

# **comunicaciones transnacionales: cine y televisión**

POR :  
TAPIO VARIS  
RAQUEL SALINAS BASCUR

Las recientes discusiones sobre la política de comunicación internacional, el “flujo libre y balanceado de información”, y el Nuevo Orden de Información, se ha concentrado en la producción y distribución transnacional de información y material para los medios de comunicación social. Se ha notado que en la época actual, los flujos de información global se caracterizan por su desbalance y son inadecuados, y que en la mayoría de los países, estos flujos les convierten en recipientes pasivos de la información que es diseminada desde unos pocos países. Las corporaciones de comunicaciones transnacionales son una parte esencial del presente sistema transnacional. Su impacto en la conciencia de los pueblos es obvio, y puede ser aún más grande que el de otras industrias de un mayor significado económico. Sin embargo, se están estableciendo las bases del conocimiento que permitirán la formulación de una política real y adecuada al respecto del flujo transnacional de información e intercambio cultural.

El desarrollo de la industria y las redes de comunicación, tiene

---

1 Este artículo está basado en un estudio por Thomas Guback y Tapio Varis: Comunicaciones Transnacionales: Cine y TV. Presentado a la UNESCO en 1977.

paralelo y apoya la internacionalización de capital; en un proceso que también se orienta hacia la concentración de poder político. En las últimas décadas, este proceso se ha incrementado radicalmente, coincidiendo con una expansión global de la tecnología de las comunicaciones, particularmente en lo que se refiere a televisión y comunicaciones por satélite. Muy pocas veces, las CTNS se limitan a solo un área de actividades, sino, son conglomerados que producen y/o distribuyen varios tipos de servicios de comunicación y son igualmente activos en otros campos de la industria. Hay diferentes niveles de transnacionalismo en la industria de los medios de comunicación. En las comunicaciones, las operaciones son esencialmente las de mercadeo y distribución internacionales. Sus actividades se pueden dividir en las siguientes categorías:

- La CTN adquiere o controla un medio de comunicación extranjera (casa editora, estación de TV, compañía de producción de películas o agencia de publicidad).
- La CTN adquiere o controla una red de mercadeo extranjera ( sistema de distribución, oficinas, etc).
- La CTN controla la venta en el extranjero de los productos de los medios de comunicación (está en una posición dominante del mercado mundial).

El papel dominante de la CTN en el mercadeo y distribución mundiales, es más importante aún que su proporción en el campo de producción de material para los medios de comunicación. Han habido una cierta tendencia hacia la conglomeración e integración en las comunicaciones. La integración horizontal ocurre cuando una corporación compra o extiende su control a otras unidades en el mismo estado de producción. En la industria cinematográfica, sin embargo, hay la inclinación a formar corporaciones verticales, activas en el financiamiento, producción, procesamiento, distribución y exhibición de películas. Este tipo de integración es típico de algunas compañías americanas, las que en la práctica son oligopolistas. Hasta ahora no existe un inventario global que de información cualitativa y cuantitativa sobre las CTNs en el campo de las comunicaciones. Por un lado, el secretismo corporado no hace públicos ni siquiera los más elementales detalles de las operaciones de las compañías transnacionales. Por otro lado, el tamaño de la compañía no es la mejor dimensión para identificar las CTNs en las comunicaciones. En su lugar, un acercamiento más fructífero a las compañías de televisión cinematográficas es a través de un análisis de quién domina en los mercados mundiales.

## Flujo Transnacional de Televisión

Las exportaciones de los Estados Unidos tienen un rol dominante en el flujo mundial de programas de televisión. En la última década, las ventas y arriendos de los programas de televisión de los Estados Unidos ha aumentado de US\$ 25 millones en 1960 a US\$ 100 millones en 1970 estas ventas se han estabilizado en los años setenta. Si se considera la inflación, las ventas actuales serían iguales a las de 1963, pero, hay otras formas de operaciones transnacionales, tal como la exportación de capital para producción, co-producción y co-financiamiento en el exterior. Casi los dos tercios de las ventas extranjeras de los Estados Unidos van al mercado de una área rica: Canadá, Australia, Japón y el Reino Unido. Sin embargo, la cantidad de tiempo de programación importado y transmitido en los países en desarrollo, ya sea libre de recargo o a un bajo precio, es igualmente importante en razón del impacto cultural, económico y político del material importado.

El principal rival de las compañías de televisión de los Estados Unidos ha sido la industria de la televisión Británica. Las ventas al extranjero de las corporaciones Británicas han aumentado notablemente en los últimos años. En 1973 sus importaciones fueron casi un tercio de las de los Estados Unidos en términos financieros. En 1974, las exportaciones británicas llegaron US\$ 36 millones ( 18 m.) y, alcanzaron casi a todos los países del mundo, tuvieron mucho éxito en el año 1975. De acuerdo a los estimados de los representantes de las compañías Británicas, sus exportaciones, excluyendo las películas de largo metraje para televisión, sobrepasarían a las de las compañías de los Estados Unidos.

La crisis económica de los años 70, también afectó a la industria y a los mercados mundiales de televisión. La tendencia general es que las compañías pequeñas hallan cada vez más difícil el mantener e incrementar la producción nacional, mientras que las grandes compañías pueden sobrevivir y, aumentar sus actividades transnacionales. Como consecuencia, el reciente aumento en las importaciones en los países pequeños, ha tenido como resultado un aumento en la programación extranjera, esto ha ocurrido en Dinamarca e Irlanda.

## El Flujo de Películas de Largo Metraje

Los principales productores de películas pueden ser clasificados en cuatro categorías de acuerdo a su capacidad de producción. Primero los países asiáticos: India y Japón, en ambos países se producen cientos

de películas cada año. En ambos países la producción parece ser estable desde 1970. El segundo grupo es el de Italia, Estados Unidos y la Unión Soviética acercándose a las 250 al año. Un tercer grupo de países producen de cien a docientas películas anuales, aquí se incluyen: Francia, República de Corea, Grecia, Hong Kong y España. Por último, cuatro países están cercanos a producir casi 100 películas al año: Méjico, la República Federal de Alemania, el Reino Unido y Pakistán. La co-producción es importante sólo en Europa, principalmente entre los países de la CEE, aunque España es frecuentemente un co-productor.

Sin embargo, la mayoría de los países con producción cinematográfica tiene poca influencia en el mercado internacional. Por ejemplo, India y Japón, los grandes productores de películas de largo metraje, muy pocas veces pueden vender sus productos fuera de sus mercados nacionales. Los países cuya producción cinematográfica tiene significado comercial en otros países del mundo son principalmente; Estados Unidos y Alemania Occidental, con los Estados Unidos manteniendo un papel dominante en todo el mundo, excepto en los países socialistas. A más de esto, a menudo, las compañías productoras en los países son subsidiarias de compañías en los Estados Unidos. En los países socialistas de Europa Occidental, el número de películas importadas es inferior, y las películas de otros países socialistas son una gran parte de las importaciones totales. La Unión Soviética es el primer abastecedor de películas de largo metraje a estos países. El flujo de películas entre Este y Oeste es muy pequeño, aunque los países socialistas pequeños exhiben muchas películas occidentales.

## Los negocios transnacionales en cine y televisión de los Estados Unidos

Las compañías que dominan la exportación de películas de largo metraje y programas de televisión están entre las 500 industrias más grandes de los Estados Unidos, tomando en cuenta sus ingresos provenientes de un conglomerado de actividades diversificadas. Si se deducen los otros intereses, el negocio de películas y televisión parece muy pequeño; pero no existen dudas sobre su impacto cultural, social y político, el cual es superior a los que uno estaría inclinado a creer en base a los datos estadísticos.

Las compañías de programas de televisión y películas de largo metraje son empequeñecidas, en su mayoría, por las tres grandes cadenas corporadas de difusión en los Estados Unidos (Ver Tabla 1). Esto es verdadero aún si los ingresos por actividades no relacionadas con la ra-

diodifusión son deducidos de sus ingresos totales (esto es el 28<sup>0</sup>/0 al 83<sup>0</sup>/0 de los ingresos totales de las tres cadenas). Radio Corporación of América (RCA) ocupa el primer lugar en este campo. La subsidiaria más antigua e importante está en el Canadá, pero, también posee otras subsidiarias importantes en otros países. Las actividades de RCA se extienden desde la fabricación de productos de televisión hasta el lanzamiento de dos satélites domésticos. RCA controla sus actividades de difusión a través de NBC. En la época actual, estas consisten de una participación minoritaria en dos estaciones de TV en Hong Kong y Australia. Sus programas de entretenimiento para televisión no son sindicados en el mercado extranjero, y sus ventas en el exterior se reducen a algunos documentales, pero, la compañía no considera estas actividades un negocio importante.

Tabla 1 Compañías seleccionadas de difusión, cinematográficas y distribuidoras de programas de televisión catalogadas de acuerdo a sus ingresos (en millones de dólares).

Compañía	Capital total	Capital en el ext.	Ingreso total	Ingreso en el ext.
RCA Inc.	\$ 3.700	554	4.616	856
CBS Inc.	1.200	82.8	1.938	312.2
ABC	697.8	n.a.	1.064	n.a.
MCA Inc (Universal)	624	52.2	811.5	171.2
Warner Communications Inc.	804	n.a.	669.8	118.1
Twentieth Century Fox Corp	322	63.1	342.7	170.1
Columbia Pictures Ind.	278.7	14	332.1	109
United Artists Corp.	360.4	28.9	319.7	121.5
Metro--Goldwyn--Mayer Inc.	393.3	6	273.2	33.1

a Calendario 1975, o año fiscal superpuesto.

Fuente: Informes anuales de las compañías, Forma 10-K Informe a la Comisión de Seguridades e Intercambio.

La segunda compañía es **Columbia Broadcasting System (CBS)**, la cual desde el principio de la década de los años 60 se ha diversificado en los campos de: servicios de mercadeo, instrumentos musicales, publicaciones, servicios de educación e investigación para otras industrias y militar. La mayor actividad de la CBS en el extranjero es la manufactura y venta de música grabada e instrumentos musicales, al igual que la publicación de libros. CBS no distribuye programas de entretenimiento en el extranjero. Sin embargo, a través de un acuerdo con la Unión de Difusores Europea, abastece diariamente a 18 países con cintas de video sobre noticias. No tiene inversiones en estaciones de televisión extranjeras, ni tampoco ofrece servicios de administración o consultoría técnica.

La tercera red importante es la **American Broadcasting Companies Inc. (ABC)**. Los intereses de ABC en el extranjero han sido y son más extensos que los de RCA o CBS. En 1972, la división ABC Internacional era consultora de programación y/o representante de ventas de estaciones de TV en trece países, a más de mantener intereses minoritarios en la propiedad de algunas compañías de difusión extranjeras. Sin embargo, la cadena anunció que ha renunciado paulatinamente a estos intereses y que las inversiones restantes no eran importantes. Al finalizar 1976, ABC dejó de ser representante de ventas para estaciones extranjeras, aunque seguía actuando como consultora para estaciones en el extranjero y adquiriría programas en su nombre.

Como se puede observar, la participación de las cadenas americanas en el extranjero no es primordialmente en la distribución de programas. A pesar de todo, hay otras actividades importantes. Un área de intereses comunes es el negocio de la producción de discos fonográficos CBS a la cabeza, seguido por RCA. La fabricación de equipo electrónico en el extranjero es un área en la que domina RCA, al igual que la consultoría para adquisición de programas e inversiones en estaciones en el extranjero son del dominio de ABC. Desde que la televisión opera virtualmente en todos los países del mundo, no hay necesidad de servicios de consultoría en administración y técnica para empezar la difusión, aunque en años anteriores, algunos sistemas empezaron a funcionar en conexión con estas tres cadenas. En la producción y distribución de programas de entretenimiento, las cadenas han tenido que ceder el paso a las grandes compañías de Hollywood. La distribución en el extranjero, en particular, fué adoptado por Hollywood que ya contaba con un sistema de mercadeo en el extranjero para manejar sus películas de largo metraje en consecuencia, no tenía que depender de los pequeños ingresos que producía las ventas de programas de TV para mantener sus oficinas en el extranjero.

Los ingresos de las grandes compañías cinematográficas derivados de la distribución de sus programas en teatros y televisión están presentados en la Tabla 2. La compañía con los mayores ingresos en películas y televisión en 1975 fue MCA Inc. MCA es la propietaria exclusiva de compañías subsidiarias en el Reino Unido, Australia, Canadá, la República Federal de Alemania y los Países Bajos. Los arreglos con los cuales MCA mantiene la propiedad, produce y distribuye sus películas para cine y televisión son muy diferentes, pero, en la mayoría de casos MCA es propietaria de las películas y controla su distribución global. El segundo lugar de acuerdo a los ingresos derivados del cine y la televisión corresponde a Warner Communications Inc. Los intereses primarios de WCI son publicaciones y grabaciones musicales, películas de largo metraje y distribución de revistas y libros y TV por cable. La promoción conjunta de sus productos, es un interés especial para WCI, la cual realiza este negocio a través de su subsidiaria la Corporación de Concesiones de América, esta lleva a cabo sus negocios en los mercados domésticos y extranjero. La compañía más importante de WCI en el cine y televisión es Warner Bros. Inc. junto con sus subsidiarias. La WB lleva a cabo el financiamiento, producción y distribución de películas de largo metraje y la distribución a las cadenas de televisión. También, produce películas en Europa y Asia para distribución en los mercados del extranjero.

Twentieth Century Fox Film Corp. y Columbia Pictures Industries se concentran en la producción y distribución de películas de largo metraje y programas de TV, operación de teatros en el extranjero, difusión en TV, procesamiento de películas y, publicaciones y grabaciones musicales. En 1975, Twentieth Century Fox tenía 131 lugares de exhibición en los mercados extranjeros. Poseía 75 oficinas en el extranjero para distribución internacional, de las cuales, por lo menos un tercio eran aventuras conjuntas. Columbia vendió recientemente algunas de sus estaciones de TV y en 1976 completó la venta de sus subsidiarias en la publicación de música a EMI Ltda. La división Columbia Pictures hace arreglos con compañías independientes para la producción de la mayoría de películas que distribuye, pero mantiene su influencia en todas las fases de producción y da su aprobación a cualquier compromiso hecho por los productores. Al igual que las demás compañías cinematográficas, sus operaciones en el extranjero están sujetas a los cambios en las tasas de intercambio, cuotas o cualquier tipo de restricciones impuestas por un gobierno extranjero a la importación y exhibición de programas de televisión y películas de largo metraje de los Estados Unidos. A pesar todo, Columbia declara que "tales cuotas y demás restricciones no han tenido un afecto material en las operaciones de la compañía en el extranjero...."

Otra compañía importante es Paramount Pictures (Una subsidiaria de la Gulf & Western Industries), la cual es propietaria de un 40 por ciento de la Cinema Internacional Corporation y, en 1973—1974, tenía un 50 por ciento de participación en la Corporación UPITN., **United Artists Corporation** es una subsidiaria de la Transamérica Corporation la cual, en 1975 se constituyó en la quinta entre las más grandes corporaciones financieras diversificadas en los Estados Unidos. Hay otro grupo de compañías con una menor proporción de ingresos derivados del cine, su principal fuente de ingresos es el licenciamiento de material para televisión. Probablemente la más importante de estas es **Viacom Internacional**

**Tabla 2** Selección de Compañías de Distribución de películas de Largo Metraje y Televisión Catalogadas de Acuerdo a los Ingresos Derivados de la Distribución a Teatros y Televisión <sup>a</sup>.  
(En millones de dólares).

Compañía	Ingresos por dist. en Tv y teatros	% Ingresos de largo totales	Arriendo metrajes	Ingresos por prog. de TV.
MCA (Universal)	\$ 478.7	59.0%	\$ 289.1	\$ 189.6
Warner Communications	155.9	38.2	202.3	53.6
Twentieth Century-Fox	242.1	70.6	210.8	31.3
Columbia Pictures Ind.	239.3	72.1	152.0	87.1
United Arts Corp.	217.0	67.9	187.4	29.6
Paramount Pictures	217.0	6.4 <sup>b</sup>	152.0	65.0
Metro Goldwyn Meyer <sup>c</sup>	123.4	64.4	95.6	27.8

<sup>a</sup> Calendario 1975, o año fiscal superpuesto.

<sup>b</sup> Porcentaje del ingreso de la compañía matriz, Gulf & Western Industries.

<sup>c</sup> Año Fiscal 1976.

**Fuente :** Informes anuales de las compañías, Forma 10—K—Informe a la comisión de Seguridades e Intercambio.



**Inc.** La división de Empresas de Viacom es la organización de mercadeo de programas para la TV de más éxito en el mundo. Distribuye programas en el mercado doméstico y a estaciones en más de 110 países. Otras compañías en este grupo son: Filmways Inc. Metromedia Inc., National Telefilm Associates Inc. y Worldcision Enterprises Inc.

En términos globales, las actividades de las firmas americanas de difusión y películas de largo metraje produjeron un ingreso de más de dos billones de dólares en 1975 o el año fiscal superpuesto. Se excluyen los ingresos en el extranjero de ABC y otras firmas productoras y distribuidoras de películas, al igual que los ingresos en el Canadá de un sinnúmero de compañías (muchas compañías consideran al Canadá como parte de su mercado doméstico y lo hacen constar como tal en sus informes). El total real sería de 2.5 billones. De acuerdo a la Sociedad Americana de Cinematografía, (entre sus miembros tenemos a Allied Artists, Avco Embassy, MGM, Paramount, Twentieth Century — Fox, United Artists, Universal y Warner Bros). en 1975 ingresaron a los Estados Unidos \$ 530 millones. Cerca del 80 por ciento por cierto \$ 424 millones provenía del material exhibido en teatros, y el resto, de los programas de TV. Los miembros de la asociación son responsables por el 90 por ciento de los dólares remitidos a los Estados Unidos por concepto de cine y TV.

En todos los casos, las decisiones sobre las producciones en el extranjero y demás negocios, son hechas en las oficinas centrales de los Estados Unidos. Esto significa que la política que afecta a la política del cine—financiamiento, contenido, donde se va a producir, y a donde será distribuida la película—es ultimadamente establecida en los Estados Unidos, con consulta a sus oficinas en el extranjero, pero dejando a sus industrias en el extranjero con mucho menor que una autonomía completa

El gobierno de los Estados Unidos no mide las utilidades de esta compañías en el extranjero. El departamento de Comercio dá las cifras de los pagos netos a las matrices por parte de sus afiliados en el extranjero, pero estos datos no representan el total de utilidades en el extranjero. Los pagos de los no—afiliados no son registrados. A más de ciertas compañías y transacciones inferiores a un cierto nivel monetario no tienen que ser reportadas. El alquiler de las películas de los Estados Unidos por parte de compañías extranjeras no afiliadas se estimaron en \$ 86 millones en 1975.

Los mejores mercados en el extranjero en 1975, con sus rentas

estimadas, fueron: Canadá (\$ 63.2 millones), Japón (\$ 56.6 millones), Italia (\$ 56.1 millones), Francia (\$ 52.1 millones), la República Federal de Alemania (\$ 40.2 millones), El Reino Unido (\$ 37.2 millones), Australia (\$ 37 millones), España (\$ 32.5 millones), Brasil (\$ 21.7 millones) Sudáfrica (\$ 19.6 millones), México (\$ 17 millones), Suecia (\$ 13.2 millones) Suiza (\$ 8 millones), los Países Bajos (\$ 7.7 millones), y Venezuela (\$ 7.6 millones).

**El negocio del cine y televisión transnacionales fuera de los Estados Unidos**

Las mayores compañías británicas en el negocio de televisión transnacional son la **British Broadcasting Corporation** y cinco compañías comerciales: **ATV, Thames TV, London Weekend Televisión, Yorkshire TV, y Granada TV**. Sin embargo, estas corporaciones no intervienen directamente en el mercado y distribución transnacional, pero, poseen subsidiarias o divisiones internacionales que se hacen cargo de sus operaciones en el extranjero. Las relaciones actuales de estas grandes corporaciones con sus compañías de mercadeo están presentadas en la tabla 3. Practicamente todos los programas británicas que van al extranjero son distribuidos por estas compañías.

**Tabla 3 Corporaciones Británicas más Importantes en Televisión Transnacional**

Corporacion	Distribuidor Transnacional
—The British Broadcasting Corporation	BBC Enterprises
—Associated Television Corporation Limited (ATV)	Incorporated Televisión Company Limited (ITC)
—Thames Television Limited	Tames Television Internacional Ltd.
—London Weekend Television	Richard Price
—Yorkshire Television	Trident Television
—Granada Television	Granada Television Internacional Division.

**BBC Enterprises** Es un grupo comercial de la BBC creado en 1960 para hacer que los programas de la BBC sean disponibles en el mercado mundial. En el año fiscal que finalizó en Marzo de 1975, BBC enterprises tuvo una venta bruta de \$ 10 millones. Las exportaciones a Africa, el Medio Oriente y Japón fueron importantes, siendo los Estados Unidos el mercado más importante. En 1975, más de 1300 películas y series de la BBC para la televisión eran disponibles para la industria y bibliotecas en todo el mundo. La distribución de programas de la BBC en los Estados Unidos y la de América Latina es manejada por la BBC Enterprises y Time Life Films Inc. en Nueva York. Los países socialistas son clientes de BBC Enterprises.

Las demás corporaciones de televisión británicas operan en sectores regionales, pero forman una cadena conjunta de Televisión Independiente (ITV). ITV está compuesta de 15 compañías de programas y de una estación de noticias independiente. Aunque se ha puesto mucho énfasis en la cobertura y origen regionales, las cinco compañías centrales que también son conocidas en el mercado de televisión transnacionales, domina la cadena de TV.

**ATV Network LTD** es miembro de un grupo ampliamente diversificado. Associated Televisión Corporation. Ltd. Casi el 60 por ciento de los programas de ATV son difundidos a través de todo el Reino Unido. Los programas para el mercado internacional son menos del tres por ciento de la producción de la compañía, aunque ellos originan la mayor parte de los ingresos en el extranjero por exportaciones de este tipo de material. A más de televisión, la corporación ATV es activa en producción de películas, teatros, grabaciones, publicaciones y distribución de equipo para teléfonos, disfraces teatrales y compañías mercantiles y de bienes y raíces. Sus ingresos en 1975 fueron más de 120 millones de dólares.

**Thames Television** es una compañía relativamente pequeña, pero, los programas de Thames son vistos en 87 países, sus principales mercados son la Comunidad de Naciones y América. Las exportaciones de Thames son casi un tercio de las de BBC, en el año fiscal que finalizó en 1975, estas tuvieron un valor de \$ 2.6 millones.

Otras compañías de cine y televisión tienen arreglos similares para su distribución en el extranjero, aunque no tienen el papel dominante de las compañías inglesas y americanas. La venta de los programas de

RAI en el extranjero, por ejemplo, es manejada por SACIS (Societa per Azioni Commerciale Iniziative Spettacolo), la cual en 1974 distribuyó 1400 horas de programación de la RAI en el extranjero. Los programas de Alemania Occidental son distribuidos en los países en desarrollo por medio de Transtel. Casi el 80 por ciento de la programación distribuida por Transtel es producida por las estaciones de televisión de ARD, ZDF, Bavaria, Telepool, Tele-Saar y Estudio Hamburg. Uno de los principales centros de producción de programas de televisión fuera de los Estados Unidos es Hong Kong. Sus principales compañías productoras, **Shaw Brothers** y **Golden Harvest**, se están expandiendo internacionalmente. Su principal audiencia son los 30 millones de chinos que habitan en los países del Asia.

A más de esto, entre las 500 corporaciones más grandes fuera de los Estados Unidos, hay 30 compañías que tienen importancia en el campo de las comunicaciones. La mayoría de ellas participan principalmente en la fabricación de equipo y son activas en electrónica, maquinaria eléctrica, electrodomésticos y publicaciones. Entre estas tenemos: **British EMI Ltd.**, **The Rank Organization Ltda.**, y la compañía Alemana/Holandesa **Poligrama/Polydor**, la cual es de la propiedad conjunta de **Philips** y **Siemens**. Debido a que los nuevos mercados audio-visuales y de televisión envuelven grandes inversiones y riesgos considerables, las corporaciones de producción de equipo y las de material han tenido que combinar sus esfuerzos en el mercado en cierto grado.

Un ejemplo de esta tendencia es **Philips**, la más grande corporación en este campo fuera de los Estados Unidos. En 1975, **Philips** y **MCA Inc.** unieron sus esfuerzos para innovar un sistema de discos de video que ambos habían estado desarrollando independientemente. **Philips** producirá tocadiscos standard **MCA/VLP** a los mercados en Europa y América mientras que **MCA** distribuirá todo el material para este sistema por medios de la matriz de **Universal Estudios**. Aún más, producirá programas que estén de acuerdo a las posibilidades del disco de video. Estos intereses tienen como intención la industrialización de una oficina de licencias que trataría con todos los que tengan interés comercial en el sistema de disco de video **Philips/MCA**. Otro ejemplo de esta combinación es el sistema de discos de video desarrollado por **RCA** en conjunción con **NBC**, el cual competirá con el sistema **Philips/MCA**. También, **Sony** del Japón se ha unido con **Paramount** para formar una nueva compañía, **Sony/Paramount Home Entertainmet Center**, la cual planea la distribución del nuevo sistema.

## Conclusiones

Los medios de comunicación social modernos ofrecen un mercado global para los productores y distribuidores. Con la excepción de los países socialistas, todo el hemisferio norte se puede declarar como un consumidor apto de los productos de la industria de la comunicación. Los países de la OECDE son el mercado más importante en el área de la comunicación transnacional. En los demás países del mundo, las ganancias financieras no son el motivo decisivo para las operaciones, sino la apertura de mercados y la creación de modelos para consumo en el futuro.

La industria cinematográfica internacional ya había creado un sistema de distribución mundial para las películas de los Estados Unidos antes de la introducción de la TV. En consecuencia, la TV ha sido un nuevo negocio para las empresas de películas sin la necesidad de crear nuevas redes de distribución. Las mayores compañías de difusión con sus grandes centros de producción y departamentos de ventas en el exterior, ha podido alcanzar y mantener una posición dominante en el mercado mundial de programas de TV. sin que necesariamente tenga que adquirir o controlar subsidiarias. Hay una creciente integración de la producción y distribución de material para los medios de comunicación social en los mercados extranjeros de las CTNs. Igualmente, la producción de películas, televisión y audiovisuales y demás medios de la industria de las comunicaciones, se ha vuelto, o se está volviendo, parte de las grandes industrias de entretenimientos, las cuales, a la vez, son parte de otras grandes corporaciones.

Es claro, que aunque las subsidiarias en ultramar son legalmente compañías extranjeras, estas no son independientes, y son operadas para servir a los intereses de las matrices. Especialmente en la producción de material para los medios de comunicación, las decisiones importantes que afectan al país en donde están las subsidiarias, son tomadas en el país en donde esta la matriz. Se compromete de esta manera la autonomía del país anfitrión, pues las decisiones que afectan a su cultura son hechas en el extranjero por firmas cuyos intereses son necesariamente privados y comerciales. Es evidente, que se necesita una estructura que dé responsabilidad social y jurídica a los medios de comunicación social transnacionales. Sin embargo, las formas de influencia en los países extranjeros son mucho más complejas que la simple propiedad. Los sistemas de cuotas y otras restricciones impuestas por los países recipientes, no han podido cambiar las características principales de las tendencias en este campo. Es indudable que se necesita una mayor investigación tanto en la naturaleza de los procesos globales, cuanto en su influencia a nivel nacional.