

PERPLEJIDADES COMPARTIDAS SOBRE LA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA

Por Elizabeth Fox

Que la comunicación, los modos y las formas en las cuales son producidos, transportados y recibidos la información y los símbolos entre los individuos, los grupos y las instituciones de una sociedad tiene un papel en la democracia, rara vez se pone en duda. En realidad, afirmar lo contrario significaría atribuir una neutralidad a la comunicación y sostener que su contenido, sus efectos y su tipo de organización no modifican la forma en que la gente actúa, piensa o no piensa. Actualmente muy poca gente defendería esta posición. Resulta empero más difícil resistirse al otro extremo, la inclinación a atribuir un rol causal y central a las comunicaciones en la conquista y la vitalidad de una sociedad democrática. Ante el fracaso de muchos esquemas de desarrollo político y económico para alcanzar la democracia, la cultura y las comunicaciones han llegado a ser vistas como la última avanzada de la diversidad y de la libertad. Esta tendencia ha sido señalada por Lasch: "A medida que el trabajo y la política se vuelven más antidemocráticos, nuestra cultura se vuelve más popular e igualitaria, al menos viéndola superficialmente. Las ideologías radicalizadas, fracasadas en el ámbito político, se refugian en programas culturales que preconizan la destrucción de una moral sexual represiva, de una ética del trabajo 'autoritaria' y autonegadora, de los estándares 'elitistas' de excelencia literaria y de objetividad intelectual".¹

Una inclinación similar a ver la comunicación como una panacea se da en las situaciones de mayor concentración de poder y de autoritarismo en América Latina. En vista de la frustración de las opciones políticas populares, los movimientos de cultura y de comunicación populares en ocasiones se ven instilados o permeados de un impulso o de una significación política más allá de sus posibilidades. Un ejemplo de ello es el papel que les ha sido atribuido a los mini-medios de oposición en Chile o a la literatura de cordel brasilera por parte de investigadores de la comunicación.

Quizás resulta imposible responder a este interrogante: ¿qué viene primero, la comunicación democrática o la sociedad democrática? La preocupación respecto de lo que constituye la comunicación democrática y cómo puede ser integrada a la sociedad está dándose tanto en América del Norte como en América del Sur y no hay respuestas fáciles. En estas notas exploratorias ése será el tema.

Antes de examinar lo que podría constituir las comunicaciones democráticas y de preguntarnos qué explica su relativa escasez y dónde reside su futuro, debo definir mejor lo que entiendo por comunicación. En el sentido más amplio la comunicación está compuesta por: 1) el *contenido*, o sea el mensaje, los símbolos, la información o los datos; 2) el *modo* en el cual el contenido es organizado y presentado; 3) el mecanismo de transferencia; 4) las instituciones dentro de las cuales tienen lugar 1), 2) y 3), incluyendo la propiedad, la regulación y la estructura financiera, y, por último, 5) el *impacto o los efectos* que la comunicación tiene sobre los individuos o grupos. Cuando me refiero a la comunicación aludo a lo que usualmente se conoce como medios de masa, mecanismos de transferencia de información tales como la radio, la televisión, la prensa, el cine, aunque en el análisis de la comunicación "alternativa" ampliaré el significado del término para incluir otras modalidades tales como teatro, danza, música, ya sean éstos transferidos por los medios masivos o no.

Uno podría preguntarse si el atributo de la democracia debería abarcar a todos los componentes de la comunicación a fin de que se la considere democrática en su conjunto. En otras palabras: contenido democrático, modos de organización y de presentación democráticos, mecanismos de transferencia democráticos, instituciones democráticas de propiedad, de regulación y financiamiento y, por último, efectos democráticos sobre la población. Si así fuese realmente el caso, la comunicación democrática supondría que el contenido fuera al mismo tiempo diversificado, representativo y libre de control. Lo mismo se aplicaría a los modos de organización y presentación. Los mecanismos democráticos de transferencia necesariamente estarían abiertos a ambos fines, existiendo libre acceso a su uso y a su recepción. Las instituciones de propiedad, los tipos de regulación y de financiamiento serían aquellos que, por una parte, crearán las condiciones para hacer posible lo anterior y, por otra, posibilitarán la representación de intereses de los diferentes grupos de la sociedad. Los efectos democráticos tendrían que ver con la diversidad, la participación, la representación y la libertad; en otras palabras, serían equilibrados, no manipuladores y no distorsionadores.

Según los momentos los críticos de la comunicación de masa han señalado acusadora o esperanzadamente todos y cada uno de estos componentes, haciéndolos responsables de la presencia o de la carencia de democracia en el funcionamiento de las comunicaciones en la sociedad. La tecnología moderna ha sido vista como la causa de la comunicación no democrática así como una solución para superarla. El contenido de los medios ha sido reglamentado, liberado, prohibido y manipulado. Los artistas han sido proscritos y subsidiados, impuesta la censura. Los medios han sido expropiados y legislados. La publicidad y otras formas de financiamiento han sido

analizadas y puestas a prueba en toda su complejidad e implicaciones.

Sin embargo, pese a la crítica y a la discusión, así como a los intentos de reforma y de cambio revolucionario, los medios masivos de comunicación en América del Norte y del Sur continúan operando según un modelo de funcionamiento monopólico vertical y comercial notablemente similar, insertos en sistemas que presentan diferencias sociales, políticas y económicas.² La televisión, la radio y la prensa en ambos continentes es en su mayor parte de propiedad privada y funciona comercialmente. La estructura de la propiedad se halla altamente concentrada vertical y horizontalmente, entre las diversas instancias de producción, difusión y distribución, y respecto de los otros medios.

El contenido ha sido visto como irrelevante, alienante y manipulador. El acceso y la representatividad son escasos o no existen.

No estoy diciendo nada nuevo, sino repitiendo las críticas habituales a los medios masivos. En realidad, todo esto ya resulta algo aburrido. El punto interesante surge cuando nos detenemos e intentamos ver qué podría explicar esa compartida escasez de comunicación democrática y exploramos opciones futuras.

Hemos identificado cinco componentes en la comunicación: contenido, modo de presentación, forma de transferencia, contexto institucional y efectos. Los primeros dos, contenido y modo, y el último, los efectos, han sido considerados democráticos en la medida que sean diversificados, representativos, libre de restricciones o de manipulación. La democracia es definida por la ausencia de limitación, predefinición y exclusión, antes que por una fórmula establecida.

Por otra parte, la estructura institucional y la tecnología han sido vistas como sujetas a limitación, reglamentación y legislación a fin de volverlas democráticas o de conducir las a crear las condiciones necesarias para la comunicación democrática.³ En conjunto no se puede legislar sobre las comunicaciones democráticas, pero quizás sí se pueda respecto de partes que la conforman. Esas partes son el marco institucional en el cual se da la comunicación y la tecnología por la cual es transferida.⁴

Veamos cómo han sido tratados ambos factores en el Norte y en el Sur, y si ellos explican la carencia de comunicaciones democráticas.

MARCO INSTITUCIONAL Y REFORMA DEL MISMO

En los Estados Unidos las bases principales del Estado de bienestar, para regular y establecer una burocracia capaz de elevar los niveles económicos y culturales de grandes sectores de la población, si bien al mismo tiempo creando relaciones de dependencia y fomentando actitudes de pasividad política, fueron establecidas antes de que se diese el crecimiento exponencial de los medios masivos de comunicación.⁵ Entre esa legislación uno esperaría hallar la referida a las comunicaciones. No obstante, salvo algunas excepciones, tales como el apoyo a artistas, las comunicaciones no fueron incluidas bajo el alcance general de la legislación social. Se le permitió a los medios que se desarrollaran según su propio impulso, principalmente comercial. La prensa, tradicionalmente protegida por la constitución como libre e independiente de la intervención gubernamental; la radio y la televisión reguladas a través de la distribución de licencias para operar en el espectro electromagnético a diferentes frecuencias "y servir el interés, la conveniencia y la necesidad públicas". Posteriormente fue aplicada una legislación antimonopólica para evitar un exceso de integración vertical y horizontal en la industria de las comunicaciones.

El resultado fue el rápido crecimiento, la diversificación y el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación estadounidenses, o de la industria cultural, como se la ha llamado tanto en el país como en el exterior. La revisión reciente de UNESCO sobre comunicación y sociedad, *Many Voices One World* ilustra este crecimiento.

"Cuantitativamente, la expansión de las comunicaciones en las últimas décadas ha sido firme e ininterrumpida, concordando con las tendencias demográficas educativas, sociales y políticas."⁶

Incremento 1950-1975	Porcentajes
Prensa (número de ejemplares, aparición diaria)	+ 77
Radio (número de escuchas)	+ 417
Televisión (número de televidentes)	+ 3235
Libros (número de títulos por año)	+ 111

El movimiento de reforma de los medios en los Estados Unidos implica principalmente intentos de influir sobre

el Estado a fin de que los modifique mediante el esquema directo de concursos de licencias y acceso y el indirecto a través de reglas, empleo y discusión pública.⁷ Los puntos propuestos por los movimientos de reforma de los medios no tuvieron que ver con los problemas más amplios de democratización, sino con temas tales como "la influencia de la propaganda sobre los niños o los efectos de los contenidos sexuales y de violencia presentes en los medios".⁸ Por una parte, el movimiento de reforma de los medios fue originariamente algo secundario, abarcando a grupos que querían influir sobre los medios en pro de otras metas, y por otra, tal como lo señalan Haight y Weinstein: "A través de su apelación al Estado para que modifique los medios, sugerían modificar un Estado altamente protector. Irónicamente, la razón por la cual hemos fijado nuestra atención directamente en los medios tiene mucho que ver con nuestra insatisfacción respecto de la conducta del Estado".⁹

Considerando el movimiento de reforma de los medios en su conjunto los mismos autores concluyen: "La iniciativa de la política de telecomunicaciones, que coincide con el movimiento de reforma de los medios al promediar la década de 1960, se ha trasladado a otros. Excepciones a esta tendencia se dan en las emisoras públicas de radio, como se demuestra en las provisiones impulsadas por grupos cívicos contenidas en la Public Telecommunications Financing Act de 1978: reuniones abiertas, consejos asesores y un mayor financiamiento para los productores independientes. Respecto de las áreas más restringidas de la televisión para niños y de la propiedad por grupos minoritarios, los esfuerzos han proseguido con algún grado de éxito. Pero la capacidad del movimiento de reforma de los medios para hacer progresos en cuanto al problema central del control de la ideología es, en el mejor de los casos, dudosa. Se ha quedado sin apoyo de base y se ha vuelto crecientemente dependiente de grupos de élite, fundaciones y del propio gobierno para realizar su programa".¹⁰

En América Latina la introducción y el crecimiento de los medios coincidieron, en su mayor parte, con un período que ha sido denominado "populista" en la mayoría de los países de la región. No obstante, existen significativas diferencias entre los diversos representantes de este movimiento, que puede abarcar desde Cárdenas, en México, hasta Vargas en Brasil, Perón en la Argentina y Rojas Pinilla en Colombia. Estos gobiernos fueron en general responsables de gran parte de la legislación inicial sobre los medios, la cual fue más allá de lo que abarcó en los Estados Unidos. En la mayoría de los países incrementó el papel del Estado para incluir la propiedad y gestión estatal de los medios de comunicación masivos, considerados servicios públicos, o variaciones de este concepto, como por ejemplo "recurso nacional" o "bien público". En los regímenes populistas la propiedad pública muchas veces llegó a significar el control estricto de los medios y el empleo de técnicas de propaganda a través de los medios del Estado. Uno de los pocos países donde ha sido estudiado el manejo de los medios bajo regímenes populistas ha sido Brasil. En una contribución a un simposio reciente sobre populismo y comunicación se analiza el papel del Departamento de Prensa y Propaganda (DIP) creado por el régimen de Vargas en 1939. El sesenta por ciento del contenido de los diarios era preparado por el DIP a través de la agencia nacional. La ley por la cual se creó el DIP describía las actividades del organismo en tanto "censor del teatro, el cine, la radio, la prensa, además de actuar propiciando reuniones populares en ocasiones patrióticas, la educación o la propaganda para turistas". El DIP distribuía 12.000 páginas mimeografiadas semanalmente, con noticias y comentarios sobre acontecimientos nacionales, a dos mil diarios nacionales o extranjeros. El DIP también empleó la radio, estimulando su expansión como medio de propaganda. Durante los primeros dos años de existencia, el organismo produjo 174 filmes y 868 trabajos documentales. Además del control directo y de la producción, las actividades relativas a la censura fueron intensas. A veces llegaron a la expropiación, como ocurrió con *O Estado de S. Paulo*, entre 1940 y 1945.¹¹ Una situación similar se dio en Colombia bajo el gobierno de Rojas Pinilla, quien en su presidencia estableció empresas de radio y televisión oficiales, como así también una estricta censura de los diarios y de las radios privadas.

Posteriormente, los medios de todos los países de América Latina, con la excepción actual de Cuba, adoptaron una modalidad comercial de operación de los medios. Esta modalidad comercial se mantiene aún en condiciones de propiedad mixta, como es el caso de la gestión compartida de la televisión por parte de las universidades de Chile o de Inravisión, en Colombia. El carácter de los medios se vuelve progresivamente comercial y vinculado más estrechamente con el mercado internacional de programación y tecnología. Esta tendencia ha sido ampliamente documentada por investigadores de América del Norte, América del Sur y Europa.¹² El hecho de que los medios se vuelvan más comerciales y menos directamente controlados por el Estado no ha significado, sin embargo, que se haya dado en ellos un incremento de la diversidad o del acceso a los mismos de diferentes sectores de la sociedad.

El movimiento de reforma en América Latina se ha preocupado en general por la censura y la libertad de prensa, o ha actuado en contra del contenido no nacional de los medios o bregado por un uso más desarrollado de la comunicación.

La crítica ejercida contra el contenido y la estructura no nacionales de los medios estuvo basada en argumentos nacionalistas. "Se trata de algo extranjero y por lo tanto no es bueno." Las políticas nacionales de comunicación fueron sugeridas por críticos y funcionarios que querían devolver a los medios su contenido autóctono, si es que tenían alguno. Esa fue la racionalidad, con variaciones, de la política de comunicación vigente durante la década

del setenta en Colombia, Perú, Venezuela, Brasil y Costa Rica. Casi unánimemente terminaron en fracasos. Fueron atacadas por los propietarios privados de los medios en tanto intervencionistas y por las asociaciones internacionales de medios como contrarias a las normas del libre flujo de informaciones y comunicaciones. En otras palabras, como no democráticas. La derecha las vio como de inspiración comunista y la izquierda como políticamente ingenuas, incrementando el poder de un Estado no necesariamente democrático. Con pocas excepciones, tales como la integración de "los sectores organizados de la sociedad" en la experiencia peruana respecto de los diarios de la ciudad capital, lo que se exploró en la formulación y ejecución de políticas de comunicación fue la opción sociedad civil/Estado.

LA PROMESA DE LA TECNOLOGÍA

Se considera tecnología democrática aquella que está necesariamente abierta a cualquier fin, con libre acceso al uso y a la recepción. Existen tecnologías que satisfacen estas características más que otras. Por cierto, la televisión por cable tiene un acceso potencial mayor, en el sentido de que ofrece la posibilidad de más canales que la emisión aérea. La tecnología de video es más barata y más fácil de usar que el cine. Empero, uno debe preguntarse cuál es la real diferencia, por ejemplo en el caso de México, entre una capacidad de 8 canales y una capacidad de 80 canales, con una población de 80.000.000. ¿Cuál es la diferencia entre 1 y 10.000.000 ó entre 1 y 1.000.000? ¿O la diferencia de precios entre una cámara de 35 mm y un equipo de video portátil? Las barreras económicas de ingreso a la tecnología de los medios existen a casi cualquier nivel, en especial en los países pobres. Ellas constituyen las primeras limitaciones al potencial democratizante de la tecnología.

Existen asimismo otras dos limitaciones al poder democratizante de la tecnología. Una es la descrita por Gitlin en su artículo sobre la nueva tecnología de video: "En resumen, el nuevo cuerno de la abundancia crea posibilidades menores, sólo menores, de que exista una diversidad capaz de propiciar la democracia. Los conglomerados actúan rápidamente. Como en otros dominios económicos, la competencia oligopólica de ninguna manera garantiza la apertura del nuevo espacio para una verdadera diversidad estética y política, por el contrario, generalmente lleva a una predecible combinación: homogeneidad por una parte, y fragmentación de los bienes de consumo y de los mercados, por otra. En cuanto a la diversidad de ideas y a la posibilidad de buscar la verdad —valores rectores en la teoría liberal del mercado cultural— el orden corporativo invariablemente las socava. La tecnología abre puertas y el oligopolio, que marcha detrás, las cierra".¹³

Las otras limitaciones se vuelven especialmente evidentes hoy en las dictaduras militares del Cono Sur. Independientemente del potencial inherentemente democrático que una tecnología pueda tener, el hecho es que quienes compran la infraestructura de la misma, sus propietarios, administradores y principales usuarios, son los militares. Esto se aplica tanto a las nuevas tecnologías en informática como a la televisión en color. La infraestructura de comunicación, los teléfonos, el almacenamiento de datos, el procesamiento y la capacidad de transferencia, la televisión en color, por cable y satélites están siendo comprados e instalados por los regímenes militares en los países en desarrollo.¹⁴ El ritmo de introducción e incremento de estas tecnologías en los países en desarrollo se asimila al de los Estados Unidos, pero en condiciones muy diferentes de control y conocimiento públicos. Esta diferencia debe ser considerada en relación con el potencial inherentemente democrático o no democrático de la tecnología y del uso al cual es destinada.

POSIBILIDADES DE UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA

La respuesta al interrogante ¿qué constituye la comunicación democrática y cómo puede ser integrada a la sociedad? continúa siendo elusiva. No parece haber una contestación establecida, y me hago cargo de mi inclinación a continuar explicando la comunicación democrática por lo que no es, antes que por lo que es. No obstante, quizás allí se halle la respuesta.

La comunicación democrática no posee un contenido determinado ni tiene que ver con una forma del medio, tampoco es una fórmula establecida que pueda ser aplicada a cualquier sistema de medios. No es algo envasable para arrojar al mercado internacional como una panacea. No tiene una solución tecnológica simple (la influencia masiva de cámaras de video, exhibidores de *slides*, radios portátiles y satélites en el Tercer Mundo y en los países industrializados tiene sus consecuencias sobre la sociedad, pero ella no es una simple función de la tecnología; finalmente la inversión masiva por parte de los regímenes militares en las tecnologías de la comunicación llegará a ser heredada por alguien, momento en el cual surgirá la cuestión de si se es esclavo o amo de la tecnología).

La falta de comunicación democrática no es el resultado de la crisis del Estado de bienestar. En realidad, el Estado de bienestar nunca tuvo mucho para decir respecto de la comunicación, al menos directamente. La preocupación no estaba puesta en el problema de la participación democrática, sino más bien en asegurar la existencia de una democracia liberal a través de la regulación del sistema económico. (Quizás indirectamente, el Estado de bienestar, al no facilitar la formación de identidades colectivas o la asunción de responsabilidades

individuales en la sociedad puede ser visto, al menos parcialmente, como culpable del lento avance de los medios masivos y de la cultura de masas en los Estados Unidos.)

Si bien no inicialmente, los reformadores de los medios tanto de América del Norte como del Sur trataron de modificar una parte de los aspectos sociales y económicos tratados por el Estado de bienestar a través del aparato del Estado. Muchos de esos cambios se hicieron en nombre de la democracia y del desarrollo. Sin embargo, los cambios en el sentido de una mayor democratización de las comunicaciones han sido percibidos como el resultado de cambios en uno u otro aspecto del contexto institucional existente de los medios, rara vez desde la perspectiva de la gente protagonista de las nuevas pautas de comunicación. Se ha pensado qué esto lleva al *tokenism*, o a la paradoja de un proceso no democrático de elaboración de la política para alcanzar una pauta nacional de comunicación democrática, como fue señalado por R. White.¹⁵

La reforma de los medios y los esfuerzos en pro de una redemocratización han llegado a verse desprovistos de apoyo popular, y en el caso de América Latina se han vuelto dependientes de los propios gobiernos (en este sentido el papel de la UNESCO en la región es testigo).

White señala que quienes elaboran las políticas y los investigadores "rara vez han ido más allá de una organización particular de los medios para analizar los movimientos socio-políticos que han influido sobre esa organización. En cambio, el foco ha estado puesto en las organizaciones de medios existentes, en el contenido de sus mensajes, en la significación de la nueva tecnología de los medios o en otros aspectos del tema autocontenido de los medios. Se supone que los medios son la causa de aquello que debe ser explicado. La investigación se dirige a la influencia de los medios sobre la sociedad, pero no ha generado explicaciones acerca de cómo la sociedad ha producido una forma particular de medio o aclarado las exigencias. y las responsabilidades de esos medios.¹⁶

El examen de los movimientos socio-políticos que han incidido en la organización de los medios en América Latina y en los Estados Unidos muestra cómo una sociedad genera una forma particular de medios. Ese es un primer paso sólido hacia la identificación de opciones para comprender la forma en que surgen nuevas instituciones de comunicación, a partir de condiciones históricas específicas y dentro de las demandas conflictivas de una sociedad.

Así como hoy en la Argentina las comunicaciones democráticas serían el logro de los derechos básicos de una prensa libre, en condiciones diferentes aquéllas serán el intento de integrar la diversidad cultural y étnica en los medios masivos. La redemocratización de las comunicaciones se vuelve una realidad solo en el proceso de redemocratización de la sociedad, como parte de la estructuración de identidades y la articulación de las demandas y reivindicaciones de los movimientos sociales.

Ese examen mencionado proporciona un terreno firme para analizar e intercambiar opiniones entre América del Norte y del Sur sobre la comunicación democrática.

Traducción de "*Shared perplexities: democratic communication*", realizada por Mario R. dos Santos.

¹ Lasch, Christopher, "*Theme notes*", en *Democracy*, vol. 1, núm. 4, Nueva York, 1981, Pág. 5.

² Dieciséis de los treinta y un países del mundo que siguen el modelo estadounidense de los medios se hallan en América Latina. Cf. Portales, Diego, "*Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina*", en *Comunicación alternativa y cambio social*, compilador, Máximo Simpson Grinberg, UNAM, México, 1981, Pág. 69.

³ Como observó White recientemente, "casi todos los principales modelos de política respecto de las comunicaciones públicas durante los últimos cien años u más han sido propuestos en nombre de la democratización de la comunicación". "A partir del intento del modelo libertario de desembarazar a la prensa de los grillos de la censura política monárquica u oligárquica, y permitir a todos que expresen sus ideas abiertamente, hasta el uso de la propaganda para liberar a los medios de la dependencia de patrones de riqueza o de intereses políticos. Posteriormente, los modelos de sistemas de emisoras públicas nacionales, el concepto de modernización-difusión de la comunicación para el desarrollo y el uso de las nuevas tecnologías informativas". White, Robert, "*Contradictions in Contemporary Policies for Democratic Communication*", trabajo presentado en la International Association for Mass Communication Research, París, septiembre de 1982.

⁴ Esto no significa que bajo la cobertura de propugnar medios mis democráticos o en el marco de movimientos auténticamente democráticos no se hayan hecho intentos de predeterminar y "legislar" el tipo de contenido o de forma que deberían tener los medios. Tal es el caso de algunos de los experimentos de cambios en los medios hechos durante el gobierno de Velasco, en Perú. En el debate sobre la cultura de masas también existe la posición de no legislar y no regular ningún aspecto de los medios. Esta posición es descrita por Lasch como sigue: "La característica más notable del debate actual sobre la cultura de masas es que mucha gente de la izquierda, ansiosa por exculparse de la sospecha de elitismo, recurre a un tipo de ideología de la libre empresa para defender la cultura de masas, lo cual ellos hubiesen repudiado si lo hubiesen utilizado otros como argumento, por ejemplo, contra la regulación gubernamental de la industria." Cf. Lasch, Christopher, "*Mass Culture Reconsidered*", en *Democracy*, vol. 1, núm. 4, Nueva York, 1981, Pág. 11.

⁵ "Este período de rápido crecimiento de la transmisión y recepción radiales se extendió entre 1921 y 1948, lapso en que el

número de estaciones se incrementó de 1 a 1900, en tanto la cantidad de hogares que poseían uno o más aparatos de radio se elevó de 1 hasta casi 38 millones. El período de rápido incremento de la transmisión y de la recepción televisiva fue de 1947 a 1955; durante él la cantidad de estaciones se elevó de 15 a 437 y la cantidad de hogares que poseían aparatos de televisión pasó de 14.000 a casi 37.700.000". Cf. Macheup, Fritz, *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, Princeton University Press, 1972, Pág. 250.

⁶ International Commission for the Study of Communication Problems, *Many Voices, One World*, Kogan Page, Londres, 1981, Pág. 58.

⁷ Haight, Timothy, y Weinstein, Laurie R., "Changing Ideology on Television by Changing Telecommunications priority. Notes on a contradictory situation"; en McAnany, Emile, Schnitman, Jorge, y Janus, Noreene, compiladores, *Communication and Social Structure*, Praeger Publishers, Nueva York, 1981, Pág. 111.

⁸ White, Robert, ob. cit., Pág. 11.

⁹ Haight, Timothy, y otros, ob. cit., Pág. 111.

¹⁰ Idem, Pág. 140.

¹¹ Faro, J. S., "A comunicação populista no Brasil: o DIP e a SECOM", en *Populismo e comunicação*, José Marqués de Melo, coordinador, Cortez Editora, San Pablo, 1981, págs. 85 a 90.

¹² Los sistemas de televisión y de radio sudamericanos son prácticamente idénticos en cuanto a formato, estilo, contenido de avisos y programación a sus contrapartes norteamericanos. El cine, con cierta excepción en el caso de la Argentina y posteriormente en México y en Brasil, se halla dominado por filmes estadounidenses. Revistas, libros de historietas, tiras cómicas y los servicios por cable internacionales los siguieron inmediatamente. En algunos casos se da la propiedad directa de los medios latinoamericanos por parte de compañías estadounidenses y en otros aparecen arreglos más complejos de programación y de venta de propaganda, así como transferencias de tecnología, etcétera, que profundizan la evolución del estilo estadounidense de los medios en América Latina. Cf. Ramiro Beltrán, Luis, y Fox, Elizabeth, *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*, Nueva Imagen, México, 1980; Kaplun, Mario, "La comunicación de masas en América Latina", en *Educación Hoy*, núm. 5, Bogotá, 1973; Mattelart, Armand, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1976, y del mismo autor, *Multinacionales y sistemas de comunicación: los aparatos ideológicos del imperialismo*, Siglo XXI, México, 1977; Schiller, Herbert I., *Mass Communications and American Empire*, Beacon, Nueva York, 1971; Varis, Mario, *International inventory of television programme structure and the flow of TV Programmes between nations*, Research Institute and the Institute of Journalism and Mass Communications, University of Tampere, 1973, y Wells, Alan, *Picture-tube imperialism. The impact of U.S. television on Latin America*, Orbis Books, Nueva York, 1972.

¹³ Gitlin, Todd, "Cabled democracy", en *Democracy*, vol. 1, núm. 4, Nueva York, 1981, Pág. 70.

¹⁴ Mattelart, Armand, Schmucler, Héctor, "Telecomunicaciones e informática, inventario para el futuro", en *Crítica y Utopía*, núm. 7, Buenos Aires, 1982.

¹⁵ White, R., ob. cit., Pág. 1.

¹⁶ Idem, Pág. 29.