes de la

General Electric; la American Telephone and Telegraph y la Westinghouse; la CBS (Columbia Broadcasting System) creada en 1927 y afiliada al año siguiente a la Paramount Public Co., (esta compañía adquirió posteriormente otros consorcios cinematográficos) y la ABC (American Broadcasting Company) cadena menor de la RCA, desprendida de ésta en el año de 1934, y posteriormente primera vendedora mundial de series para televisión, que en 1965 se fundirá con la I.T.T. Las tres cadenas están respaldadas por el Chase Manhattan Bank. (4)

Mientras que en Europa la televisión se sostuvo en un principio por el aporte estatal y por contribuciones de los televidentes, en los Estados Unidos desde su inicio se siguió el sistema de venta de tiempo a los anunciantes, con lo que la televisión nació unida a la publicidad comercial.-

Si bien, tanto en países con televisión estatal como en los de régimen privado este medio de difusión ha contribuido al sostenimiento y reproducción del modo de producción capitalista, es importante subrayar la diferencia que existe entre una televisión en manos de entidades financieras, industriales y comerciales cuya única finalidad es la expansión de las mismas y una televisión en manos de un Estado, que si bien puede tener estos mismos intereses, debe además, para mantener su legitimidad satisfacer demandas de los sectores populares, lo que facilita la pluralidad de opiniones en un medio de difusión que por su alta tecnología sólo está al alcance de una minoría de la población.

LATINOAMERICA Y LA ADOPCION DEL MODELO DE T.V. COMERCIAL.

En 1950 surge la televisión en América Latina. En los tres países pioneros: México, Brasil y Cuba se adopta el modelo comercial norteamericano. En los tres países se hace presente alguna de las tres cadenas televisivas de Norteamérica. En los tres surge bajo la supervisión del Estado más no bajo su control.

No obstante que América Latina es una excepción en los sistemas de televisión mundial, dada su comercialización y privatización generalizada, no en todos los países opera bajo los mismos principios. Hay diferencias importantes de una nación a otra. Diferencias notables según el grado de industrialización, según el momento en que se produjo la modernización del sistema político y según la fuerza con la que irrumpió la clase trabajadora en la escena política.

Dejamos para más tarde las especificidades nacionales en el uso de la televisión para analizar primero el común denominador: la adopción del sistema comercial de libre empresa imperante en los Estados Unidos.(5)

Este sistema comercial alimentado por los consorcios que tienen acceso a las altas tarifas publicitarias para venta de tiempo de emisión, es marcadamente minoritario en el mundo. Constituye un modelo derivado de las necesidades de expansión del capitalismo norteamericano de la postguerra. Es el único modelo que Estados Unidos pudo imponer abierta y directamente en América Latina. En el resto del mundo no logró hacerlo.

Antes de la aparición de la televisión, en América Latina operaba, desde los años treintas, el modelo radiofónico norteamer-

ricano basado en los mismos principios: la programación musical e informativa financiada por anuncios comerciales. La radio, utilizada en gran escala durante la primera guerra mundial, es explotada comercialmente al terminar la conflagración y es introducida bajo el mismo modelo en las áreas de influencia de los Estados Unidos. Con ello las corporaciones del ramo eléctrico y electrónico colaboran en la satisfacción de dos necesidades básicas del momento: la creación de nuevos mercados que absorban la producción de bienes de consumo y la reducción del ciclo de circulación del capital indispensable para generar mayores ganancias. (6)

El modelo radiofónico norteamericano resulta un mecanismo idóneo: al instalarse en mercados nuevos como el latinoamericano, el capital norteamericano tenía nuevas salidas para la producción de mayor cantidad de mercancías; y a través de la publicidad estaba garantizada su circulación en el mercado y su consumo. De este modo, el capital circulaba más rápido, lo cual ^{aceleraba} ~~per-~~ ^{aceleraba} ~~mitía~~ su reproducción.

Existen múltiples testimonios de las necesidades expansivas del capital norteamericano durante la primera guerra mundial, acontecimiento que acelera la integración de la industria radiofónica. Uno de ellos -significativo por venir de un representante del capital Morgan- aseguraba en 1915 que para que los Estados Unidos se convirtiera en centro monetario, reemplazando a la Gran Bretaña, debería convertirse en centro comercial del mundo y para ello era indispensable el establecimiento de nuevos mercados. (7)

Durante la segunda guerra mundial cuando América Latina cuenta e n todos los países con cadenas radiofónicas afiliadas a las dos principales corporaciones radiales norteamericanas: NBC y CBS (8) y poco tiempo antes de la consolidación comercial de la televisión, surgen evidencias de la importancia de estos medios informativos para la dinámica del capitalismo en Estados Unidos: "De la eficacia de las comunicaciones internacionales controladas por el país, al igual que la expansión británica en el pasado, depende el destino futuro de nuestro país, como centro del pensamiento y del comercio mundiales...Gran Bretaña nós proporciona un ejemplo inigualable de lo que significa un sistema de comunicaciones para una gran nación situada a lo largo y a lo ancho del globo." (9)

Si los proyectos expansionistas de los Estados Unidos tuvieron una rápida instrumentación en América Latina, fue porque las condiciones internas de nuestros países lo permitieron, y porque la proximidad física de dos de sus agentes difusores lo facilitó. México y Cuba como vecinos próximos jugaron un papel principal en la expansión del modelo norteamericano de radiodifusión como veremos más adelante.

En el terreno de los medios de difusión masiva y en especial en lo que se refiere a radio y televisión, América Latina es reflejo vivo de lo que sucede en los Estados Unidos. Esto no ocurre en el resto del mundo, ni aún en países capitalistas dependientes. Puede decirse que el modelo europeo de televisión pública tuvo más arraigo que el norteamericano.

Pasqualli señala que los servicios regulares de televisión pue---

den agruparse en tres categorías: "1°. Los que poseen un servicio público de televisión (monopolio de Estado o en concesión a corporaciones públicas). 2°. Los de servicio mixto. 3°. Los de libre empresa." (10) Dentro de la segunda categoría únicamente coloca, y estamos de acuerdo con él, a los de régimen auténticamente mixto que son sólo once países: Rodesia, Canadá, Jamaica, Trinidad, Hong Kong, Japón, Tailandia, Finlandia, Portugal, Inglaterra y Finlandia. (11). Y excluye a los países que manifestando tener un régimen mixto, en realidad poseen un monopolio privado a la sombra del cual ha surgido tímidamente uno o dos canales gubernamentales cuya programación y forma de financiamiento no se diferencia en nada de la televisión privada. Son los casos de Venezuela y México.

Las estadísticas sobre la distribución de los sistemas de televisión en el mundo son elocuentes:

SERVICIO PUBLICO DE TELEVISION POR REGIONES (12)

África	92.8%
Europa	77.4%
Asia	71.4%
Oceanía	71.4%
Caribe	34.6%
América del Norte	25.0%
América Latina	15.0%

Como puede apreciarse, la forma de servicio público ^{GOE} implica la no subordinación de la programación a los requerimientos mercantiles de los anunciantes, es prácticamente inexistente en

América Latina. Menos utilizada aún es la modalidad de pago de licencias dentro de este tipo de servicio.

SERVICIO PUBLICO DE TELEVISION MEDIANTE PAGO DE
LICENCIAS AL ESTADO O A UNA CORPORACION PUBLICA
CONCESIONARIA.

Europa	83.3%
Africa	42.5%
Asia	32.5%
Caribe	19.2%
Oceanía	15.2%
América Latina	10.0%
América del Norte	0%

¿Por qué América Latina adopta el modelo comercial norteamericano y no el estatal europeo?

En primer lugar, porque en los momentos de formación de las cadenas radiofónicas en América Latina el capital europeo había sido desplazado por el norteamericano. El primero se mantendrá después de la primera guerra mundial en un plano secundario. Esto explica la fugacidad de la experiencia francesa en la radio-difusión mexicana: En 1925 se funda la estación JH, posteriormente llamada CYB y después XEB, con capital francés representado en México por E. Pugibet; dependía de una empresa financiada desde París por la Société Financière Pour l'industrie au Mexique que en los años treinta llegó a controlar veinte estaciones de radio distribuidas en toda la República. Al iniciarse la década de los cuarentas se reducen a siete, y posteriormente cambian de dueño. Con ello se pierde, en el caso de México, la posibilidad de instalar el modelo europeo. A partir

de 1930 se inicia la proliferación de estaciones radiofónicas para dar lugar a las dos grandes cadenas "mexicanas": la XEW, respaldada por la NBC, y la XEQ, respaldada por la CBS (13).

La segunda razón por la que el modelo europeo no prospera se refiere al hecho de que se convierte América Latina en una importante área de influencia de los Estados Unidos a partir de la consolidación del capitalismo monopolístico. Su riqueza en materias primas y la proximidad de sus mercados, aunada a las condiciones internas que permitieron la penetración del capital norteamericano, hacían inevitable la presencia de corporaciones electrónicas que para finales de la década de los veinte monopolizaban la naciente industria radiofónica.

La aparición de la radiodifusión en América Latina señala claramente la inevitable injerencia del capital estadounidense. El caso de México además de ser ilustrador es insoslayable, puesto que desde este país se hizo la vinculación de las cadenas norteamericanas con once países latinoamericanos.

Cuando en los Estados Unidos el gobierno ha concedido 254 permisos para la operación de estaciones radiofónicas comerciales, en México existen apenas tres estaciones experimentales. Estamos en el año de 1922. Dos años más tarde, el gobierno del general Obregón firma mediante los "Tratados de Bucareli" la reconciliación con los inversionistas norteamericanos afectados por la Constitución de 1917. Sin embargo, este mismo documento señala en la fracción VI de su artículo 42 que el espacio situado sobre territorio mexicano es propiedad de la nación, con lo que la Ley de Comunicaciones Eléctricas promulgada en 1926 prohíbe

el otorgamiento de concesiones a extranjeros. Esto pone en dificultades a las corporaciones norteamericanas ya instaladas en México, pero dedicadas únicamente a la venta de discos y fonógrafos. Desde este momento la RCA y su filial radiofónica y televisiva la NBC y las demás empresas del ramo, saben que para entrar a América Latina deben respetar las reglas del juego establecidas por los Estados nacionales: participación en la infraestructura y en el contenido pero no en el control directo de las empresas, ya que éste corresponde sólo a las burguesías criollas.

En México el problema encuentra fácil solución: el representante de los intereses de la NBC y de la CBS será un empleado de la RCA en México: Azcárraga Vidaurreta, quien trabaja en The Mexico Music Co. (empresa que será accionista mayoritaria de la XEW radio, según consta en el Registro Público de la Propiedad de la Ciudad de México). Este personaje reúne además otras dos ventajas: conoce el negocio de la radio, puesto que su hermano Raúl tiene una emisora experimental y, además, está casado con una hija del inglés Patricio Milmo, próspero industrial radicado en el norte y accionista de Compañía Fundidora de Hierro y Acero de Monterrey, vinculada a la estación XEH, pionera de la Ciudad de Monterrey. (14)

El desarrollo de la televisión no puede separarse del de la radio, entre otras razones porque son las mismas corporaciones electrónicas las que controlan uno y otro medio, y porque en la mayoría de los países latinoamericanos son los mismos grupos industriales, comerciales o financieros quienes obtienen tanto las concesiones para la explotación de la radio como para la televisión

CONDICIONES INTERNAS QUE PERMITEN LA INSTAURACION DEL MODELO DE
TELEVISION NORTEAMERICANO EN AMERICA LATINA.

Nos preguntamos anteriormente por qué América Latina adopta el modelo norteamericano de televisión y no el europeo. Creemos que los términos de la pregunta son correctos. Es preciso hablar de adopción y no de imposición. Esto último ha quedado descartado con los estudios sobre la teoría de la dependencia elaborados en esta década de los setentas que está por concluir. Anteriormente se culpaba a los países imperiales del subdesarrollo de América Latina. Hoy, si bien se considera obvio que la economía capitalista tiende a la internacionalización creciente, se atiende relevantemente a las condiciones particulares de las clases antagónicas en cada uno de los países latinoamericanos para analizar su grado de condicionamiento particular a las necesidades del capitalismo mundial y sus posibilidades de liberación. (15)

De no tomar en cuenta las condiciones internas y la dinámica propia del proletariado latinoamericano, tendríamos que concluir que nuestros pueblos se hallarían condenados por mucho más tiempo a ser adiestrados por una televisión acultural, consumista y antinacional. La historia reciente de este medio de difusión señala que en momentos de madurez política se han abierto alternativas de expresión colectiva con un sentido muy distinto al hasta hoy todavía imperante.

Por lo que respecta a las condiciones internas generales (en toda América Latina) que permitieron instaurar el modelo de televisión aún prevaleciente, es preciso subrayar el hecho que se-

ñala Marini: "el capitalismo latinoamericano existe con más fuerza en su exterior que en su interior; vale decir, modifica y perfecciona -primero- sus relaciones con la economía internacional y adecúa -después- a ella sus relaciones internas"(16). En lo concerniente al período concreto en el que surge la televisión, es importante destacar que "a partir de los años cincuenta, la historia de las burguesías nacionales latinoamericanas, en aquellos países en donde han podido existir, es la historia de su integración al imperialismo, de su sometimiento en cuanto clase a él y del abandono de sus ambiciones nacionalistas y autonomistas y del fin de sus proyectos propios." (17)

Ambas cuestiones (la adecuación del desarrollo nacional al de la metrópoli y la subordinación de la burguesía criolla a las necesidades expansivas del imperialismo) se hacen visibles con toda claridad en el caso de la industria de radio y televisión.

América Latina se vincula estrechamente a la economía norteamericana afiliando sus estaciones radiofónicas a las cadenas estadounidenses y constituyendo junto con ellas un grupo de presión internacional, a través de un organismo sólidamente cohesionado. La afiliación se hace a través de las cadenas radiales nacionales que agrupan a las emisoras que van surgiendo; la organización aparece a través de un organismo controlado por los radiodifusores norteamericanos: la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR).

Para el año de 1945 las principales estaciones radiofónicas de todos los países latinoamericanos se encuentran afiliadas a la National Broadcasting Corporation o a la Columbia Broadcasting

System.(18) En muchos casos no sólo se da la afiliación para efectos de programación, publicidad y tecnología sino que las cadenas norteamericanas son accionistas de las cadenas latinoamericanas. Tal es el caso de la Cadena XEW de México en la que México Music Co., propiedad de la RCA, aparece como depositaria de 3 500 de las 4 000 acciones que constituyen el capital social de la emisora, representado en 1931 por 320 000 pesos oro nacional.

El año de 1946 es ~~un~~ de suma importancia en la historia de la radio y la televisión latinoamericana por dos razones: la primera, porque en el Primer Congreso de Radioemisoras de las Américas celebrado en México y ^{EN} ~~en~~ el que participan radiodifusores de todos los países latinoamericanos y de Estados Unidos y Canadá, los delegados acuerdan entre otros muchos asuntos, centralizar sus esfuerzos para instalar emisoras de televisión y suspender la instalación de nuevas estaciones de radio. En países como México, Brasil y Cuba esto sería factible poco después del mencionado Congreso. En otros países fue un intento frustrado de los concesionarios que monopolizaban la radio, originado por razones diversas, unas de tipo político como en el caso de Argentina y otras debido al precario estado de industrialización de algunos países como los centroamericanos.

La segunda razón se refiere a que en 1946 sobreviene la fundación de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), organismo impulsado por dos representantes latinoamericanos del capital RCA-NBC y CBS: Emilio Azcárraga Vidaurreta y Goar Mestre, respectivamente.

El capital NBC entra a América Latina vía México a través de Azcárraga y el capital CBS lo hace vía Cuba a través de Mestre, aunque ambos capitales operen conjuntamente después en los dos países. En el caso de México, NBC entró en 1930 y CBS en 1938. En los dos países la televisión se inaugura en 1950. Sus fundadores e impulsores serán las cabezas visibles de la AIR. Mestre como su primer presidente, Azcárraga como el segundo y a la vez como agente organizador de los radiodifusores privados en once países.

La presencia directiva de los industriales norteamericanos en la AIR es tan evidente como en su organización gemela: la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa). Esta última fue fundada dos años después de la AIR, en Nueva York, para agrupar a los principales diarios norteamericanos y latinoamericanos. Al igual que en la NBC y la CBS hay respaldo del capital Rockefeller. (19) . AIR y SIP trabajan en estrecha vinculación y se oponen a cualquier intento de participación estatal en las áreas de difusión masiva por ellos controladas. Esto se encuentra estipulado en la "Doctrina de Panamá", acuerdo firmado por ambas sociedades para unificar sus actividades. Como un ejemplo de las actividades que desarrollan juntos, cabe citar su oposición a la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe convocada por la UNESCO y celebrada en San José, Costa Rica del 12 al 21 de julio de 1976:

"La AIR y la SIP identificadas en todo cuanto representa su lucha común por mantener sin tachas la libertad de expresión del pensamiento, llaman la atención a los gobiernos invitados a es-

ta conferencia, hacia el hecho de que los propósitos que determinaron su convocatoria son contrarios a los principios básicos de la carta constitutiva de la UNESCO y a los de las constituciones americanas, en cuyos fines está claramente definido el derecho a la libre información y opinión. En consecuencia, la AIR y la SIP han concertado un acuerdo para combatir cualquier tipo de iniciativa o resolución que conduzca al establecimiento por parte de gobiernos, o quien sea, de políticas tendientes a la intervención de los Estados en el campo de la comunicación social".

[20.

El comunicado aparece firmado por el brasileño José de Almeida Castro, presidente de AIR y el norteamericano Raymond E. Dix, presidente de la SIP.

A reserva de volver sobre la organización de la AIR en vísperas de la aparición de la televisión en América Latina, es pertinente señalar, que organismos como la SIP y la AIT han quedado desplazados al despuntar los años ochentas. La modernización de los mecanismos de control del capital monopólico internacional no admite instancias desprestigiadas por su reiterada oposición a organismos como la UNESCO. Tras de la decisión de David Rockefeller en 1973, de reformular las grandes líneas del capitalismo mundial a través de la Comisión Trilateral (en la que participan los personajes más representativos de las finanzas, las empresas transnacionales y la política de los Estados Unidos, Japón y Europa Occidental) se han redefinido las estrategias norteamericanas para el control de los medios de difusión en América Latina. Sobre la vinculación de la Trilateral con la International Communication

Agency creada por Carter en 1978, y sus repercusiones para nuestra televisión, volveremos al final de este trabajo.

La AIR cumplió eficientemente su papel de impulsor de grupos de presión privados en el interior de los Estados Nacionales, durante sus primeros treinta años de vida. Es decir, de 1946 a 1976, lapso en que comenzó a recoger lo sembrado sin necesidad de hacerse presente. En cada uno de los países de América Latina es más visible y recordada la actuación del organismo local miembro de la AIR que este organismo-madre. En México, por ejemplo, es más fuerte la imagen de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión que la de AIR. El primer presidente de la Cámara mexicana es, por supuesto, Azcárraga Vidaurreta, anfitrión de los radiodifusores latinoamericanos en el Congreso de fundación de AIR.

Las palabras del propio Goar Mestre, presidente electo de AIR en 1946, ilustran con claridad los objetivos del organismo:

"Por muchos años, asociaciones de radioemisores se habían organizado en muchos países del hemisferio occidental, pero hasta 1946 no se hizo un esfuerzo serio para reunir todas esas asociaciones nacionales en un cuerpo internacional, que no sólo coordinara el trabajo realizado por aquellas asociaciones individualmente, sino que, además, pudiera presentar un frente unido de mayores proporciones y mayores fuerzas; un cuerpo que pudiera ser utilizado en la legítima defensa de la industria radial, no sólo en un país, sino en todos aquellos países donde existieran problemas, necesidades e ideales comunes... Los principios y objetivos que establecimos en México ese año, y por los cuales se

ha guiado nuestra asociación, son muchos, pero creo que en unas pocas palabras puedo darles a conocer la esencia de los mismos. En primer lugar, creemos que nuestros países respectivos pueden servirse mejor por una industria radial y de televisión en manos de entidades privadas que operen con un mínimo de control y supervisión gubernamental. No nos oponemos a que el gobierno posea estaciones, siempre y cuando no compitan comercialmente con la industria privada y sólo se especialicen en programas culturales y educacionales... Queremos legislación adecuada para la radio y la televisión en todos los países... queremos protección legal y queremos desenvolvernos lo más apartados de los altibajos políticos, manteniendo a nuestros gobiernos respectivos tan alejados de la radio como sea posible. Esto es: libre empresa y propiedad privada con un minimum de interferencia gubernamental, ingerencia ésta, que en nuestros países se escribe: "interferencia política".(21

Goar Mestre señaló ^{EN} ~~EN~~ este discurso los objetivos de la AIR. Treinta años después es preciso aceptar que lo que entonces fueron objetivos, son hoy realizaciones. Las asociaciones y Cámaras de los países latinoamericanos han actuado repetidamente como grupo de presión ante sus gobiernos, con la asesoría de AIR. El Estado ha cedido el terreno a la empresa privada para que ella determine el contenido de las transmisiones radiales y televisivas. La legislación radiofónica y televisiva parece estar unificada. Las alteraciones al modelo de la AIR se han dado en momentos de fuertes sacudidas sociales como en el caso chileno. Si los objetivos anteriores pudieron realizarse a partir de 1946

fue porque desde principio de la década anterior existió una sólida organización radiofónica de concesionarios privados en América Latina con idénticas finalidades que la AIR. A la consolidación de esta organización contribuyeron de manera determinante los concesionarios mexicanos a través de Radio Programas de México (RPM), red de estaciones en la que participan tanto las 50 estaciones respaldadas por la NBC como las 48 afiliadas a la CBS.*

En los años treinta ya existía incluso una marcada uniformidad en la legislación radiofónica. La comparación de las medidas jurídicas vigentes en esta época permite establecer relaciones de identidad en las que no cabe el factor coincidencia. Encontramos por ejemplo que la clasificación de las estaciones es prácticamente igual: en todos los países se habla de estaciones comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. En ningún país aparecen los propietarios de las estaciones como concesionarios sino que en su lugar se encuentra el nom-

* Las estaciones latinoamericanas que pertenecen a la red radiofónica de RPM en el año de 1945 son: HJCI y HJCS de Bogotá, Colombia; HJDQ y HJDA de Medellín, Colombia; AJAH y HJAN de Barranquilla, Colombia; HJEB y HJER de Cali, Colombia; HJFL y HJFE de Pereira, Colombia; HJEM de Armenia, Colombia; HJOE de Bucaramanga, Colombia; HJBC de Cúcuta, Colombia; HJAR de Cartagena, Colombia; TIGPH-1, TIGPH-2 y TIEP de San José, Costa Rica; HCQR de Quito, Ecuador; HC2AJ de Guayaquil, Ecuador; YSR de San Salvador, El Salvador; OAX4F de Lima, Perú; HRN de Tegucigalpa Honduras; YNOW de Managua, Nicaragua; HOK de Panamá, Panamá; HOC de Colón, Panamá; HIN de Ciudad Trujillo, República Dominicana; CX14 de Montevideo, Uruguay. (22)

bre de una sociedad anónima o de algún empleado de la empresa. Todos los documentos legislativos analizados permiten la publicidad comercial en alta proporción respecto al resto del contenido de la programación. En Brasil está señalado lo anterior en el artículo 94 del Decreto-Ley número 1949 del año de 1939; en México: artículo 30 del Reglamento de estaciones comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados del 6 de febrero de 1942; en Cuba, el artículo 27 del Decreto número 141 del 24 de enero de 1942; en Bolivia el artículo 32 del Reglamento General de Radiodifusión del año de 1939; en Perú, el artículo 22 del Reglamento General de Radiocomunicación del 28 de mayo de 1932; en Costa Rica el artículo 22 del Reglamento de Estaciones Inalámbricas para aficionados y de radiodifusión de 1931; en Venezuela el artículo 47 del Reglamento de Radiocomunicación vigente en el año de 1945 y en Ecuador el artículo 32 del Reglamento de Instalaciones Radioeléctricas del 28 de marzo de 1941.

Lo que estos datos señalan es que previamente a la fundación del organismo que asesorará e impulsará al nuevo invento de la televisión, existía ya en la industria radiofónica latinoamericana una organización eficiente y una uniformidad de criterios. Sólo hacían falta organizaciones nacionales para ser integradas en la Asociación Interamericana. De esto se encargarán los empresarios mexicanos, según testimonio del primer ideólogo de los radiodifusores privados: "Es conveniente recordar que hombres como el Lic. José Luis Fernández, el Dr. Luis de la Rosa, Clemente Serna Martínez y el Lic. Guillermo Salas, figuras prominentes de la radiodifusión mexicana, sembraron la semilla que habría de

lograr la realización de la radiodifusión organizada en el continente. Con noble empeño y gran sacrificio, viajando por toda la América española, recorriendo país por país en un verdadero apostolado fueron fundando asociaciones de radio y ayudando eficazmente al establecimiento de un sistema interamericano de la industria. Junto con ellos, con su valioso apoyo, con su gran visión del problema, con su fe, otro hombre: Emilio Azcárraga".

(23)

Si tenemos en cuenta los proyectos que para esta época ya tenían instrumentados las grandes corporaciones norteamericanas en América Latina, resulta entendible la premura por organizar a los concesionarios en cada país latinoamericano e integrarlos a un organismo interamericano. Siete años antes de la fundación de AIR, es decir, en 1939, la NBC inauguró en América Latina -con el auspicio y financiamiento de la United Fruit Company- la primera transmisión internacional de noticias diarias. En 1941, año en que la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos autorizó la plena explotación comercial de la TV, la NBC acordó crear el Pan American Network, compuesto por 92 estaciones, para la retransmisión de programas hacia América Latina. Y esto sin contar las acciones coordinadas de las divisiones eléctricas y electrónicas de la corporación madre RCA que pronto se apoderó junto a la General Electric de la fabricación de los receptores de radio, tocadiscos y televisores en Argentina, Brasil, Chile, México y Venezuela. La CBS también contribuyó a la prefiguración de esta red de dependencia creando en 1940 el Latin American Network, integrado por 64 estaciones radiodifuso-

ras en 18 países." (24)

Si recordamos lo señalado sobre la necesidad que tienen los consorcios norteamericanos de contar con aliados criollos en los países donde operan, para la obtención de las concesiones y para la legitimación del negocio, resulta evidente que la organización de los mismos era inaplazable. Contar con un grupo de presión nacional, respaldado por una organización interamericana, que hiciera frente a la oposición que podían representar los gobiernos latinoamericanos era una necesidad inaplazable para los consorcios radiofónicos norteamericanos.

De su primera experiencia en este enfrentamiento a los proyectos gubernamentales, la AIR sale fortalecida aunque momentáneamente derrotada. Nos referimos a los acontecimientos en Argentina en 1948. ~~en 1948.~~

Cuando el primer gobierno peronista tiene cinco años de vida la AIR realiza una de sus primeras asambleas generales en Buenos Aires. Uno de los propósitos centrales de la reunión era lograr la uniformidad de la legislación radiofónica de todo el continente. La delegación argentina no se mostró decidida a apoyar los proyectos de la AIR por ser contrapuestos a la política gubernamental de comunicación sostenida en esos momentos por Perón. La prensa argentina dió amplia difusión al hecho desacreditando con ello a la recién fundada asociación de radiodifusión.

Años después, en 1953, Ecuador es escenario de una eficiente presión de la AIR, sin intermediación de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión. Y señalamos que la presión es eficiente porque al igual que en la Argentina, gobernaba un caudillo populista:

José María Velasco Ibarra, que fue llevado al poder con el apoyo popular. En noviembre del año mencionado, este gobernante decidió cerrar el edificio donde operaba el diario El Comercio y la estación radiofónica "Radio Quito", filial de la CBS. El motivo de la clausura fue una negativa a difundir un comunicado oficial. Al conocer los hechos, Emilio Azcárraga, en su carácter de presidente de la AIR y como representante de los intereses de la CBS en "Radio Quito", afiliada a RPM, envía una atenta protesta a Velasco Ibarra, quien ordena reabrir la estación. En esta ocasión a Azcárraga le bastó hacer mención de la "Doctrina Panamá" y del respaldo que a ella daban todos los radiodifusores del continente. (25).

Casos similares de presión los tenemos en casi todos los países latinoamericanos, sobre todo en aquellos donde la clase dominante no pudo darse una representación política única y aceptable para todos los grupos sociales y donde surge un régimen populista.

El caso de México es en este sentido representativo. Aquí, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, ^{miembro} Miembro de la AIR, ha sido actor fundamental en reiteradas presiones ante el Estado. En 1960, año en que por primera vez el Estado Mexicano decidió regular el contenido de las transmisiones radiofónicas y televisivas, se da la primera actuación de la Cámara como grupo de presión: logran modificar el proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión aprobado por la Cámara de Diputados y que contenía restricciones de la publicidad comercial. La vía de la presión es el Senado de la República, al que convencen de enmendar la Ley en su beneficio.

En 1969 logran establecer una forma de pago de impuestos alternativa a la propuesta por el gobierno de Díaz Ordaz; éste planteaba que el Estado participara en la industria controlando el 49% de las acciones de canales y estaciones, que serían depositadas en fideicomiso en un banco estatal. o de lo contrario exigía de los concesionarios el 25% de sus ingresos brutos. La Cámara a través de seis meses de negociaciones con funcionarios de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, logra que el impuesto pueda pagarse con tiempo de transmisión, que los concesionarios cederían al Estado sabiendo de antemano que éste no contaba con la infraestructura indispensable para utilizarlo.

En 1973 y en 1975 logran evitar la promulgación de una nueva Ley Federal de Radio y Televisión que según había sido anunciado por el Presidente Luis Echeverría, modificaría sustancialmente el régimen de concesiones a que estaba sujeta la industria de radio y televisión. En este período los dos grupos económicos que manejan la televisión comercial: Azcárraga-Alemán y Monterrey se fusionan en una misma sociedad anónima dando lugar al consorcio Televisa, S.A. que en esta ocasión se encargará de la presión. En el lugar de la ley anunciada se publica en el Diario Oficial del 4 de abril de 1973 un Reglamento que amplía aún más las facilidades que la Ley de 1960 concede a los industriales privados.

La última presión de este grupo, que no requiere más de la Cámara ni de la AIR para su trabajo político, se da en 1979. En presión directa ante el Presidente de la República frenan el proyecto de la fracción progresista de la burocracia política que intentaba legislar en materia de radio y televisión para dar par-

participación en la emisión de programas a distintos sectores sociales. Ante la presión de los industriales privados el Presidente López Portillo promete no legislar al respecto, pese a que la Constitución se había modificado en 1977 para dar cabida al proyecto en cuestión. (26).

Creemos que en 1980, el capital monopólico internacional no necesita más de organismos como la AIR. Esta fue útil en los momentos de gestación y desarrollo de la industria televisiva. Ahora los Estados Nacionales, en mancuerna con los consorcios televisivos, ejecutan, no sin serias presiones de los movimientos obreros y populares, los dictados de la Comisión Trilateral, organismo cúpula del capitalismo mundial.

Veinte años después de la aprobación de las Bases para la legislación uniforme sobre radiodifusión, que se hiciera en la Ciudad de México en 1959, puede decirse que los objetivos ahí redactados cumplieron sobradamente: Se consideró a la radiodifusión como una actividad de interés público y no como un servicio público como proponían algunos gobiernos. (Punto 1° de las Bases); las emisoras quedaron principalmente en manos privadas y de manera secundaria bajo control estatal (punto 2° de las Bases); las emisoras son las únicas que deciden sobre el contenido de su programación (punto 8° de las Bases); las concesiones se otorgan por tiempo ilimitado o son renovadas automáticamente (punto 10° de las Bases) (27). Durante la década de los años sesenta y buena parte de los setentas la AIR fue el organismo encargado de defender estas Bases, mientras los grupos de presión nacional aprendían el procedimiento.

En México, desde los años setentas, son los dirigentes del monopolio televisivo quienes presionan directamente al Presidente de la República, para la realización de sus proyectos. En la presión de 1969 todavía se utilizó la intermediación de la Cámara de Radio y Televisión, organismo miembro de la AIR.

Lo mismo sucede por ejemplo en Uruguay en 1967 cuando el Servicio Oficial de Radiodifusión del Estado (SODRE) intentó poner su canal 5 en competencia con los canales privados. Encontró la oposición de la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos, miembro de la AIR, que tras una campaña en la prensa obligó al Canal 5 a transmitir en la forma en que siempre lo había hecho.

Lo mismo sucede en 1975 en Venezuela cuando el gobierno decide comprar un canal privado en quiebra: Canal 8 de "Venezolana de Televisión" para meter el mismo tipo de programación que los canales privados y competir con ellos. No pudo. La Asociación Nacional de Radiodifusores Privados y la Asociación Nacional de Anunciantes le advirtieron que esa labor correspondía a la empresa privada. Canal 8 se quedó con publicidad gubernamental. (28).

Lo que era válido en 1955 cuando AIR contaba con 4.000 radio-difusoras-miembros, ya no lo es en 1980 cuando los consorcios informativos realizan una labor política producto de una experiencia de 30 años. La AIR había recomendado, desde su fundación, que sus agremiados no habrían de apartarse de la legalidad instaurada por los Estados Nacionales. Sobre esta base y en cumplimiento a esta observación, ideólogos de este organismo pudieron afirmar lo siguiente sobre sus primeros años de actividad: "Trabaja, y su labor es fructífera en todos los casos en que interviene como ór-

gano conciliatorio y orientador. Sabe resolver los conflictos dentro de la dinámica de nuestro tiempo. Sus actuaciones, a veces múltiples y difíciles, encuentran siempre la fórmula básica de la convivencia. Sin recurrir a extremadas estridencias sabe mover sus tácticas y obtener los resultados más satisfactorios"(29)

Pudo, en efecto, realizar una labor fructífera durante treinta años. Pero al cabo de éstos, cuando se opone a la actividad que en materia de comunicación despliega la UNESCO, organismo internacional de reconocido prestigio, la eficiencia de la AIR decrece a gran velocidad.

A partir de 1946, año en que la UNESCO preparó un informe sobre las necesidades de los medios de información en los países devastados por la guerra, la posición de este organismo ha variado considerablemente en favor de los países débiles. En el caso de América Latina ha apoyado el fortalecimiento de los sistemas gubernamentales de comunicación para contrarrestar la influencia de los consorcios privados.(30). La AIR no ha dejado de oponerse a la acción de la UNESCO en este campo. Un ejemplo muy claro fue lo acontecido después de la Reunión Latinoamericana de Expertos en Políticas Nacionales de Comunicación, celebrada en Bogotá Colombia, en julio de 1974, con el patrocinio de UNESCO. La AIR reunió a su Comisión de Acción Cultural y le encargó evaluar la Reunión de Bogotá, cuyo documento final propone formas alternas de propiedad. El informe de AIR dice que "el documento en cuestión se identifica con una línea política que, por hacer una peligrosísima supervalorización del poder del Estado,

tiende a construir 'un hombre para el desarrollo' en vez de -
 construir las bases de una política de desarrollo para hombres
 libres"... "La conclusión es inequívoca: débese totalizar todo,
 débese estatizar todo, para que el mito del 'desarrollo integral'
 y del 'cambio social', que no se dice en qué consiste, pueda
 realizarse plenamente... Las posiciones de tal reunión de exper-
 tos nos parecen de tal gravedad para la supervivencia en Améri-
 ca Latina, de todos los medios libres de comunicación social,
 que en el Acta de nuestras deliberaciones propusimos una serie
 de acciones que deben contrapesar su influencia en la Conferen-
 cia Intergubernamental sobre Políticos de Comunicación en Lati-
 noamérica, convocada para el presente año." (31)

Y en efecto, en San José de Costa Rica, en julio de 1976, in-
 tentarán contrarrestar la influencia de la Reunión de Bogotá,
 desplegando una abierta oposición y una campaña de desprestigio
 contra la UNESCO, que provocó las siguientes palabras del Direc-
 tor General de este organismo en el discurso inaugural: "Nunca
 se había dado el caso de que una conferencia fuera objeto de con-
 troversias antes de haber tenido la ocasión de expresarse, que
 haya sido impugnada por determinados grupos antes de celebrarse
 o que haya avivado las pasiones antes de que la opinión pública
 tenga la posibilidad de enterarse de la naturaleza de sus labo-
 res o de las conclusiones de sus debates". (32)

La AIR desplegó tal fuerza para desacreditar a la UNESCO que lo-
 gró arrastrar en su objetivo a las agencias de noticias AP y a
 la UPI, quienes dieron mucho más difusión a los ataques contra
 M'Bow, director de la UNESCO, que a su discurso. Esta acción

no es de extrañar si tenemos presentes los objetivos que tenían en mente los consorcios NBC y CBS cuando le dieron vida a la AIR y si se toma en cuenta que esta conferencia de la UNESCO buscaba "intercambiar experiencias sobre sistemas de comunicación en relación con el desarrollo económico y social y estudiar el establecimiento, tanto en el nivel nacional como regional, de infraestructuras gubernamentales de carácter administrativo, técnico, de investigación y de formación, para formular, aplicar y evaluar las políticas de comunicación". (33)

La ofensiva de la AIR en contra de la UNESCO y su evidente labor como grupo de presión internacional ante los gobiernos latinoamericanos durante treinta años le ha traído un fuerte desprestigio que ha obligado a los máximos representantes del capitalismo mundial a redefinir su estrategia para el control de la televisión. La penetración se realiza ahora por conducto de las burguesías criollas detentadoras de las concesiones quienes se han encargado de vincularse a los gobiernos y a los centros académicos en búsqueda de legitimidad.

CONDICIONES PARTICULARES DE LOS PAISES LATINOAMERICANOS QUE PERMITIERON EL DESARROLLO DE LA TELEVISION TRANSNACIONAL.

Hacia 1980, cuando el "modelo europeo" está comercializado y cuando los consorcios vinculados a la Comisión Trilateral pugnan por una unificación del modelo televisivo, no puede hablarse más de "modelo norteamericano"; ha comenzado la era de la televisión transnacional. De la televisión que no conoce fronteras entre los Estados Nacionales porque sus gobiernos se han identi-

ficado con el capital monopólico internacional y porque la señal de los satélites comienza a ser captada por antenas que prescinden de las infraestructuras estatales.

A excepción de Cuba, único país socialista de América Latina, ¿cómo llegan los demás en la actualidad, a abrir sus puertas a la televisión transnacional? La respuesta está en la formación del Estado y en las particularidades que adopta la lucha de clases en cada uno de los países.

Si bien podemos hacer generalizaciones sobre el Estado en América Latina, diciendo por ejemplo que es la burguesía como clase la que lo define, no podemos, a partir de esto, explicar por qué en algunos países como Chile no son los consorcios radiofónicos los concesionarios de la televisión. Sería indispensable, entrar a las notas características de cada formación social.

Respecto al momento en que surge la televisión hay países pioneros como México, Brasil y Argentina y países retardados como Paraguay y Bolivia. Entre la aparición de la televisión en el primero y en el último transcurren 19 años. La diferencia está marcada por el grado de industrialización. Sin embargo, éste no nos explica por qué si en México y Argentina encontramos el mismo grado de industrialización, en el primero no hay ninguna injerencia estatal en los primeros diez años y en el segundo, en este mismo período se desarrollan con fuerza las emisoras estatales. Las razones se encuentran en el ejercicio del poder político. Ambos factores: grado de industrialización y peculiaridad de las formas de gobierno serán determinantes en la

mayor o menor penetración del modelo de televisión norteamericano y de sus consorcios impulsores.

El surgimiento temprano o tardío de la televisión está en íntima relación con la capacidad que desarrolló cada país para sustituir importaciones y con el grado de expansión que alcanzó su sector exportador.

Ante la imposibilidad de tratar monográficamente el surgimiento y desarrollo de la televisión en cada uno de los países latinoamericanos los agruparemos según su grado de industrialización, haciendo referencias específicas sólo en casos en que sus particulares circunstancias lo ameriten. (34)

En un primero grupo están los países cuya industrialización se dió antes de la segunda guerra mundial (en algunos casos desde finales del siglo. XIX) y fue resultado de la expansión y transformación de su sector primario exportador. Quedan comprendidos aquí: México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Uruguay.

En un segundo grupo están los países cuya industrialización fue producto de la integración monopólica mundial y se da bajo control directo de capital extranjero. Entre estos podemos distinguir los que se industrializan inmediatamente después de la segunda guerra, como son Perú y Venezuela. Y los que lo harán hasta finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, como: Ecuador, Costa Rica, Guatemala, BoliviaEl Salvador, Panamá, Nicaragua, Honduras, República Dominicana. Cuba entra en este grupo, con la salvedad de que su proceso de industrialización comienza con la Revolución, a partir de 1959.

Por último están los países de estructura agrario-exportadora sin diversificación industrial, como Paraguay y Haití.

En los países del primer grupo, a diferencia de los del segundo, cuando aparece la televisión cuentan ya con un mercado nacional estructurado y con un sector industrial cuyo proceso productivo estaba organizado en base a relaciones capitalistas. Esto hace que estén abiertos para adaptarse a las necesidades de expansión del capitalismo mundial. Si para esos momentos los consorcios norteamericanos requerían dar salida al mercado a una gran cantidad de mercancías elaboradas al aumentar el grado de productividad, y esto se lograba con la circulación y el consumo aumentados por la publicidad en la televisión, era difícil que las estructuras productivas de los países avanzados de América Latina no se adecuaran a esta necesidad.

Sin embargo, no en todos los países de este primer grupo la adecuación se hace al mismo tiempo. En dos de ellos, Argentina y Chile, el proceso es más lento debido a la posición nacionalista del Estado en esos momentos. En Brasil y México, los antiguos concesionarios de radio se aprestan a modernizarse para dar cabida al nuevo invento de la televisión, y para expandir aceleradamente la cobertura de las emisoras, hecho que se da sin objeción alguna por parte de los grupos gobernantes. En Colombia y Uruguay, la televisión aparece cuatro y seis años, respectivamente, más tarde que en México y Brasil, debido a que poseen un ritmo de industrialización menos rápido, y a diferencia de Argentina y Chile no encuentra la televisión obstáculo alguno para expandirse, por parte del grupo gobernante, puesto que las bur-

guesías colombiana y uruguaya puede decirse que se encuentran en el poder.

Dada la trayectoria comercial de la radiodifusión argentina, que llegó a contar en 1945 con 14 estaciones afiliadas a la NBC* y con 12 estaciones afiliadas a la CBS**, era previsible que estos consorcios impulsaran también el desarrollo de la televisión pero se encontraron con un obstáculo: la política del Gral. Juan Domingo Perón en materia de difusión masiva que formulaba el control estatal para los medios informativos. (35) Es así que la televisión surgida en momentos de apogeo peronista queda en manos del Estado. El Canal 7 de la televisión nace bajo el auspicio estatal y la dirección de J. Yankelevich, concesionario de Radio Belgrano, estación radiofónica afiliada a la CBS. Sin embargo al término del régimen peronista, Arámburu abandona la política comunicativa de su antecesor y las tres grandes cadenas norteamericanas entran a los canales de la televisión argentina: La NBC en el Canal 9 vinculado a la productora Telecenter, la CBS al Canal 13-Proartel y la ABC al Canal 11-Teleinterior. Cabe mencionar la vía de entrada del capital CBS es Goar Mestre, cubano casado con argentina, primer presidente de la AIR. (36)

El freno momentáneo al capital transnacional no es privativo de Argentina, se da en varios países en los momentos de hegemonía de un gobierno populista o de un cambio cualitativo en la cúspide del poder político, como durante el régimen de la Universidad Popular en Chile. La televisión en este país sigue una tra-

(*) (LR4, LR5, LRS1, LW1, LT2, LU3, LU6, LT4, LW7, LU⁵, LWS, LUS
LU4 y LU12)

(**) LR3, LU7, LV3, LT7, LV14, LV10, LT1, LV1, LV13, LV4, LV11,
y LV12).

yectoria que hasta 1973 parece ser distinta a la del resto de América Latina. La legislación de 1959, año en que surge la televisión, reserva su uso al Estado, Siendo esto así, las concesiones se otorgan a las universidades y a corporaciones públicas. El Canal 7 constituirá la red nacional de la televisión chilena, los canales 13 y 4 serán operados por la Universidad Católica, en Santiago y en Valparaíso, y el Canal 9 por la Universidad de Chile.

La televisión nace en este país sin publicidad comercial, pero problemas de financiamiento obligan a aceptar anuncios con lo que los canales universitarios se convierten paulatinamente en estaciones comerciales. Esto va muy acorde con la política general de gobierno de Jorge Alessandri, caracterizado por restaurar el sistema de libre empresa afectado por el gobierno del Frente Popular, influido por partidos de izquierda. Durante el régimen del democrata-cristiano Eduardo Frei se fortalece la dependencia de las cadenas norteamericanas, al grado de que para 1968 el 46% de la programación de Canal 13 es de origen extranjero. (37). La dependencia que en los años cuarenta llegaron a tener las estaciones radiofónicas hacia la programación de la NBC y de la CBS vuelve a hacerse presente. En estos años hubo 6 estaciones afiliadas a la NBC (Radio El Mercurio, Radio Cristóbal Colón, Radio La Frontera, Radio Simón Bolívar, Radio la Serena, Radio El Loa) y 3 afiliadas a la CBS cuyo concesionario era la Sociedad Nacional de Agricultura. (38).

Bajo el gobierno de Frei, el dueño del Mercurio llamado Edwards, que es a la vez representante del capital Rockefeller y conce-

sionario de Radio Recreo y Radio Corporación, llega a ser presidente de la SIP, organización que tiene los mismos fines que la AIR.

Bajo el gobierno de la Unidad Popular la trayectoria comercial de la televisión no se alteró sustancialmente: "Los canales adscritos a la línea gubernamental pasaron a la defensiva, limitándose a tratar de desmentir las afirmaciones de la reacción. La falta de una política comunicacional impedía sin embargo el desarrollo de formas elementales de defensa... no se produjeron modificaciones en la temática de los programas y se mantuvo, inclusive, un porcentaje considerable de las clásicas series extranjeras." (39) . Si bien hubo un freno momentáneo a la expansión del capital transnacional, como dijimos anteriormente, éste continuó su avance en el terreno de la televisión. Tras el golpe militar, la AIR propuso nuevos proyectos de programación al régimen pinochetista.

Brasil y México son dos casos en los que el desarrollo de la radiofusión y posteriormente de la televisión se dan de manera muy similar, sin relación entre uno y otro. Ni el varguismo, ni los regímenes de la Revolución Mexicana impidieron en ningún momento la implantación del modelo norteamericano de radiodifusión. Marinho y Azcárraga cumplen con eficiencia su papel de agentes criollos, el primero a través de la Red Globo y el segundo con la cadena XEW, para mencionar las más importantes. Los mismos concesionarios de la radio pasarán después a operar la televisión. Radio Tupy, por ejemplo, que en 1945 opera con las siglas PRG3 con

con sede en Río de Janeiro, se convertirá más tarde en una de las más grandes cadenas de televisión junto con la Globo.

Colombia es un país donde se advierte con mayor claridad que la burguesía como clase influye directamente en el Estado. Si bien esto sucede en términos generales en los países latinoamericanos, no se da una identificación tan directa entre clase gobernante y concesionarios de radio y televisión como en este caso. El representante local del capital norteamericano es en Colombia el mismo gobierno, por lo que no parece justa la afirmación de algunos investigadores como Pasqualli, de que este país posee televisión estatal, y que por lo tanto es distinto a los países con televisión privada. No hay tal diferencia.

Colombia es un país dependiente completamente de los consorcios estadounidenses. Sus primeras estaciones fueron fundadas por ellos: En 1940, la Voz de Bogotá (HJCC) dependía de la NBC, Radio Manizales (HJFD) establecida en 1931 dependerá después de la CBS y La Voz de la Victor (HJCI), posteriormente llamada la Voz de la Victoria, era capital de la NBC-RCA Victor, que entró a Colombia a través de Radio Programas de México. En el año en que aparece la televisión es declarada servicio público, porque su surgimiento coincide con un breve espacio de populismo militar encabezado por Rojas Pinilla. La cadena de televisión Caracol está en manos de Lopez Michelseh, ex-presidente de la República, e hijo de López Pumarejo cuyo primer gobierno comenzó en 1934. (41) .

Uruguay es un país donde se da sin ninguna particularidad la fórmula típica: dependencia de las cadenas norteamericanas, mis-

mos concesionarios principales en radio que en televisión, anuencia de los gobiernos para el desarrollo comercial de ambos medios.

Las cadenas radiofónicas afiliadas a la NBC fueron: Radio Libertad y la Cadena El Espectador con diez estaciones afiliadas en las principales ciudades. Las afiliadas a CBS fueron CX16, Radio Carve de Montevideo y CXA8 Radio Real de San Carlos en Colombia. (42)

El concesionario de radio, Raúl Fontaina, 4° presidente de la AIR, controlará después el Canal 10 de televisión. El batllismo en la cúspide del poder político facilitará la instalación de las emisoras. El padre, Batlle Ordóñez consolidando los intereses de la burguesía industrial nacional y el hijo, Batlle Berres, bajo cuyo segundo gobierno surge la televisión, continuando la misma línea.

En Venezuela y Perú son los gobiernos del momento quienes abren el camino a la televisión comercial privada. En el primer país es la dictadura militar-policia1 la que a través de Televisora Nacional instala el primer canal, dando facilidades después al capital foráneo, que en el caso de Proventel llega a ocupar un 40% correspondiendo las acciones a Goar Mestre, representante en Venezuela del Capital CBS. En Perú, es el gobierno de Manuel Prado quien a través del Ministerio de Educación y por un convenio con la UNESCO, instala el Canal 7 y se reserva el Canal 5. El Canal 2 se le concede al industrial Caveró, -enlace con la AIR-, quien controla 26 emisoras de radio, organizadas en la Federación Peruana de Radiodifusión, afiliadas tanto a NBC como

a CBS. El Canal 13 lo manejará la familia Delgado Parker asociada al capital CBS a través de Goar Mestre. En 1968 con la entrada del gobierno militar nacionalista y antioligárquico, la televisión comienza a ser fuertemente criticada hasta que en 1971 se promulga la Ley General de Telecomunicaciones que reserva al Estado la explotación de la televisión. En 1975 con la destitución de Velasco Alvarado comienza el retroceso manifiesto por la actual transmisión de las series extranjeras comerciales, con la modalidad de que el Estado es el depositario del 51% de las acciones.(43)

El resto de los países con industrialización tardía no presenta ninguna particularidad digna de ser resaltada. En todos ellos la radiodifusión nace afiliada a los consorcios norteamericanos y en siete de ellos: Ecuador, Panamá, República Dominicana, Nicaragua, Honduras, El Salvador y Costa Rica, se da también una dependencia de Radio Programas de México.

El único caso que merece mención aparte es Cuba, ya que siendo un país cuya industrialización se da con la Revolución a partir de 1959, posee una infraestructura televisiva importante desde 1950. Es decir, junto con México y Brasil, es país pionero en esta industria. En Cuba, al igual que en México, se da el caso de un agente del gran capital que consigue concesiones para las dos cadenas norteamericanas: otra vez, G. Mestre.

El Primer Congreso de Educación y Cultura tras de señalar que los medios de difusión constituyen poderosos instrumentos de conformación ideológica, lleva a la toma de las siguientes medidas:

"1. Racionalización de instalaciones y equipos y concentración de los recursos para mejorar plantas y canales. 2. Extensión de las señales de radio y televisión. 3. Formación del departamento de controles remotos. 4. Fundación de Telerebelde. 5. Creación de la programación educacional universitaria." (44)

A partir de 1971, la televisión intenta modificar los hábitos estéticos heredados de la penetración ideológica anterior a la Revolución y proponer un modelo alternativo de comunicación colectiva.

HACIA LA DÉCADA DE LOS AÑOS OCHENTA

En el despunte de una nueva década resulta ocioso preguntarse por la presencia directa del capital NBC, CBS o ABC en la televisión latinoamericana. Si permanece o se ha retirado no tiene importancia alguna. Tras de treinta años de transmisiones televisivas quedó instaurado un modelo, una legislación, una tecnología. Quedaron a su cuidado las burguesías criollas y los Estados Nacionales. El capitalismo mundial entró en su nueva fase: la transnacionalización de la televisión mediante el control exclusivo de las innovaciones tecnológicas, operadas por agentes locales quienes se encargan además de difundir una imagen altruista de sus consorcios, vinculada a los medios académicos de mayor prestigio.

Esto, como producto de un ajuste del capitalismo mundial: En 1973, nace la Comisión Trilateral integrada por representantes claves del poder político y del económico en Estados Unidos, Japón, y Eu-

ropa Occidental; en la formación de la Comisión está el clan Rockefeller, cúspide del control de los medios electrónicos latinoamericanos. En ese año se invita a participar en la Comisión a Carter por ser gobernador de Georgia, con él entran todos los que posteriormente integrarán su gabinete al ser designado Presidente de los Estados Unidos. Esto significa "el asalto del poder por el grupo más representativo de los intereses transnacionales que haya tenido Estados Unidos en muchos decenios" (45). El encargado de reclutar a los miembros de la Trilateral fue Zbigniew Brzezinski, quien actúa como Jefe del Consejo de Seguridad Nacional y quien no sale del gabinete de Carter en julio de 1979 cuando se dieron las renunciaciones de la mayor parte de los secretarios que lo constituían.

Brzezinski en su libro "La era tecnocrática", esboza el marco en el que la Comisión Trilateral intenta desarrollar la televisión transnacional: "El estado-nación, en cuanto unidad fundamental de la vida organizada del hombre, ha dejado de ser la principal fuerza creativa: los bancos internacionales y las corporaciones multinacionales actúan y planifican en términos que llevan mucha ventaja sobre los conceptos políticos de estado-nación... En el plano formal, la política en su proceso global funciona más o menos como antaño pero las fuerzas que configuran la realidad interna de ese proceso, son cada vez más aquellas cuya influencia o alcance trasciende los límites nacionales".

Sin fronteras marcadas por los Estados Nacionales, ya sea por su participación con el capital monopólico o por su impotencia ante

la presión del mismo, la televisión transnacional en sus distintas modalidades técnicas marcha hacia los objetivos delineados específicamente por la Trilateral: "el desarrollo de nuevas técnicas, tales como cablevisión, y los cambios en las condiciones económicas, que hacen menos rentables a las audiencias masivas, son solamente los predecesores de una inminente revolución en las comunicaciones. Esto es, entonces, un campo en el cual debe hacerse una fuerte inversión de investigación y nuevos pensamientos en el plano internacional y en una base comparativa".(46)

Esta inversión en investigación y este anuncio de la revolución de las comunicaciones, se ha manifestado ya en México, país-fuente de innovaciones televisivas para América Latina; en julio de 1979, el consorcio Televisa realizó un Encuentro Mundial de Comunicación, con tres temas centrales: modelos, edad y revolución tecnológica de la televisión. En la primera parte se expusieron los modelos televisivos de los principales países miembros de la Trilateral, además del de la Unión Soviética y el de los dos países que mejor han ajustado el modelo norteamericano en Latinoamérica: Brasil y México.

La segunda parte fue relevante por la legitimidad que intelectuales y académicos dieron al actual papel de la televisión y en la tercera, se informó de las ventajas de los avances tecnológicos, anunciando implícitamente que en la medida que estos consorcios controlen satélites, televisión por cable, videogramas, a través de la propiedad de sus patentes, serán sólo ellos, y no los gobiernos latinoamericanos los que puedan imponer los términos de su utilización.

Este evento, así como otros que se tienen programados para 1980, evidencia que se están realizando con efectividad las tareas que Carter señaló para la International Communication Agency, el día 13 de mayo de 1978 cuando le encomendó a John E. Reinhardt su creación. (47)

Las funciones de esta agencia no son nuevas, simplemente moderniza las políticas comunicacionales que ya aplicaban la electrónica a la contrarrevolución (48) de acuerdo con los últimos avances tecnológicos y los reveses que ha sufrido el capitalismo mundial después del fracaso norteamericano en Vietnam (49).

Sin embargo, el imperialismo no es invulnerable. La misma historia de América Latina denuncia las rupturas que se dan cuando se intentan gobernar a base de contener, reprimir y someter a la clase trabajadora al servicio del capital monopólico internacional.

La clase obrera latinoamericana evalúa las experiencias habidas en los países que temporalmente lograron romper con el modelo de televisión transnacional y plantea dentro de sus programas de lucha, un uso distinto de la televisión a la vez que instrumenta formas alternativas de comunicación colectiva (50).

Sin necesidad de entrar al desglose ideológico de la programación televisiva, creemos haber dado elementos para pensar que el espectáculo electrónico es algo más que un simple entretenimiento casero.

México, agosto de 1979.

NOTAS

- (1) UNESCO. World Communications. A 200 country survey of press, radio, television, film. Gower Press/Unipub/The Unesco Press. 1975. p. 386.
- (2) Williams, Raymond. Los medios de comunicación social. Ediciones Península, Barcelona, España 1971. p. 29.
- (3) De Fleur, Melvin L. Teorías de la comunicación masiva. Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina. 1972. p. 111.
- (4) Para mayores datos sobre la filiación y desarrollo de estas corporaciones, así como para confrontación de fuentes originales, consultar:
 - Muraro, Heriberto, Neocapitalismo y comunicación de masa. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Argentina. 1974. Capítulo titulado: "La industria electrónica, las grandes cadenas y el desarrollo de la T.V."
 - Schiller I. Herbert. Comunicación de masas e imperialismo Yanki. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España, 1976. Capítulo titulado "Las comunicaciones internas norteamericanas"
- (5) Los estudiosos de la televisión latinoamericana objetarían esta información en base a la experiencia chilena: en este país son las universidades y el Estado las primeras en manejar la televisión. Cierto. Tampoco desconocemos lo que se afirma sobre Colombia. En ambos países al igual que en el resto de América Latina, el modelo norteamericano termina por imponerse. Más adelante analizaremos ambos casos.
- (6) Para un estudio a fondo del papel que juegan la radio y la televisión dentro del modo de producción capitalista consultar: "El surgimiento histórico de los aparatos de difusión de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital" Ponencia presentada por Javier Esteinou Madrid en el Tercer Congreso Nacional de Economistas. Marzo de 1979. Organizada por el Colegio Nacional de Economistas. México.
- (7) Thomas W. Lamont, "The effect of the War on America's Financial Position" En Academia Norteamericana de Ciencia Política y Social. The Annals. Julio de 1915. pp. 106-112. Citado por: Paul M. Sweezy y Harry Magdoff, Dinámica del capitalismo norteamericano. Editorial Nuestro Tiempo 1972. México p. 229.
- (8) National Broadcasting Corporation, filial radiofónica y televisiva de la Radio Corporation of America. Columbia Broadcasting System. Posteriormente se analizará el tipo de relación que en cada país guardan estos consorcios con las cadenas radiales latinoamericanas.

- (9) Citado por Herbert I. Schiller. ob. cit. p. 11
- (10) Pasqualli, Antonio. Comunicación y Cultura de masas. Monte Avile Editores. Caracas, Venezuela, 1963. p. 237.
- (11) Ibid: p. 238.
- (12) Pasqualli, Antonio. Datos presentados en los Cursos de Invierno 1978 "Comunicación y Dependencia en América Latina", organizados por el Centro de Estudios de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Febrero 1978.
- (13) Para mayores datos sobre el surgimiento de la industria radiofónica en México y para confrontación de fuentes originales, consultar: Fernández Christlieb, Fátima. "Gestación y desarrollo de la industria de radio y televisión" En Nueva Política Num. 3 "El Estado y la televisión. Julio-septiembre 1976. Distribución del Fondo de Cultura Económica. México.
- (14) Fuentes: Escritura No. 258 en libro de T. Crescencio Pacheco, notario Público de Monterrey, N.L. y Registro Público de la Propiedad de la Ciudad de Monterrey: Inscripción No. 35 del Libro de Tercero, Volúmen I, Folios 121 a 125. Edo. de Nuevo León, México.
- (15) Para profundizar en la teoría de la dependencia consultar: F. H. Cardoso. "Notas sobre el estado actual de los estudios de la dependencia" En: "Problemas del subdesarrollo latinoamericano" Varios autores. Editorial Nuestro Tiempo. 2a. ed. 1975. México.
- (16) Marini, Ruy Mauro. "El Estado en América Latina". En: Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No. 82 Octubre-Diciembre 1975. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. México.
- (17) Bambirra, Vania. El capitalismo dependiente latinoamericano. Siglo XXI Editores. Primer Edición. México 1974. p. 96.
- (18) Los datos sobre afiliación de estaciones radiofónicas en este año, fueron tomados de: Anuario Radiofónico Panamericano 1945-1946. No. 1 Año 1. Publicaciones Montañó. 1946. México.
- (19) En los análisis de la dependencia de los medios de difusión latinoamericanos son abundantes las referencias a la filiación de la SIP. Mattelart por ejemplo, menciona que Edwards Dueño de El Mercurio chileno fue en 1969 presidente de la SIP, por ser al mismo tiempo presidente de la filial chilena del IBEC (International Basic Economy Corporation) del Grupo Rockefeller. Véase: Mattelart, Armand. Los medios de comunicación de masas (la ideología de la prensa liberal en Chile) En: Cuadernos de la Realidad Nacional. No. 3 Marzo de 1970. CEREN, Universidad Católica de Chile.

- (20) Publicado en "El Heraldo de México" el 27 de abril de 1976. Sobre agregar que este es uno de los seis diarios mexicanos que pertenecen a la SIP como asociados.
- (21) El subrayado es nuestro. Tomado del discurso que pronunció Goar Mestre ante los directores y miembros de la Asociación de Radiodifusores canadienses. Citado por Vicente Verni, en: El quinto poder. Editora Ibero Americana. 1955. México. p. 168.
- (22) Anuario Radiofónico Panamericano. p. 169.
- (23) Verni, Vicente. Ob. cit. p. 177.
- (24) Mattelart, Armand. El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural. En: Comunicación y Cultura No. 1 Septiembre 1973. Editorial Galerna. Buenos Aires, Argentina. 1973. p. 152.
- (25) El texto de la carta aparece en V. Verni. Ob. cit. p. 204.
- (26) Para mayores detalles sobre la presión de Televisa en 1979, consultar: Fernández Christlieb, Fátima. "El derecho a la información y los medios de divusión masiva". En: México, hoy Siglo XXI Editores, 1979. México.
Los casos de las presiones efectuadas en 1960, 1969 y 1973 se encuentran en: Información colectiva y poder en México. Fátima Fernández Christlieb. Tesis de licenciatura. Universidad Iberoamericana 1975. México.
- (27) Estos puntos para la formulación de las Bases fueron revisados en las Asambleas Generales de la AIR celebradas en Puerto Rico en 1953 y Punta del Este, Uruguay en 1957.
Los 14 puntos básicos para la legislación de la radio pueden consultarse en: Fernández, José Luis. Derecho de la Radiodifusión. Edición del Autor. Impreso en Editorial Olimpo. 1960. México. p. 114.
- (28) Citado por Barros Lemez, Alvaro. En: La televisión en América Latina. Cuadernos ININCO Núm 4. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. Caracas. 1977. p. 4.
- (29) Verni, Vicente. ob. cit. p. 180.
- (30) Para un análisis de la posición de la UNESCO sobre los medios de información masiva, consúltese: Selser, Gregorio y Roncagliolo, Rafael. Trampas de la información y neocolonialismo. Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales. 1979. México.

- (31) El informe de la Comisión Cultural de la AIR sobre la reunión Latinoamericana de Expertos en Políticas Nacionales de Comunicación celebrada en Bogotá, Colombia, en julio de 1974 aparece comentado en el texto titulado Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina: los primeros pasos, de Luis Ramiro Beltrán, preparado para la Conferencia Internacional sobre Política y Planificación de Comunicación para el Desarrollo, abril 5-10, 1976, East West Center, East-West Communication Institute, University of Hawaii, Honolulu, Hawaii.
- (32) Discurso inaugural en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, Proyecto de Informe Final, UNESCO, San José, Anexo II, 12 de julio de 1976. Citado en: Selser y Roncagliolo. Ob. cit. p.63.
- (33) Documento Central de la Conferencia (COM-76/LACCOM/3) citado en: Díaz Rangel, Eleazar. Pueblos sub-informados Monte Avila Editores. Caracas, Venezuela. 1976. p. 17.
- (34) Para el agrupamiento utilizaremos la tipología de Vania Bam-birra. ob. cit. p. 23 y siguientes.
- (35) Los datos sobre estaciones afiliadas a la NBC y CBS fueron tomados de Anuario Panamericano ob. cit. p. 160 y sigs.
- (36) Para ampliar la información sobre el surgimiento, desarrollo y situación actual de la televisión argentina, consultar: Schmucler, Héctor. "Los medios masivos de comunicación en la Argentina". En: Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación Num. 4. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México: 1979. México. Muraro, Heriberto. ob. cit. y Muraro, H. El caso de Argentina, En: El Estado y la Televisión. Nueva Política. Num. 3 Vol. 1 Julio-septiembre 1976. México.
- (37) Citado por Rodríguez, Abelardía. En: El Estado y la Televisión Nueva Política. Núm. 3. 3 julio-septiembre 1976. México. p.113.
- (38) Fuente: Anuario Panamericano. ob. cit. p. 161.
- (39) Rodríguez, Abelardía. ob. cit. p. 115.
- (40) Para un análisis de la televisión en Brasil consultar: Morales Gómez, Daniel. El desarrollo de la televisión en Brasil SIDEC : Stanford University. Mimeo 1977.
- (41) Mayores datos sobre la televisión en Colombia en: Lás políticas de comunicación en Colombia. Estudio realizado por el Departamento Técnico de Causa Común bajo la dirección del Dr. Carrizosa Alajmo. Editorial de la UNESCO. 1976. París.
Y en Schenkel, Peter. La estructura de poder de los medios de

comunicación en cinco países latinoamericanos. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. (ILDIS). Estudios y Documentos No. 21. Santiago de Chile 1973.

- (42) Fuente: Anuario Radiofónico Panamericano 1945-1946. Más datos sobre la televisión en Uruguay, en: I.O.J. Uruguay and mass media today, Journalist's Affairs. Prague 1974.
- (43) Para ampliar la información sobre la televisión en Venezuela, consultar: Capriles, Oswaldo. En: El Estado y la Televisión. Ob. cit. Pasqualli, Antonio. Ob. Cit. El caso de Perú: Ortega, Carlos y Romero, Carlos. Las políticas de comunicación en el Perú. Editorial de la UNESCO, 1976. París Gargurevich Regal, Juan. En: El Estado y la televisión. Ob.cit.
- (44) Santana, Joaquín. Análisis del Caso de la televisión cubana En: El Estado y la televisión. ob. cit. p. 109 y sigs.
- (45) Alponete, Juan María. "Jimmy ¿quién?" En: Uno Más Uno. 19 julio 1979. México.
- (46) La gobernabilidad de la Democracia. Informe del Grupo Trilateral sobre la gobernabilidad de las democracias al Comité Ejecutivo de la Comisión Trilateral. En: La Comisión Trilateral y la coordinación de políticas del mundo capitalista. Cuadernos Semestrales del CIDE (Centro de Investigación y docencia económicas) Num. 2-3. 2º semestre 1977 - 1er. semestre 1978. México. p.392
- (47) Una síntesis del Memorándum de creación de la International Communication Agency aparece citado por Montoya, Alberto. Los medios masivos de información en América Latina y sus mensajes educativos. En: Morales, G. Daniel (Ed) Educación y desarrollo dependiente en América Latina. Editorial Guernika, 1979, México. p. 327
- (48) Para ampliar este punto léase: "El control de las comunicaciones en tiempo de crisis: la electrónica aplicada a la contrarrevolución. Capítulo del libro de Herbert I. Schiller. Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España 1976.
- (49) Para un esbozo de los avances en materia de tecnología televisiva consúltese: Bernstein W. Peter. "The networks are facing hordes of new competitors as cable and pay-tv systems spread and video gadgets proliferate". Fortune July 2, 1979. p. 64 y sigs.
- (50) Para una síntesis de las alternativas planteadas por la clase obrera en México consultar: Fernández Christlieb, Fátima. "La clase obrera alternativa al monopolio informativo" En: Proceso No. 143 30 julio 1979.