
ESTUDIOS: EXPANSION AUDIOVISUAL

LA INDUSTRIA DE LO AUDIOVISUAL

EQUIPO COMUNICACION

“Los problemas son los que determinan las soluciones”
(Axioma de la empresa Control Data)

A finales de la década de los años setenta Bernard Chevry-Comisario General para aquel entonces de la V.I.D.C.A., es decir el Mercado Internacional de Video-Cassettes— apuntaba que “el desarrollo increíble de la video-cassette y del video-disco, apoyado por una inversión de muchos millones de dólares en el campo de la investigación tecnológica en numerosos países, anuncia la revolución más grande de los medios de comunicación desde la aparición de la televisión (. . .) **Ha nacido una nueva industria** (sub. nuestro), la cual está destinada a convertirse en una de las empresas más significativas y más beneficiosas de nuestro tiempo” (1). Pareciera que la profecía de Mc. Luhan se ha cumplido, es decir, lo “audiovisual en expansión”, lo audiovisual superando y sobrepasando con creces la “Galaxia de Gutenberg”. Marshall Mc. Luhan, “profesor, profeta, poeta y provocador” canadiense nos dirá, a manera de epitafio definitivo según él, que empezamos de nuevo, ahora sí, a estructurar los sentimientos y emociones primordiales, de los cuales nos divorcíamos 3.000 años de leer y escribir. **Empezamos de nuevo a vivir un mito.** (2)

No nos atrevemos a sostener que lo escrito —lo lingüístico propiamente dicho— esté fene- ciendo. De lo que sí estamos seguros, es que lo audiovisual ha ido adquiriendo definición propia y límites precisos. Hoy, lo audiovisual no solamente sirve para designar la utilización de los medios audio y/o visuales, sino que el término involucra una serie de tecnologías que engloban múltiples usos del audio y/o de lo visual. La radio, el cine en sus diversos formatos, y la televi- sión siguen siendo “medios audiovisuales”, pero junto a ellos están los “nuevos media”: video, televisión por cable, video-disco, video-cassette, videotex, teledistribución, redes de telecomuni- caciones, video-juegos, satélites bajo distintas formas de transmisión . . . y paremos de contar en espera de lo que nos traerá el futuro. Un futuro determinado por la industria de lo audiovi- sual en expansión y no por la necesidad de lo audiovisual en expansión.

PANORAMA MUNDIAL, UNA VISIÓN A VUELO DE PAJARO

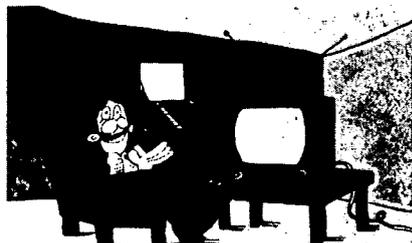
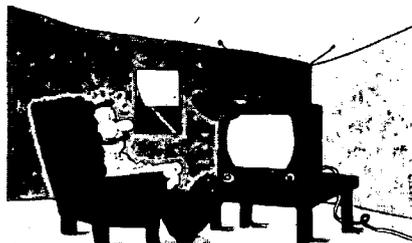
En las sociedades industrializadas está surgiendo, tal como nos lo apuntan estudiosos de la Universidad de Stanford, entre ellos E. Parker (3), un nuevo sector de la economía el cual está referido al estrato de la información /comunicación. Allí, la informática y las nuevas tecnologías audiovisuales ocupan un lugar prominente. Gracias a esos dos grandes complejos industriales, se puede hoy día hablar con toda propiedad del sector cuaternario de la economía. En este sector se da una conjunción perfecta a dos niveles: poca o inexistente diferenciación entre la producción de hardware —equipamiento de transmisiones— y software— programas y su preparación, contenidos—, y el matrimonio cada vez más perfecto entre industria informática y audiovisual, la telemática (4). Y todo ello concentrado en pocas manos y en pocos países.

En sociedades como la norteamericana, la japonesa y en algunos países de la Europa Occidental (la Comisión Trilateral) este sector nuevo de la economía tiene un crecimiento que se mide en términos de facturación, de empleos creados, de innovaciones, de nuevos mercados, de ganancias realizadas a través de la exportación y récords de ventas impresionantes. Algunos cuadros de muestra nos darán una idea aproximada de este tipo de imperialismo que empezó a surgir a comienzos de los años ochenta. Quizás, se trata de la "aldea global" anunciada y profetizada en todas las obras de McLuhan, pero una aldea dividida y fragmentada en dos: opulencia económica/comunicacional de una parte y miseria de la otra:

CUADRO I

PRODUCCION (I) Y EXPORTACION (II) DE EQUIPOS ELECTRONICOS EN SEIS PAISES (Mil Millones de Dólares)

	EE.UU.		Inglaterra		RFA		Francia		Italia		Japón	
	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II
1980	78,8	19,7	10,7	4,8	19,7	7,9	11,8	3,8	2,6	1,9	37,6	15,9



CUADRO II

PODER COMPETITIVO DE LA PRODUCCION DE LOS PAISES CAPITALISTAS INDUSTRIALIZADOS

1. JAPON	
<p>2. SUIZA</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">3. EE.UU. <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">4. RFA</div> <p>5. SUECIA</p> <p>6. FINLANDIA</p> <p>7. AUSTRIA</p> <p>8. NORUEGA</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">9. DINAMARCA</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">10. HOLANDA</div> <p>11. CANADA</p> <p>12. AUSTRALIA</p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">13. BELGICA Y LUXEMBURGO</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">14. INGLATERRA</div> <p>15. FRANCIA</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">16. IRLANDA</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">17. ITALIA</div> <p>18. NUEVA ZELANDA</p> <p>19. ESPAÑA</p> <p>20. TURQUIA</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">21. GRECIA</div> <p>22. PORTUGAL</p>

[Según European Management Forum]

CUADRO III

PARTE DE EE.UU. EN LAS EXPORTACIONES CAPITALISTAS MUNDIALES DE ALGUNAS MAQUINAS Y EQUIPOS (%)

	1962	1970	1979	Disminución de la parte de EE.UU. (1962-1979)
Vehículos automotores	22,6	17,5	13,9	38,5
Aviones	70,9	66,5	58,0	18,2
Aparatos de telecomunicaciones	28,5	15,2	14,5	49,1
Máquinas herramienta	32,5	16,8	21,7	33,2
Maquinaria agrícola	40,2	29,6	23,2	42,3

**QUIEN ES QUIEN ENTRE LAS MAYORES
TRANSNACIONALES DE LOS TRES CENTROS:
EE.UU., CEE, JAPON**

EE.UU.	Rama industrial	Ventas (mil millones de dólares)
1. Exxon	petróleo, petroquímica	97,1
2. General Motors	automóviles	60,0
3. Mobil	petróleo, petroquímica	59,9
4. Texaco	petróleo	46,9
5. Ford Motor	automóviles	37,0
6. International Business Machines	equipos electrónicos	34,3
7. Standard Oil of California	petróleo	34,3
8. E.I. du Pont de Nemours	química	33,3
9. Gulf Oil	petróleo	28,4
10. Standard Oil (Indiana)	petróleo	28,0
11. General Electric	equipos electrotécnicos y electrónicos	26,5
12. Atlantic Richfield	petróleo	26,4
13. Shell Oil	petróleo	20,0
14. U.S. Steel	siderurgia	18,3
15. Occidental Petroleum	petróleo	18,2
16. ITT	telecomunicaciones	15,9
17. Philips Petroleum	petróleo	15,7
18. Sun	petróleo	15,5
19. Tenneco	construcciones navales, maquinaria	15,2
20. United Technologies	aviones	13,5
21. Standard Oil (Ohio)	petróleo	13,2
CEE		
1. Royal Dutch-Shell (anglo-holandesa)	petróleo	83,7
2. British Petroleum (inglesa)	petróleo	51,3
3. ENI (italiana)	petróleo	27,5
4. IRI (italiana)	siderurgia, maquinaria, alimentos	24,8
5. Unilever (anglo-holandesa)	alimentos, química	23,1
6. Française des Petrol (francesa)	petróleo	20,0
7. Elf-Aquitaine (francesa)	petróleo	17,3
8. Siemens (RFA)	equipos electrotécnicos y electrónicos	16,9
9. Philips (holandesa)	equipos electrónicos y radiotécnicos	16,0
10. Daimler-Benz (RFA)	automóviles	16,0
11. Renault (francesa)	automóviles	15,8
12. BAT Industries (inglesa)	tabaco	15,4
13. Volkswagen (RFA)	automóviles	15,4
14. FIAT (italiana)	automóviles	15,3
15. Hoechst (RFA)	química	14,4
16. Bayer (RFA)	química	14,3
17. BASF (RFA)	química	12,9
18. Thyssen (RFA)	siderurgia, maquinaria	12,9
19. Imperial Chemical Industries (inglesa)	química	12,8

Japón

1. Nissan Motor	automóviles	16,4
2. Hitachi	equipos electrónicos	16,2
3. Toyota Motor	automóviles	15,6
4. Matsushita Denki	equipos electrónicos	14,8
5. Shin Nipon Seitetsu	siderurgia, maquinaria	14,4
6. Mitsubishi Jukogyo	automóviles, maquinaria	13,2

Datos de la "Fortune" (EE.UU.) correspondientes a 1982.

CUADRO IV

**LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL MERCADO
AUDIOVISUAL MUNDIAL**

N.º de orden Compañía	Nacionalidad	Volumen ventas sector audiovisual en millo- nes de dó- lares en 1978	Participa- ción de la cifra de ventas sector au- diovisual en el grupo
1. Philips	Países Bajos	4.530	30 %
2. Matsushita	Japón	4.300	43 %
3. Sony	Japón	2.050	85 %
4. Sanyo	Japón	1.480	49 %
5. Toshiba	Japón	1.380	24 %
6. Hitachi	Japón	1.300	ca. 14 %
7. R. C. A.	Estados Unidos	1.200	ca. 18 %
8. Grundig	R. F. de Alemania	1.140	92 %
9. Zenith	Estados Unidos	980	100 %
10. Pioneer	Japón	936	100 %
11. G. T. E.-Sylvania	Estados Unidos	870	ca. 10 %
12. General Electric	Estados Unidos	780	4 %
13. A. E. G. Telefunken	R. F. de Alemania	700	ca. 12 %
14. Thomson-Brandt	Francia	660	13 %
15. Thorn	Gran Bretaña	650	33 %
16. Blaupunkt (R. Bosch)	R. F. de Alemania	550	11,5 %
17. Sharp	Japón	460	35 %
18. I. T. T.	Estados Unidos	400	2,5 %
19. Rockwell	Estados Unidos	350	6 %
20. Rank	Gran Bretaña	300	34 %

(Fuente: Memorias anuales)

CUADRO V

LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN EL MUNDO

UNIDADES	Producción mundial		Principales países productores y participación en la producción mundial		Consumo interior a precios de fabricante a distribuidor	
	1976	1976	1976	1978	1978	1978
	Millones de unidades	%	ESTADOS UNIDOS	JAPON	Europa Occidental	
<i>Programas</i>						
Televisión			Estados Unidos	50 % ¹		
Cine			Estados Unidos	40 %		
Discos						
<i>Material electrónico destinado al gran público</i>						
Todos los medios						8.646
Televisores en color			Japón	33 %		5.568
Televisores en blanco y negro	60		Extremo Oriente	50 %		2.388
Receptores de radio y autorradios	131		Hong Kong	30 %		129
			Extremo Oriente	61 %		224
Tocadiscos			Japón	33 %		342
Equipos de Alta Fidelidad			Japón	66 %		1.573
Magnetófonos	55		Japón			1.057
Maghetoscopios			Japón			301
						157
						889
						1.416
						1.270
						163

1. Los films norteamericanos representan la mitad de los ingresos cinematográficos mundiales.
(Fuente: Electronics, Agafi e informaciones personales)

Tal como podemos apreciar por todos los cuadros de muestra, y siguiendo algunas de las acotaciones que hace el economista y periodista Félix Goriunov de la Revista **Tiempos Nuevos**, los centros de fuerza y de capital hoy sí son los Estados Unidos, la Comunidad Económica Europea (CEE) y Japón. "El negocio transnacional, con todo el poderío industrial y financiero de cada uno de los tres centros, no puede conquistar un lugar bajo el sol capitalista sin apoyarse en el potencial económico, científico, técnico, político y militar de "su" Estado o de "su" agrupación interestatal (. . .) Este apoyo es indispensable para los monopolios internacionales, máxime cuando las condiciones de reproducción de capital transnacional se complican sin cesar". (5)

Cada día más, desde finales de la década anterior, se van definiendo los campos entre "viejas" y "nuevas-sofisticadas" tecnologías. Así, podemos ofrecer dos esquemas que nos demuestran cómo se van delimitando claramente los campos de la comunicación y cómo es el movimiento de los capitales de la industria de la comunicación en Estados Unidos. Igual sucede en los centros industrializados de la Europa Occidental (CEE) y el Japón. En el Esquema I: El Campo de la Comunicación, vemos que hacia el centro del eje de coordenadas se van concentrando los nuevos mercados. La distinción se esfuma allí entre equipo lógico y material, entre contenido y continente. Desde esa perspectiva, tal como nos lo demuestra el esquema, quien domine las nuevas tecnologías de información y de comunicación poseerá, controlará o influirá, en consecuencia, los medios tradicionales del cine, la prensa, de la radio o de la televisión, las constructoras de materiales o las redes telefónicas. La competencia cubre, pues, el conjunto del campo de la comunicación. En el Esquema II: El Movimiento de los Capitales, se aprecia que estos tienen orígenes diversos (informática, teléfonos, edición, agencias de viaje, etc.), pero tienden a concentrarse en las redes y los equipos lógicos. Se trata de un movimiento centrífugo de capitales, movimiento que es ya muy sustancial, aun cuando, indudablemente, no ha logrado todavía toda su amplitud (6).

MANUAL DE TELEMÁTICA

Facsímil: Conectado al teléfono, transmite a distancia cualquier tipo de documento. Estará en los hogares españoles a finales de esta década.

Datáfono: Instalado en comercios, gasolineras y puestos de peaje de las autopistas, permite al usuario de una tarjeta de crédito que el pago de su compra o servicio sea cargado al instante en su cuenta corriente.

Teletex: Dirigido hacia las oficinas, es una máquina de escribir *inteligente*, quinientas veces más rápida que el télex.

Videotex: A través de él se

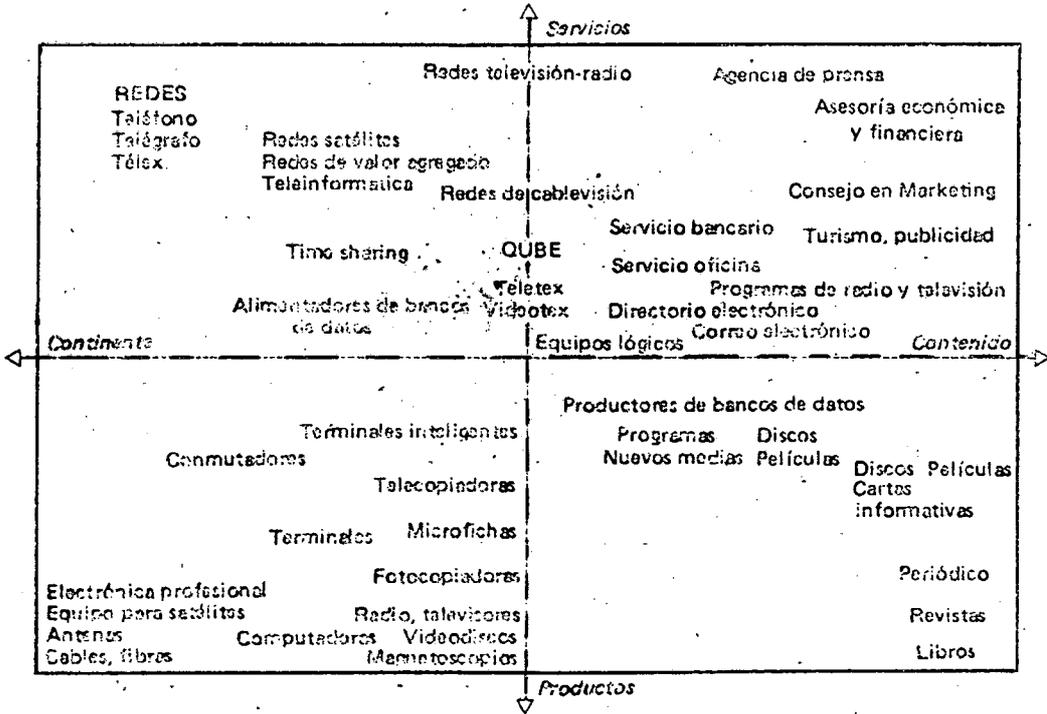
podrá acceder, desde el hogar, despacho y oficina, a las bases de datos de forma interactiva (sistema de pregunta-respuesta), utilizando la red telefónica y con ayuda de un microordenador y el televisor.

Telealarma: Un servicio muy útil que, a través de sensores, permite la comunicación inmediata con la Policía, Bomberos, servicios médicos de urgencia, etcétera, cuando hay alguna incidencia.

Videoconferencia: Dos personas entre sí, a distancia, se pueden oír, enviar mensajes gráficos y verse. El televisor sirve de terminal.

Esquema No. 1

EL CAMPO DE LA COMUNICACION



diálogosocial

Revista Mensual Centroamericana fundada en 1967.

Una aproximación científica y periodística a los sucesos que conmueven la realidad latinoamericana y en especial a centroamérica, en la óptica del proyecto histórico de nuestros pueblos. Un intento de pasar revista a los acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales con el ojo clínico e incisivo que ayuda a encontrar la verdad.



Edita:



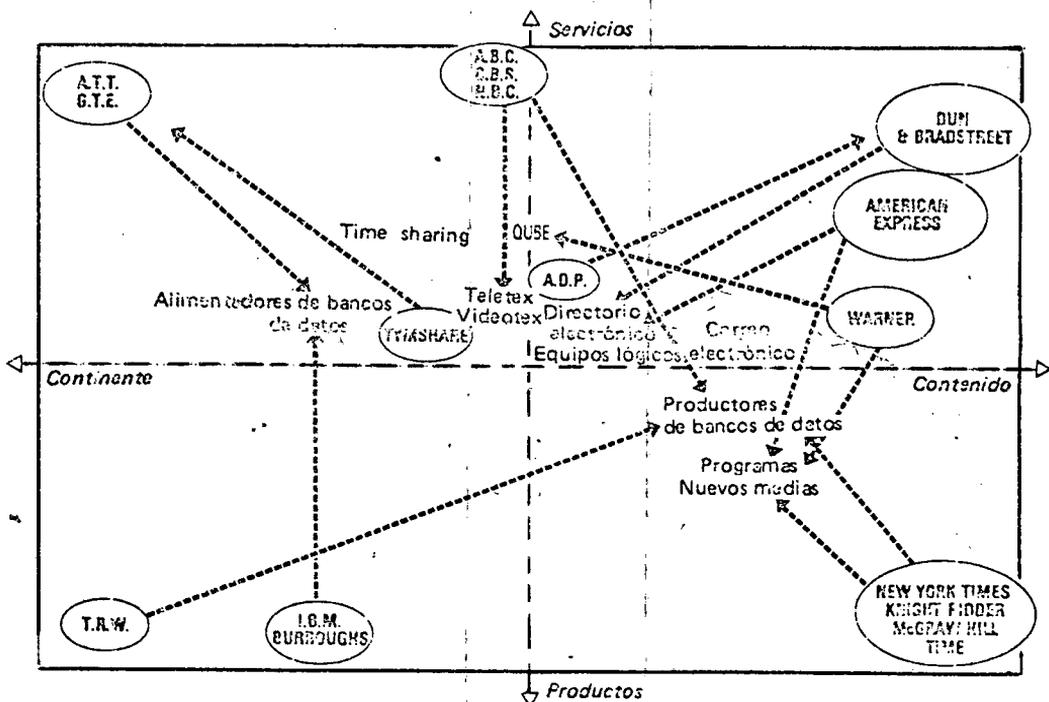
Centro de Capacitación Social

Suscríbase por correo aéreo al
Apartado 9A-192
Calle 66 Ac.
Panamá, R.P.
Teléfono: 26-6971

Costo para Latinoamérica y España
US\$25; EE.UU., Europa y Canadá US\$35;
Africa, Asia y Oceanía US\$40.

Esquema No II

... Y EL MOVIMIENTO DE LOS CAPITALES



CUADRO VI

LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN ESTADOS UNIDOS

	Consumo interior	Importación	Exportación
	Precios de fabricante a distribuidor		
	Precios de venta al público		
Programas			
Todos los medios			16.408
Televisión			5.890
Radio			2.250
Teledistribución			1.040
Televisión de pago			200 ¹
Edición en video			38 ¹
Cine			3.490
Discos			3.500

*Material electrónico
destinado al gran
público*

Todos los medios	8.119	11.000 ²	2.850	147
Televisores en color	3.269		501	65
Televisores en blanco y negro	542		294	16
Receptores de radio	509		579	7
Autorradios	534		176	28
Tocadiscos	602		280	31
Equipos de Alta Fidelidad	1.275			
Magnetófonos	1.388		861	—
Magnetoscopios			159	—

1. Cifras de 1978.

2. Estimación.

(Fuente: *Television Factbook, Variety, Videopublisher*)

“La aparición de la video-cassette-escribía J.C. Batz- a principios de los años setenta constituye un acontecimiento de gran alcance. En la historia de los medios de expresión audiovisuales este acontecimiento es tan importante como lo fuera, hace veinte años, la aparición de la misma televisión. Examinando los fenómenos desde la perspectiva del tiempo, en la historia cultural de la humanidad la importancia de la video-cassette, a los ojos de las generaciones futuras, podría ser análoga a la que durante muchos años hemos reconocido al libro impreso”. (7)

Y como para atestiguar ese hecho, un cable de la agencia IPS/Tercer Mundo en 1980 señalaba con asombro el hecho de que “una nueva revolución en el negocio electrónico anuncia la industria de la televisión para los años ochenta. El nuevo producto, en que los japoneses nuevamente han tomado la delantera, es el grabador de video o “video-cassette”. Las industrias del sector calculan que durante 1980 habrán vendido 400 mil aparatos tan sólo en Alemania Federal, lo que significará un ingreso bruto de 600 millones de dólares (. . .) Para 1985, la industria de este aparato piensa vender 1,5 millones de unidades anualmente en Alemania Federal (. . .). La producción japonesa sobrepasó este año -1979- los cuatro millones de aparatos, lo que significa una producción diez veces mayor que la de los consorcios Philips/Grundig. En los Estados Unidos, donde existen más de cien millones de televisores en colores, es decir condiciones ideales para el desarrollo del negocio con los “grabadores de video”, los japoneses han arrasado con el mercado. (. . .) Hasta hoy, las gigantes japonesas Matsushita y Sony, cada cual con sus representantes bajo licencia, han vendido 1,75 millones de aparatos grabadores. El negocio, ha traído consigo la creación de numerosas actividades paralelas. Las grandes empresas del cine norteamericano en Hollywood, descubrieron también, el **supernegocio**. En este año, empresas como la Cen20TH Century Fox y otras vendieron conjuntamente cerca de 170 millones de dólares en copias de sus más famosas películas. Las mejores producciones de los años treinta y cuarenta, se venden tan bien que se han convertido en un excelente negocio, cuyos ingresos son prácticamente netos, ya que las viejas películas están más que amortizadas. El negocio ha sido tan bueno para los gigantes del cine, que las empresas cinematográficas han comenzado a grabar sus nuevas producciones directamente en “video”, además de su forma tradicional (. . .) (8).

Hoy, tal como hemos visto por los cuadros presentados, lo que apunta el cable de IPS/Tercer Mundo ha sido más que superado, y no sólo en el negocio del “video” bajo la fórmula casera, si-

no en toda industria de lo audiovisual. Allí están las cifras, las referencias y las realidades para indicarnos que hoy por hoy se puede hablar de un nuevo "imperialismo" diseñado a través del control de la industria de la información / comunicación.

PANORAMA NACIONAL, OTRA VISION A VUELO DE PAJARO

A través del Decreto No. 319 de 1979 Venezuela entraba en la era de la televisión a color. El Decreto establecía el sistema NTSC-M como la fórmula más adecuada al país. La decisión del entonces Presidente Luis Herrera Campíns se basó en las recomendaciones de una Comisión nombrada a principios de su gobierno. Hubieron factores de orden económico —siempre favoreciendo al sector privado de la televisión venezolana y a las grandes transnacionales de la tecnología y de la industria cultural norteamericana y sus subsidiarias japonesas— y factores de orden político. (9) Ese hecho, a los ojos de algunos inevitable por las características estructurales —externas e internas— de la sociedad venezolana, nos hizo más dependientes comunicacionalmente y tecnológicamente hablando.

Venezuela pasó a ser un simple consumidor de las nuevas tecnologías que se desprendían de la televisión a color, y seguiremos todavía más dependientes mientras en el país no se formulen verdaderas y reales Políticas Nacionales de Comunicación tanto a nivel de los contenidos como de los instrumentos de transmisión de esos contenidos. Ya no se trata de la necesaria interdependencia, sino de las reglas que con ella se imponen. Allí surge un nuevo actuar de las naciones industrializadas. Hemos visto que junto con la TV color y las nuevas tecnologías como el "video", penetran las reglas de su uso: reglas sociales, no técnicas. Igual ha sucedido en otros países del continente.

¿Y cuál es la situación estadística de lo audiovisual en nuestro país? En el Informe **Estadísticas de la Comunicación Social en Venezuela** del año 1981 del Ministerio de Información y Turismo (MIT), se presentan algunos datos de esa situación.

*A nivel nacional el 83 por ciento de la población tenía un aparato de televisión funcionando en su hogar. Entre un 24 y un 38 por ciento dijo que su televisor era a color. En cuanto al Area Metropolitana, un 97 por ciento dijo poseer aparatos de televisión y entre un 53 y 64 por ciento revelaron tener aparatos de TV color.

*En cuanto a la tenencia de aparatos de "video grabación" el porcentaje en el Area Metropolitana fue del 16 por ciento. Esta cifra, a nivel nacional, descendió al 6 por ciento.

Otro estudio realizado por la misma fuente-MIT-, pero en el año 1983, nos presenta un cambio importante en los porcentajes en relación con los aparatos de "video grabación". En el Area Metropolitana el Informe señala que el 27 por ciento de la población encuestada dijo poseer una "video grabadora" Y, a nivel nacional se aprecia un incremento con respecto al año 1981, el 17 por ciento dijo tener un aparato de "video".

Para el año 1984, el Ministerio de Fomento (MF) indicó que el parque de video-cassettes estaba en el orden de unos 750 mil aparatos, hay quienes hablan hoy día de unos 950 mil. Algunos cuadros nos presentan esta realidad de lo audiovisual en Venezuela:

CUÁDRO VII

ESTIMACION DE LA POSESION DE CIERTOS APARATOS ELECTRONICOS (Enero de 1984)

Televisor	88 %
T.V. Color	53 %
T.V. Blanco y Negro	60 %
Equipo de Sonido	50 %
Betamax/VHS	13 %
Radio	96 %

Fuente: —Estudios Especiales efectuados por DATOS C.A. en Enero de 1984. (Hogares en Miles)
—Número de Hogares: 3.155.6
—Muestra Urbana y Rural.

CUADRO VIII

ESTIMACION DE LA POSESION DE CIERTOS APARATOS ELECTRONICOS (Noviembre de 1984)

Televisor	90 %
T.V. Color	69 %
T.V. Blanco y Negro	56 %
Equipo de Sonido	54 %
Betamax/VHS	18 %
Radio	98 %

Fuente: —Investigación Equipo COMUNICACION (Noviembre 1984)
—Número de Hogares: 3.155.6
—Muestra Urbana y Rural

CUADRO IX

ESTIMACION DE LA POSESION DE CIERTOS APARATOS ELECTRONICOS EN CARACAS (AREA METROPOLITANA) (Enero de 1984)

Televisor (Total)	98 %
—TV Color	77 %
—Betamax/VHS	28 %
Equipo de Sonido	68 %
Radio	99 %

Fuente: Estudios especiales efectuados por DATOS, C.A. en Enero de 1984
— Número de Hogares: 679,2.

En lo que respecta a la introducción de las nuevas tecnologías audiovisuales en Venezuela, hay que mencionar finalmente que en el país casi nada se fabrica a este nivel. Cuando se introdujo la TV Color, las seis empresas existentes y que configuraban la Industria Nacional de Televisores no estaban preparadas para asumir la fabricación de televisores a color. Ellas solicitaron un plazo de dos años para adaptarse al nuevo sistema, pero diez meses fue el tiempo otorgado y así desapareció o se redujo al mínimo la Industria Nacional de Televisores. Ella se dedicó y se dedica o bien al mantenimiento de ciertas piezas o simplemente a producir pequeños componentes electrónicos. Ausencia de una política de protección industrial, de transferencia de tecnología y seguimos siendo, a pesar del "viernes negro", meros consumidores y ensambladores de equipos. Por no hablar de los contenidos, capítulo aparte.

Esta es la situación actual . . . La pregunta es obligada: ¿a quién ha beneficiado la introducción de las nuevas tecnologías audiovisuales? Respuesta obvia, que por tal no merece ser respondida.

NOTAS

- (1) Referencia extraída del texto de FLICHY, P.- **Las Multinacionales del Audiovisual**. Editorial Gustavo Gili-GG-Colección Mass-Media. Barcelona-España- 1982. Pág. 10.
Recomendamos este texto, porque se trata del análisis económico de los media desde la perspectiva del desarrollo de lo audiovisual. Igualmente, aunque se trata de un trabajo más general y no todo él referido al mundo de los medios audiovisuales, es imprescindible la lectura del texto del investigador holandés HAMELINK, J. Cees.- **La Aldea Transnacional** (el papel de los trusts en la comunicación mundial). Editorial Gustavo Gili- GG - Colección Mass - Media. Barcelona-España-1981.
- (2) Mc LUHAN, Marshall -**Contra-Explosión**. Editorial Paidós. Buenos Aires Argentina- 1969. Pág. 17.
- (3) Ver el Boletín **COMUNICACION** No. 18, Caracas 1978. Igualmente el trabajo de E. Parker en **Cuadernos ININCO** No. 2, Caracas 1977. También se puede encontrar el mismo trabajo en Revista **CHASQUI** No. 11. Ecuador (CIESPAL).
Otros autores, algunos un poco antes que E. Parker, abordan la misma idea. Así, es bueno revisar los trabajos de Peter Drucker (1957). F. Machlup (1958), Peter Goldmark (1973). Igualmente los best-seller **El Desafío Mundial** y **La Tercera Ola** (1980) certifican la misma idea. En esos textos se encuentra profusamente desarrollado el proyecto-realidad de lo que podríamos llamar **sociedad informacional**.
- (4) "Telemática" es un vocablo que se ha formado con una fusión parcial de dos palabras: "telecomunicaciones" e "informática". Es, por tanto, la tecnología de las comunicaciones, en conexión con la informática y representa el primer momento importante de cambio. "Telemática" significará toda una serie de servicios canalizados por redes de telecomunicación tradicionales o de nueva concepción, que pondrán a disposición las informaciones más diversas contenidas en los bancos de datos, que con conjuntos organizados de informaciones.
Las primeras aplicaciones telemáticas empiezan a difundirse en todo el mundo. Consisten en medios que permiten la **videoinformación** y se conocen con los nombres de Videotex y Teletexto. (PENTIRARO, Egidio.- **El Ordenador en el Aula**. Ediciones Anaya Multimedia, S.A. Italia-Roma- 1984. Pág. 17 y ss.).
- (5) Revista **TIEMPOS NUEVOS**. El trabajo de GORIUNOV, Félix. - "Según el Poder Económico, según el Capital". Pág. 7-16, 1984.

- (6) Esquemas extraídos del trabajo de LEFEBÛRE, Antoine y LORENZI, Jean —Herver: "La Industria de la Comunicación en Estados Unidos: nacimiento de un nuevo imperio", en *Le Monde Diplomatique* en Español, Octubre 1981.
- (7) FLICHY, P.- Las Multinacionales del Audiovisual. Op. cit. en (1) Pág. 122.
- (8) Cable de IPS/Tercer Mundo. El cable fue transmitido con el siguiente código de identificación CAP240USP. La información corresponde a Oskar Knust.
- (9) Véase el Trabajo de Licenciatura de BRITO, Berta. **600 Días de Gobierno en Comunicación Social**. Escuela de Comunicación Social UCV. Caracas 1981. Especialmente el capítulo dedicado a la introducción de la TV Color en Venezuela. Pág. 181 y ss.

Cultura Popular

Revista Latinoamericana de Educación Popular

AMERICA LATINA, ASIA Y AFRICA

Instituciones, organismos, universidades US\$ 20.00

Educadores populares US\$ 15.00

EUROPA, CANADA y E.U. en general US\$ 24.00

Favor enviar cheque a nombre de:

CELADEC

General Garzón 2267

Lima 11, Perú



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

Por un Nuevo Orden Informativo — Comunicación Alternativa — Nuevas Corrientes Teóricas de la Comunicación — Temas Desarrollados por los Analistas más Representativos de la Comunicación de América Latina y el Mundo — Innovaciones Tecnológicas y Pedagógicas — Democratización de los Sistemas de Información.

SUSCRIPCIÓN: Anual (4 números): Latinoamérica: US\$ 10; Estados Unidos, Europa y Asia: US\$ 20.

Enviar cheque a CIESPAL. Apartado 584, Quito—Ecuador.