

Fátima Fernández Christlieb

## Imperialismo y medios de información colectiva en México

En 1976, los Estados Unidos distan mucho de ser la superpotencia de los años cincuentas. Su fracaso en Vietnam, el avance de los movimientos de liberación nacional en sus países satélites, la pérdida de consenso interno y el avance de nuevos centros de poder global, han obligado al gobierno norteamericano a buscar nuevas tácticas y estrategias para mantener su posición hegemónica. Esta búsqueda se ha desarrollado en varios frentes.

Ante las fuerzas de liberación nacional, consideradas por los Estados Unidos como una de sus amenazas más peligrosas —su triunfo significa el fin del control de los recursos de los países dependientes—, se han desarrollado una serie de estrategias de contrainsurgencia, que van de la intervención armada a la ofensiva ideológica. Ambas en estrecha relación —como lo explicaremos más adelante— con la industria de la información colectiva electrónica.

Analizar el proceso que se ha seguido en los Estados Unidos para llegar a utilizar los medios de información colectiva, como aparatos ideológicos indispensables en el sostenimiento del capital monopolista internacional, implica sintetizar las líneas generales de la política exterior norteamericana, desde el fin de la Segunda Guerra Mundial hasta el arribo de Nelson Rockefeller a la vicepresidencia de los Estados Unidos. Cabe anticipar que este personaje tiene una participación fundamental en los medios de información colectiva de América Latina.

Remontémonos, pues, a 1946. En este año Eisenhower, haciendo un balance de la Segunda Guerra, envía una memorándum a los directores y jefes del Estado Mayor, en el que propone la utilización de recursos científicos y tecnológicos como bienes materiales. O sea, expone la necesidad de que el Ejército establezca una relación estrecha con los hombres de ciencia, la industria, los tecnólogos y las universidades civiles. Este memorándum es un antecedente fundamental en la creación del complejo militar industrial.

Años más tarde el mismo Eisenhower, al terminar su segundo periodo como presidente de los Estados Unidos, advierte a la nación sobre los peligros que entraña el ya formado complejo militar industrial:

*En los consejos del Gobierno debemos cuidarnos contra la adquisición de una influencia desproporcionada, buscada o no, por parte del complejo bélico industrial. Nunca debemos permitir que el peso de esta combinación haga peligrar nuestras libertades y procesos democráticos... la universidad libre, históricamente fuente de las ideas libres y el descubrimiento científico, ha experimentado una revolución en la forma de realizar las investigaciones. En parte debido a sus elevados costos, un contrato de gobierno casi se convierte en sustituto de la curiosidad intelectual. Por cada nuevo pizarrón existen ahora cientos de nuevas computadoras electrónicas. La perspectiva de la dominación de los hombres de ciencia de la nación, por parte del gobierno federal, la asignación de proyectos y el poder del dinero están presentes en todo momento y deben ser considerados muy seriamente.<sup>1</sup>*

Pero ya era demasiado tarde. Eisenhower hacía esta advertencia en el momento de dejar la presidencia de los Estados Unidos. La administración Kennedy se inicia con Robert McNamara como ministro de Defensa, quien organiza una oficina central para administrar, desde el Departamento de Defensa, el imperio militar industrial. Para entonces los intereses militares estaban fundidos con los económicos y las universidades trabajaban para el Departamento de Defensa. Ya los industriales tomaban un nuevo tipo de decisiones. Los Estados Unidos dejaban de pensar en la estrategia nuclear para preocuparse por los movimientos revolucionarios. Surgen nuevas tácticas. La contrarrevolución es el objetivo a cumplir, sea eliminando el conflicto una vez gestado, o previniendo su gestación.

La contrarrevolución preventiva encuentra en los medios masivos de información un canal adecuado, ya utilizado desde los inicios del gobierno de Eisenhower. En 1954 la USIA (United States Information Agency) elabora un estudio que por años estuvo archivado como "confidencial" y que en octubre pasado se acaba de publicar.<sup>2</sup> En este estudio se buscan formas de cumplir mejor una de las misiones de la USIA: crear una imagen favorable de los Estados Unidos en públicos extranjeros. Para ello pocos medios tan efectivos como los masivos. Es así, que se propone utilizar el ya establecido programa de radio producido por la misma USIA: "The Voice of America", con su sede de transmisión en Washington y con difusión en Europa y América.

En dicho programa deberán transmitirse las siguientes ideas: Estados Unidos es un país democrático, donde razas y credos conviven armónicamente; Estados Unidos no es una potencia imperialista, los norteamericanos creen

<sup>1</sup> D. Eisenhower, "Discurso de Despedida a la Nación Pronunciado el 17 de enero de 1961", tomado de Seymour Melman, *El capitalismo del Pentágono*, La economía política de la guerra, México, Siglo XXI Editores, S. A., 1972.

<sup>2</sup> Publicado en *Social Science and Modern Society*, volumen 13, número 6, septiembre/octubre 1975, editor en jefe Irving L. Horowitz, artículo de Leo Bogart, "Projecting America", p. 57.

en la libertad de pensamiento y de expresión; la forma de vida que se sigue en los Estados Unidos tiene cualidades espirituales, no está dominada por valores materialistas; el norteamericano es un pueblo culto; la economía de los Estados Unidos está en auge, algunos pueblos al no entender cómo funciona esta economía, piensan en el concepto de capitalismo que ofrece el marxismo. Ante todo esto la USIA debe enfatizar que los Estados Unidos viven una economía mixta, según palabras del propio documento confidencial elaborado en 1954; o sea, a principios de la administración Eisenhower.

Años después, durante el gobierno de Kennedy y tras el triunfo de la Revolución Cubana y los continuos fracasos en Vietnam, los Estados Unidos llevan a cabo una política de penetración abierta, que en plena administración Nixon llevará al país a un notorio debilitamiento de su habilidad para intervenir en asuntos internos de otras naciones. De aquí que posteriormente se formule la política de *low profile* o presencia discreta de los Estados Unidos en sus países satélites. Política en la que los medios de información colectiva juegan un papel relevante. La sustitución de la política de "garrote" por la de penetración simulada no favorece a las corporaciones globales, ya que el hecho de que el Estado norteamericano no avale abiertamente sus propósitos intervencionistas, hace que el capital monopolista internacional pierda una de sus fuentes de legitimación. Con la política de *low profile* las grandes corporaciones no resultan ser tan fuertes como para hacer frente políticamente a las situaciones adversas a sus intereses.

En este contexto asume la vicepresidencia de los Estados Unidos uno de los máximos exponentes de las corporaciones globales: Nelson Rockefeller. Este hecho es significativo dado el interés que este personaje ha demostrado por América Latina desde hace décadas y dada la ingerencia que tiene sobre la industria de la información masiva a nivel mundial.

Para comprender la actual política de penetración de las corporaciones globales, es indispensable mencionar que en 1971 David Rockefeller, hermano del vicepresidente y director del banco Chase Manhattan, funda el *Council of the Americas*, asociación política voluntaria, que agrupa a las doscientas corporaciones norteamericanas que tienen negocios en América Latina. Este consejo, que surge cuando aún está vigente la política de presencia discreta —no favorable a las corporaciones—, tiene tres funciones principales: ser grupo de presión en América Latina, ser intermediario entre las élites latinoamericanas y los Estados Unidos y ser organizador de deliberaciones sobre la situación social, política y económica de América Latina. En palabras del investigador brasileño Luciano Martins, el *Council of the Americas*, fundado por Rockefeller, es como un departamento de Estado privado para coordinar a los gobiernos y a los particulares latinoamericanos, socios de corporaciones, en una operación política conjunta, con el fin de que las corporaciones globales adquieran el *status* de "ciudadanos incorporados" en los países donde operan.

El hecho de que el clan Rockefeller haya fundado este consejo para la

defensa de sus intereses económicos, precisamente en el momento en que el gobierno de Nixon decide frenar sus avances intervencionistas abiertos, es revelador para comprender el desenlace de Watergate. Es posible, como lo demostró reiteradamente la prensa nacional e internacional, que todavía se piense que la caída de Nixon significó la purificación de la democracia norteamericana, cuando la trayectoria del capital monopolista internacional señala claramente que el resultado de Watergate, fue la instauración de las corporaciones globales en la cúspide del poder político de Norteamérica.

Con Rockefeller y Ford la política de presencia discreta se sustituye por la política de presencia polifacética. Las grandes corporaciones, con apoyo del gobierno de los Estados Unidos, tienen ahora como canal de intervención a sus mismos agentes apoyados en las burguesías locales, depositarias de un tinte nacionalista.

En México operan las principales corporaciones extranjeras depositarias de la tecnología informativa, quienes además de crear el campo para la expansión del capital monopolista internacional, intentan configurar una mentalidad colectiva que lo apoye. O sea, no satisfechas con tener como aliada a una fracción relevante de la burguesía nacional, buscan una legitimación a través de los penetrantes medios de información masiva.

Es necesario recordar que en México la industria de la información colectiva electrónica está fundamentalmente controlada por capital extranjero y las concesiones, en su mayoría, están en manos de la burguesía industrial y financiera aliada del capital internacional.

En todos y cada uno de los pasos que componen el proceso de la información colectiva hay injerencia de un organismo o una corporación extranjera. Ejemplifiquemos. En la confección de programas y noticieros interviene la RCA (Radio Corporation of America), propiedad del Grupo Rockefeller y del grupo bancario Lehman Brothers-Goldman, Sachs y Lazard. La RCA es contratista del *Defense System* para proyectos en materia de satélites, del Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

Por otra parte, en este mismo sentido actúa la ABC (American Broadcasting Company), que es propiedad a la vez del grupo Rockefeller y del Morgan Guaranty Trust. En México opera también la CBS (Columbia Broadcasting System), que pertenece al grupo bancario Harriman Newmont Mining.

Los insertos publicitarios, fundamento de la televisión comercial mexicana, están elaborados casi en su totalidad por agencias extranjeras para anunciantes que también en buena parte son extranjeros. No es gratuito que entre las agencias de publicidad norteamericanas establecidas en México exista una estrechamente ligada al clan Rockefeller. Nos referimos a McCann Erikson. Esta agencia se funda en 1912 como Departamento de Relaciones Públicas de la Standard Oil, perteneciente al grupo Rockefeller. Otra de las agencias de publicidad norteamericanas de mayor facturación en México es Walter Thompson, agencia que inicia su trayectoria desde 1864 y cuyo



crecimiento será paralelo al de la General Motors, la Ford y la RCA. Cabe señalar que Walter Thompson jugó un importante papel durante la Segunda Guerra Mundial, ya que propuso la creación de una asociación sostenida por industriales norteamericanos para poner la publicidad al servicio de la causa pública, entiéndase de la guerra. Esta asociación fue el *Advertising Council* o Consejo de la Publicidad norteamericano. Organismo que en colaboración con la Oficina de Servicios Estratégicos —predecesora de la CIA— lanzó campañas de reclutamiento durante la Segunda Guerra. Hoy Walter Thompson tiene 6 300 empleados repartidos en 27 países, en los que invariablemente la agencia está entre las diez de mayor facturación. Su principal cliente, desde 1942, es la cadena hotelera Hilton, representada en México por quienes a su vez controlan gran parte de la industria televisiva.

Por lo que respecta a las transmisiones de televisión vía satélite, México participa en la empresa INTELSAT (International Communication Satellite Consortium) administrada por COMSAT (Communication Satellite Corporation), organismo creado por el gobierno de los Estados Unidos en 1962 para explotar la tecnología de satélites y planear la política a seguir con cada uno de ellos. Su división internacional se denomina SATELAT y administra el sistema mundial de satélites para comunicaciones comerciales en ochenta países. Para su creación, el gobierno de los Estados Unidos pidió la colaboración de las cuatro corporaciones propietarias de la tecnología respectiva: ATT (American Telephone and Telegraph), ITT (International Telephone and Telegraph), RCA (Radio Corporation of America) y GTE (General Telephone and Electronics).

Respecto a la tecnología de satélites existe un desconocimiento generalizado en nuestro país, incluso entre funcionarios de la Dirección General de Telecomunicaciones, quienes en su órgano de difusión *Teledato*, han hecho llamados a quienes se consideren capacitados para colaborar en la legislación en materia de transmisiones vía satélite, ya que, según afirmación de nuestros funcionarios, la reglamentación jurídica que existe al respecto, se ha originado en Comités Consultivos Internacionales. Sería igualmente importante que la Dirección General de Telecomunicaciones, a través del CIDET (Centro de Investigación y Desarrollo de Telecomunicaciones), investigue lo referente al programa antisubversivo TACSATCOM, del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, para que México se oponga a la aplicación de la tecnología de los satélites en el campo de la represión civil.

Es importante señalar que los avances tecnológicos en materia de información colectiva se dan en un momento en que los Estados Unidos están hondamente preocupados por diseñar estrategias de contrarrevolución preventiva; es decir, buscan procedimientos que determinen el potencial de guerra interna y elaboran proyectos para controlar cualquier condición que conduzca a la subversión.

En este contexto no es gratuito que el consorcio privado que maneja la televisión en nuestro país transmita, desde 1973, la serie infantil Plaza Sé-

samo, cuya producción en los Estados Unidos fue pagada por las Fundaciones Ford y Carnegie, entre otras. A nuestro entender, este tipo de fundaciones son producto de una parte del excedente acumulado por las grandes corporaciones y que se reinvierte en la creación de organismos "altruistas" cuya finalidad es, por un lado, intentar resolver las contradicciones sociales que genera el mismo sistema capitalista y, por otro, crear una imagen "humanitaria" de la corporación que respalda a la fundación.

En México la versión latinoamericana de *Sesame Street* está patrocinada por Xerox Corporation, consorcio que en 1972 recibió del Departamento de Defensa doce y medio millones de dólares para investigaciones aeroespaciales y que gira alrededor del Chase Manhattan de Rockefeller.

Tomando en cuenta la situación que prevalece en los Estados Unidos en los momentos de la planeación de *Sesame Street* y atendiendo, por un lado, la transmisión de valores propios del sistema capitalista, tales como el individualismo y el paternalismo que aparecen reiteradamente en el programa y, por otro, la trayectoria de la Fundación Ford en materia de televisión educativa, así como los esfuerzos hechos en los Estados Unidos para que la serie fuera transmitida en todos los países latinoamericanos, nos atrevemos a formular la hipótesis de que Plaza Sésamo no está de manera alguna desvinculado de los proyectos de contrarrevolución preventiva formulados en los Estados Unidos para América Latina.

Al respecto resulta interesante consignar algunas de las objeciones que hizo el Ministerio de Educación de Perú al rechazar la serie:

—El programa Plaza Sésamo está encuadrado dentro de una concepción educativa que difiere de la manera más absoluta de los objetivos que establece nuestra reforma.

—El sistema establecido para pasar de una escena a otra, a través de pequeños elementos de color apoyados con efectos musicales, induce al niño a tener un concepto del orden totalmente rígido, invariable y despersonalizado. Nuestra reforma plantea la participación creativa y personal de los educandos dentro de un ordenamiento variable, establecido de acuerdo con las circunstancias, las edades y las capacidades. Acostumbrar a los niños mediante motivaciones audiovisuales de gran impacto a la idea de ordenamientos esquemáticos, rigurosos y permanentes, es del todo contrario al espíritu de la Ley General de Educación.

—Plaza Sésamo tiene un concepto de la participación dirigida y vertical. Las personas mayores piden siempre la colaboración de los niños para ejecutar un trabajo, estableciendo las normas y los sistemas de realización. Nuestra reforma ha dejado claramente definido que lo importante en el acto de la participación es el deseo espontáneo y la creatividad colaboradora, capaz de generarse de abajo a arriba para encontrar respuestas dialogales en vez de órdenes alienantes.

—La enseñanza de los números y de las letras se imparte en Plaza Sésamo a través del antiguo sistema memorístico, abstracto y mecánico.

—Muchos de los muñecos que aparecen en Plaza Sésamo son figuras deformadas de animales, de tal modo que llegan a la monstruosidad. Esto, al margen de ofrecer una idea completamente falsa de la realidad, provoca en los educandos motivaciones inconscientes de temor e inhibición sumamente peligrosas.<sup>3</sup>

En México operan otro tipo de sociedades extranjeras, orientadas principalmente hacia medios de información escritos. Tal es el caso de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa), organismo fundado en Nueva York en 1950 para agrupar a los grandes diarios pertenecientes a consorcios norteamericanos y latinoamericanos. Una de las directivas del Departamento de Estado Norteamericano para los directores de periódicos fundadores de la SIP, se refiere a la simulación del control norteamericano mediante la participación en la dirección de por lo menos cuatro países latinoamericanos adictos. Es así que en 1969 Edwards, dueño de *El Mercurio* chileno, fue presidente de la SIP. El mismo Edwards fue presidente de la filial chilena del IBEC (International Basic Economy Corporation) del Grupo Rockefeller.

Cabe señalar que en el Encuentro Latinoamericano de Periodistas efectuado en Caracas del 17 al 20 de octubre de 1974, por iniciativa de la Asociación Venezolana de Periodistas y del Sindicato Nacional de Redactores de Prensa de México, fue unánimemente condenada la actuación de la SIP. En el mismo encuentro, la delegación peruana denunció la campaña de desprestigio iniciada por la SIP contra el régimen peruano. Se afirmó que dicha campaña forma parte del complot intervencionista de agencias de espionaje contrarrevolucionarias e imperialistas.

En México los periódicos pertenecientes a la SIP son, en el Distrito Federal: *El Heraldo*, *Novedades*, *Diario de México* y *El Sol*. En provincia: *El Norte* de Monterrey y el *Diario* de Yucatán.

Cabe destacar que la SIP tiene también otro tipo de actuación. Recordemos aquella carta que envía al presidente Echeverría, en octubre de 1974, pidiendo que excarcele a los editores de una revista involucrada en el secuestro del senador Rubén Figueroa. Secuestro que, a nuestro entender, no tuvo otra finalidad que servir de pretexto para que el ejército aniquilara a la guerrilla del estado de Guerrero.

Resulta evidente que la penetración imperialista, hasta aquí descrita, no sería posible sin la anuencia de elementos locales. En este sentido es significativa la actuación de la Asociación Nacional de Anunciantes de México. Esta asociación reprodujo, en febrero de 1973, el *Memorandum Powell*, documento elaborado a petición de la Cámara Nacional de Comercio de los Estados Unidos con el fin de buscar métodos para defender a la iniciativa

<sup>3</sup> Documento elaborado por el Ministerio de Educación de Perú. Tomado de Armand Mattelart, "El Imperialismo en Busca de la Contrarrevolución Cultural", en *Comunicación y Cultura*, núm. 1, Buenos Aires, septiembre, 1973, p. 177.

privada norteamericana. El mismo texto que elaboró el especialista Lewis F. Powell, fue enviado a los miembros de la Asociación Nacional de Anunciantes de México, con la siguiente nota:

*Adjunto a la presente le enviamos un memorándum que requiere su lectura y su meditación. Consideramos que en la defensa al sistema de libre empresa, los publicistas, los directores de publicidad, los comunicadores de mercado y todos aquellos que son profesionales de la comunicación, tienen una obligación que cumplir: la de defender al sistema.<sup>4</sup>*

Es preciso señalar que una de las estrategias que señala Powell es la de utilizar los medios de información masiva, mencionando concretamente a radio, televisión y prensa. Misión que están dispuestos a asumir nuestros informantes nacionales según consta en la nota que transcribimos.

En México el capital monopolista internacional cuenta, así, con agentes locales encargados no sólo de extender el imperio, sino de buscarle consenso entre todos los sectores de la población expuestos a los medios masivos.

Ante esta situación el Estado mexicano ha hecho, hasta hoy, intentos tan desesperados como inútiles para contrarrestar la influencia ideológica del capital privado. La legislación dictada en materia de radio y televisión es producto apresurado de situaciones coyunturales, que han originado la creación de organismos gubernamentales con duplicidad de funciones, no sólo desarticulados unos de otros, sino que compiten entre sí. Las diversas medidas promulgadas en el transcurso del gobierno de Luis Echeverría evidencian el respaldo de diferentes grupos políticos. No es el mismo proyecto el que respalda la creación de la Subsecretaría de Radiodifusión que el que apoya al Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. Atrás de cada uno existe la intención de colocar a radio y televisión al servicio de intereses diferentes.

Antes que crear canales estatales que “compitan” con los privados, debería plantearse una política de información colectiva que haga frente al avance de la penetración polifacética imperialista, en la que los medios ocupan un papel clave, y ante la cual no caben enmiendas legales ni soluciones como la cancelación de ciertas series norteamericanas. Medidas como ésta, además de que no atañen a los programas realmente perjudiciales, dejan intacto el aparato ideológico, ya que no tocan —ni siquiera verbalmente— las bases en que se fundamenta.

<sup>4</sup> Memorándum enviado por la Asociación Nacional de Anunciantes de México A. C. el 23 de febrero de 1973. Mimeografiado.