



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ciencias Sociales y Políticas

Los magnates Emilio Azcárraga y Roberto Marinho:
un estudio comparativo entre los orígenes
de Televisa y TV Globo,
en búsqueda de los pilares de la concentración de poder
en la televisión de México y de Brasil

Tesis
que para obtener el grado de
Maestra
en Ciencias Sociales

presenta

Luciana Martins Yonekawa

Santiago de Querétaro
Diciembre 2015



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ciencias Sociales y Políticas
Maestría en Ciencias Sociales

Los magnates Emilio Azcárraga y Roberto Marinho:

un estudio comparativo entre los orígenes
de Televisa y TV Globo,
en búsqueda de los pilares de la concentración de poder
en la televisión de México y de Brasil

Tesis
que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestra en Ciencias Sociales

presenta

Luciana Martins Yonekawa

Dirigida por: Dr. Raúl Trejo Delarbre (UNAM)
Co-asesora: Dra. Martha Gloria Morales Garza
Corrección de estilo: Facultad de Lenguas y Letras – UAQ

Sinodales:

Dr. Raúl Trejo Delarbre (UNAM)
Presidente

Dra. Martha Gloria Morales Garza
Secretaria

Dra. Miriam Herrera Aguilar
Vocal

Dr. Francisco Hernández Lomelí
Suplente

Dr. Sergio Rivera Magos
Suplente

Mtro. Luis Alberto Fernández García
Director de la Facultad
de Ciencias Sociales y Políticas

Firma
Firma
Firma
Firma
Firma

Dra. Ma. Guadalupe Flavia Loarca Piña
Directora de Investigación
y Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Diciembre 2015
México

RESUMEN

Televisa, de México, es la mayor emisora de televisión en lengua hispana del mundo. TV Globo, de Brasil, la mayor en lengua portuguesa. En 50 años de existencia, han sido testigos y narradores de las historias de sus respectivos países, además de una presencia constante en el día a día de millones de personas, llegando a la cumbre de los medios masivos de comunicación a nivel mundial desde sus primeras décadas. Esta tesis analiza los orígenes de las dos emisoras por su historia institucional y por parte de la biografía de los empresarios que las fundaron, y también hace un análisis de las primeras leyes de telecomunicación y radiodifusión que contemplaron el fenómeno televisivo. Se busca una explicación sobre cómo estas emisoras han logrado concentrar tanto poder. Este estudio se estructura a partir de tres hipótesis: (1) Que la concentración de poder es resultado de las relaciones personales, políticas y económicas de sus magnates con importantes *players* de sus países; (2) Que las emisoras han sido beneficiadas por leyes tardías, ineficientes y/o hechas a modo; (3) Que TV Globo y Televisa crecieron a través de actos de corrupción legal. Las conclusiones de este estudio enseñan que el apoyo declarado por los dos magnates a los gobiernos en turno en sus países fue más decisivo para el éxito de las emisoras que sus otras relaciones personales o su poder financiero. En el campo de las leyes, se tiene como resultado que no hubo retraso de parte de los legisladores para elaborar las normas en torno a la televisión, sino un trabajo intenso de la industria para la construcción de leyes a modo. Este estudio presenta una reflexión sobre la construcción de los marcos jurídicos de nuevas tecnologías y, lo más importante, sale a la luz en un momento en que la televisión sufre la amenaza de nuevos medios audiovisuales que, quizás, podrían quitar su hegemonía de tantos años. Este es un tiempo ideal para conocer a fondo la historia de este medio, para que se pueda ver con claridad lo que el presente y el futuro nos presentan en el campo de la comunicación social.

(Palabras clave: televisión, Televisa, Globo, México, Brasil, concentración, magnates, influencia)

SUMMARY

Mexico's Televisa is the biggest Spanish speaking TV broadcaster in the world. Brazil's TV Globo is the biggest in Portuguese language. In 50 years of existence each, they both have witnessed and chronicled the histories of its respective countries, besides being a constant presence in the daily routine of millions of people, reaching the top of the mass media since its first decades. This thesis analyses the origins of the two TV broadcasters through their institutional history and the biographies of the entrepreneurs that started them, besides presenting an analysis of the first telecommunication and broadcasting laws that addressed the television phenomenon. This study searches for an explanation on how both have been able to concentrate so much power, starting from three hypothesis: (1) The concentration of power results from the magnate's personal, political and economical relations with important players in their countries; (2) TV Globo and Televisa were benefited by late, inefficient or custom-made laws; (3) They have grown through Legal corruption acts. This studies' conclusion show that the avowed support that the magnates have always shown to the government in each country was more decisive to the success of their companies than their other personal relations or their money. Regarding the law, results show that there were no congressmen delays on the process of elaboration rules to television broadcast, but an intense lobby from the TV industry to have custom-made laws approved. This study also presents a reflection about how laws for new technologies are conceived and, more importantly, it is released in a moment when television is under the attack of new audiovisual media that, perhaps, may take down so many years of hegemony over mass media. This is the ideal moment to know deeply the history of this media, so we can see more clearly what the present and the future have to offer to Social Communication related fields.

(Key words: television, Televisa, Globo, Mexico, Brazil, concentration, magnates, influence)

Agradecimientos

Esta tesis es el resultado de un sueño: hacer un posgrado en el extranjero. Fue un placer y un gran desafío. Pude disfrutar de dos años –y dos meses de propedéutico– de clases realmente enriquecedoras, mientras investigaba sobre un tema que mucho me emociona: la televisión. Pero fue también un reto consolidar una tesis de posgrado en una Maestría en Ciencias Sociales que es parte del Programa Nacional de Posgrado de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología en mi tercera lengua, el español.

Uso estas sencillas líneas para agradecer:

A la Universidad Autónoma de Querétaro, a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

Al Dr. Raúl Trejo Delarbre, por la profunda generosidad académica, intelectual y por su tiempo, desde la primera vez que lo vi, nada más para pedir una indicación de Director de Tesis, labor que no solamente aceptó, sino que ejecutó como un brillante e inolvidable maestro.

A la Dra. Martha Gloria Morales Garza, por sus orientaciones durante clases y sesiones de asesoría como mi codirectora de tesis. Y también al Dr. Stefan Josef Gandler, a la Dra. Sulima del Carmen García Falconi, a la Dra. María de los Ángeles Guzmán Molina, al Dr. Enrique Leonardo Kato Vidal, al Dr. Víctor Gabriel Muro González, al Dr. Juan Pablo Navarrete, a la Dra. Lorena Erika Osorio Franco, al Dr. Francisco Porras, al Mtro. Ricardo Rivón Lazcano y al Dr. Rodolfo Sarsfield por toda su atención, paciencia con mi *portuñol* y mis diferencias culturales y por toda su generosidad intelectual en todas las clases de la Maestría. No podría imaginar mejores profesores en cualquier lugar del mundo.

A la Dra. Miriam Herrera Aguilar, al Dr. Sergio Rivera Magos y al Dr. Francisco Hernández Lomelí, por la consideración en ser mis lectores. Al Mtro. Juan José Lara Ovando y al Dr. Emiliano Treré, por las aportaciones hechas durante los coloquios de la FCPyS y, en especial, a la Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua, por haber mandado aportaciones, aunque esté en instancia pos doctoral en otro país. Agradezco también al Dr. Germán Espino Sánchez, por disuadirme de la idea de comparar leyes de cinco países y sugerirme un tema factible. Al Dr. Leonardo Valdés Zurita, por la clase en el propedéutico y por haberme indicado como asesorada al Dr. Trejo Delarbre.

A la Dra. Marcela Ávila Eggleton y al Dr. Pedro Flores Crespo por toda la gran labor en la coordinación, así como a Janet, Mauricio, Ana, Araceli y Lulú, por toda la atención y el excelente trabajo.

Agradezco especialmente a mis fantásticos compañeros y amigos Ana Karen Rodríguez Ballesteros, Carolina Uribe Ortiz, Dalia Judith Olvera Ledezma, Hilda Viridiana Álvarez Cortes, Enrique Iturralde Chaparro, María Blanca Rebeca Arroyo Rodríguez, Mariano Miguel Vargas Paredes, Monica Eugenia Moreno Rubio y

Samantha Yunuen Juárez Ramos. No habría concluido esta maestría si no fuera por su fraternidad. La unión de nuestro grupo es algo que llevaré en mi corazón para siempre.

Agradezco también a mi amado Alberto Carlos Negrete Sansores, que me trajo a este tan lindo país pegada de la mano, así como hemos caminado por tantos lugares en el mundo y lo haremos por tantos años más mientras podamos. Gracias por la paciencia, por la (mutua) admiración, por el cariño y el amor.

A todos mis amigos que están por todas partes del mundo, que tantas veces me alentaron a seguir con los estudios, a hacer un buen trabajo y –¡por Dios!, como decían algunos– a acabar la tesis, por fin.

Y por supuesto que agradezco a mis papás, a mi hermana y a toda mi familia por el amor, por sobrevivir a la tensión de tener a una Martins Yonekawa en otro país. Tan lejos, pero siempre tan cerca. Los amo.

Podría pasar varias cuartillas más aquí, agradeciendo, pues soy muchísimo afortunada en haber recibido tanto de la vida. Esta maestría y todo que me ha traído es una parte inolvidable de esta tan bienaventurada vida.

Concluyo entonces agradeciendo a usted, que lee estas líneas y las que seguirán.
¡Muchas gracias!

INDICE

RESUMEN	3
SUMMARY	4
AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN AL TEMA (JUSTIFICACIÓN)	8
Concepto clave	13
Metodología de la investigación	15
<i>Pero, ¿por qué una comparación?</i>	15
Modelo explicativo	18
CAP. 1 ESTADO DEL ARTE	19
CAP. 2 ANÁLISIS SOCIO-HISTÓRICO DE MÉXICO Y BRASIL, POR LAS HISTORIAS DE TELEVISIÓN Y TV GLOBO	35
El Tigre y el ciudadano Kane brasileño	35
Antes del Tigre, había Azcárraga Vidaurreta	38
Antes del Ciudadano Kane brasileño, había Irineu Marinho	41
Y llega la televisión, al mundo y a América Latina	42
La televisión en México	42
La televisión en Brasil	47
Conclusiones iniciales a partir de las crónicas	93
CAP.3. RELACIÓN LEGAL ENTRE ESTADO Y MEDIOS	98
i. Legislación en los dos países (régimen legal de medios) 1920-1960	98
Los primeros marcos jurídicos de la radiodifusión en México	99
Un breve análisis sobre los primeros marcos jurídicos de la radiodifusión en Brasil	112
ii. Análisis de la Ley Federal de Radio y Televisión y del Código Brasileño de Telecomunicaciones	121
Análisis y comparación	125
Revisión legal: una conclusión	166
CAP. 4 CONCLUSIÓN	174
Pregunta de investigación y hallazgos	175
¿Y qué más ha quedado por hacer?	182
REFERENCIAS	186
BIBLIOGRAFIA	196
Apéndice 1	201
Apéndice 2	211

Introducción al tema (Justificación)

“Los *aparatos culturales* son las instituciones que administran, transmiten y renuevan el capital cultural. En el capitalismo, son principalmente la familia y la escuela, pero también los medios de comunicación, las formas de organización del espacio y el tiempo, todas las instituciones y estructuras materiales a través de las cuales circula el sentido” (García Canclini, 1989: 55).

El año es 2015. Según los últimos datos oficiales de cada país, México tiene más de 112 millones de habitantes (INEGI, 2010). Brasil, casi 203 millones (IBGE, 2014). Juntos tienen más de un tercio de la población de toda América Latina y el Caribe. La lengua y unos siete mil kilómetros separan a los dos países; sin embargo, la región donde se ubican y sus problemas socio-económico-políticos los hacen hermanos.

Además, México y Brasil también tienen en común ser las cunas, hogares y cuarteles generales de las dos mayores emisoras de televisión en lengua hispana y portuguesa; respectivamente, Televisa (de la familia Azcárraga) y TV Globo (de la familia Marinho).

Los Marinho poseen la red nacional más grande de televisión abierta, con veinte emisoras de televisión bajo su control directo y más de 100 afiliadas por todo el país (Kurth, 2006:87; Zukernik, 2008:29). En la televisión abierta de Brasil, TV Globo tiene como competencia cuatro emisoras privadas y dos públicas¹. Aún así, su audiencia ha variado de 14² (Feltrin, 2013) (la media de 2013, la más baja en toda su historia) a 52 puntos (Passi, 2014) (alcanzados en el capítulo final de la telenovela *Avenida Brasil*, transmitida en México en 2014 por TV Azteca). Sin embargo, en los años 1960 y 1973, el 100 % de los aparatos de televisión en el país estuvieron prendidos durante algunos capítulos de dos de sus telenovelas.

La audiencia de Televisa ha oscilado entre 43 y 70 puntos (Trejo Delarbre, 2014:151), y es la emisora número uno en *ratings* de México, con sus cuatro canales³. El *Canal de las Estrellas*⁴ tiene solamente a TV Azteca como competencia real.

¹ Como explica Straubhaar (1989b:143), hay una segmentación en la televisión brasileña. El autor afirmaba que mientras TV Globo tenía como blanco de audiencia la élite; TV Bandeirantes y TV Manchete buscaban la élite y la clase alta; y el SBT, la clase media baja y los pobres. Hoy se puede decir que TV Globo segmentó su propia programación para llegar a todas las clases, mientras Bandeirantes también ofrece programación para clases bajas. SBT, que es la emisora brasileña que compra programación de Televisa, hace el doblaje y transmite en Brasil, sigue enfocada a las clases bajas. TV Manchete ya no existe; fue sustituida por la Rede TV, que también busca la clase baja, así como la TV Record, que es de la Iglesia Universal del Reino de Dios, que intenta copiar la programación de Globo, pero tiene poca penetración en la clase alta.

² Índice Ibope de la TV Globo en la región metropolitana del estado de São Paulo, uno de los más importantes de Brasil. Según Feltrin (2013), cada punto equivale a 62 mil hogares; el valor de cada punto cambia de acuerdo a datos del censo realizado por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE); sin embargo, la proporción es válida para todas las emisoras.

³ Como explican Hernández Lomelí y Orozco Gómez (2007:52), “a Televisa pertenecen los siguientes canales: canal 2, que es el principal, con cobertura nacional e internacional directa, y donde domina la programación de telenovelas y los principales programas informativos. El canal 4, que tiene una programación variada y cobertura amplia a través de repetidoras en el país. Canal 5, que se ha especializado en dibujos animados, películas y series de aventuras, y canal 9, también con una programación variada”.

⁴ Eslogan de Televisa.

Televisa es responsable de un 60 % de los ingresos de las empresas de los Azcárraga, mientras otros negocios, como actividades editoriales, discográficas y de televisión de pago no superan los 7 % de ganancia (Mastrini & Becerra, 2006:214)⁵. En 2012, la emisora mexicana generó US\$5,264 millones (Vidal, 2013). En el mismo año, TV Globo obtuvo unos US\$6,504 millones⁶ (F5, 2013): en Brasil, esto significa aproximadamente un 70 % de lo que todas las emisoras del país ganaron juntas en publicidad, aun tomando en cuenta el 43 % de las inversiones en TV hechas por el gobierno federal (Inter-meios, 2012). Así:

México se ubica, junto con Brasil, como uno de los mercados infocomunicacionales más vigorosos de la región en términos de volumen de facturación, no obstante registra, al igual que Brasil, una desigualdad en la distribución del ingreso que repercute en el acceso, relativamente bajo, de su población a los bienes y servicios de la cultura, de la información y de la comunicación (Mastrini & Becerra, 2006:213).

Es decir: la población de los dos países tiene a la televisión como un bien básico de consumo, agradable y, principalmente, barato, además de accesible. Pocas veces los sueldos de un grueso de la población alcanzan para ir a un teatro, una casa de espectáculos, un cine, una librería y compran boletos y publicaciones. Así, la televisión acaba siendo el principal proveedor de mercancías culturales y de información de mucha gente.

Sin embargo, el gran poder para acaparar la atención de las masas obtiene como resultado que la televisión sea uno –si no es que *el*– medio de comunicación más rentable a sus accionistas por medio de la venta de espacios publicitarios. Daniel Herz (1987:215) explica el modelo de comunicación masiva a partir de la empresa TV Globo:

“El fortalecimiento de la televisión como vehículo de propaganda acompañó el proceso de concentración monopólica verificado en todos los sectores de la economía. La Red Globo surge como la principal empresa en el sector, atendiendo a la necesidad de un vehículo poderoso de propaganda, privilegiado por los principales anunciantes, capaz de operar la estimulación del mercado nacional, que es bastante disperso geográficamente y reducido en términos poblacionales. En 1977, entre las 130 principales líneas de productos fabricados en Brasil, el destino de los presupuestos publicitarios para la televisión, que en conjunto solía ser en media de 55 %, subía a 62,8 %. Entre los diez principales anunciantes de 1977 a 1980, la inversión en televisión llegó a 85 % del total de los recursos distribuidos en la publicidad, contra 15 % en los otros medios (Jordão, 1978:19). Es decir, la televisión es el principal medio de los grandes

⁵ De acuerdo con la propia empresa, “Televisa es la empresa de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana con base en su capitalización de mercado, y es uno de los principales participantes en el negocio de entretenimiento a nivel mundial. Opera cuatro canales de televisión abierta en la Ciudad de México, produce y distribuye 24 marcas de televisión de pago para distribución en México y el resto del mundo, y exporta sus programas y formatos a Estados Unidos a través de Univisión Communications Inc. (“Univisión”), y a otros canales de televisión en más de 50 países. Televisa es también un participante activo en la industria de las telecomunicaciones en México. Tiene una participación mayoritaria en Sky, un sistema líder de televisión de pago directa al hogar vía satélite que opera en México, República Dominicana y Centroamérica, y en cinco negocios de telecomunicaciones: Cablevisión, Cablemás, Cablecom, TVI y Bestel que ofrecen servicios de televisión de pago, video, voz e Internet de alta velocidad. Televisa también tiene intereses en la publicación y distribución de revistas, la producción y transmisión de radio, deportes profesionales y entretenimiento en vivo, producción y distribución de películas, la operación de un portal horizontal de Internet, y juegos y sorteos. Adicionalmente, Televisa tiene una participación accionaria de 50% en GSF Telecom Holdings, S.A.P.I. de C.V. (“GSF”), la compañía controladora de Grupo Iusacell S.A. de C.V. (“Iusacell”), la tercera compañía de telecomunicaciones móviles en México en términos de suscriptores. En los Estados Unidos, Televisa cuenta con una participación accionaria y una inversión en deuda convertible que, una vez convertida y previa obtención de cualquier autorización que resulte necesaria por parte de las autoridades regulatorias en Estados Unidos, representarían aproximadamente el 38% sobre una base de dilución y conversión total del capital de Broadcasting Media Partners, Inc. (“BMP”), la compañía controladora de Univisión, la empresa de medios de habla hispana líder en los Estados Unidos” (Televisa, 2014b).

⁶ Valor publicado originalmente en Reales, la moneda de Brasil, cotizado a dólares por valores de marzo de 2013.

anunciantes. Y la Red Globo es el instrumento privilegiado de estas grandes empresas –la mayor parte de estas, multinacionales– que han destinado a Globo, entre 1977 y 1980, un 85 % del total de las inversiones realizadas en televisión, versus 11 % a la Red Tupi y 4 % a las otras emisoras. Dicha concentración de inversiones en la Red Globo es bastante superior, incluso, a su participación en la audiencia general (Jordão, 1978:19). La existencia de Red Globo, afectando de esta forma la distribución del presupuesto en publicidad condiciona no solamente la organización de la televisión brasileña, inmovilizando cualquier iniciativa fuera de la ‘operación en escala’ posibilitada por su red, sino todo el modelo brasileño de radiodifusión y de comunicación masiva (ABAP,IAA,SAPESP, 1978)” (Herz, 1985:215).

A pesar de sus orígenes, cuando la inversión en las primeras emisoras de televisión parecía una apuesta arriesgada en un nuevo medio caro y desconocido, hoy el negocio de la televisión es completamente autosustentable, bastante rentable y sigue apoyando el mantenimiento de otros medios masivos, como explican los expertos argentinos Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2006):

El Grupo Globo es el mayor proveedor de contenidos de Brasil con una producción anual de más de 4.400 horas, que no solo le permiten abastecer a su red de estaciones, sino además sostener un ambicioso plan de exportación de su producción a nivel mundial. Cuenta además con la principal red brasileña de TV por cable (NET) y la principal programadora (Globosat), el diario O Globo, y una participación en la operadora de televisión satelital Sky Brasil, que domina este ámbito del mercado brasileño. Más allá de la producción y distribución televisiva, el Grupo Globo es propietario de compañías de radio, comunicaciones satelitales, y telecomunicaciones. Por medio de Globocabo, cuyo 11,5 por ciento del paquete accionario pertenece a la transnacional Microsoft, el Grupo Globo inició una etapa experimental para brindar acceso a Internet a través de la TV por cable, aprovechando su millón y medio de abonados en 18 ciudades brasileñas y su potencialidad de llegar a más de cinco millones de hogares en sus 25 mil kilómetros de tendido de red. A raíz de la devaluación de la moneda, el grupo enfrentó una fuerte crisis debido a su endeudamiento externo. Pese a la crisis, la potencialidad económica del grupo es muy significativa. Factura más de 5.000 millones de dólares y obtiene 440 millones de dólares anuales de beneficios, que representan el 8,46% de su volumen de negocios, aun cuando la inversión publicitaria incluye a grupos regionales que no le pertenecen. Su principal fuente de ingresos es el mercado televisivo, donde no solo domina el mercado interno sino que constituye uno de los principales operadores no norteamericanos en el mercado mundial de venta de programas a partir de las telenovelas. La estrategia empresarial del grupo se ha caracterizado por la temprana diversificación en los mercados de las industrias culturales, los cuales domina en su mayoría. También ha buscado intervenir en el mercado internacional, no solo a través de las telenovelas sino también como socio de empresas de televisión satelital regional. En términos de integración vertical, se caracteriza por integrar la producción y la distribución en los diferentes sectores que componen la hilera audiovisual (Mastrini & Becerra, 2006:141-142).

Uno de los resultados de la operación de ganancias tan altas está a nivel personal: los herederos (y aún principales accionistas) de las dos emisoras son algunos de los más poderosos magnates de sus países, frente a otros grandes empresarios de diferentes sectores.

Según los *rankings* de la revista Forbes, Emilio Azcárraga Jean, heredero de Emilio Azcárraga Vidaurreta y de Emilio Azcárraga Milmo, es el 9º hombre más rico de México (Forbes, 2014). Roberto Irineu, João Roberto y José Roberto Marinho, herederos de Roberto Marinho, fallecido en 2003, son la familia más rica de Brasil, frente a otros clanes detentores de bancos y grandes conglomerados industriales, según la revista Forbes (Antunes, 2014).

Con el apoyo de su dominio económico, TV Globo y Televisa comparten el poderío de influencia que tienen en las decisiones tomadas en los ámbitos públicos y privados de sus dos países de origen, aunque queden dudas sobre la construcción de sus fortunas y de su poderío.

Para 1993 Emilio Azcárraga Milmo era el hombre más rico de América Latina, con una fortuna estimada en 5,000 millones de dólares. La pregunta que surge, sin embargo, es si la asombrosa expansión de su empresa fue resultado de su visión y su afinado olfato para los negocios, o si lo logró en vista de la ausencia de una competencia local y, en general, de las circunstancias favorables en las que se desarrolló y que fueron otorgadas por el sistema (Fernández & Paxman, 2013: 51).

Entre dichas “circunstancias favorables” están los innumerables ejemplos de la relación entre las televisoras y los tres poderes. Desde la fundación de las dos emisoras, hay casos comprobados y reconocidos; hay denuncias que son negadas vehementemente; muchas son las anécdotas y poca es la información comprobada y consolidada.

En el año 2000, un periodista e historiador inglés, Andrew Paxman, y una periodista mexicana, Claudia Fernández, publicaron la primera edición de la biografía de Emilio Azcárraga Milmo, *El Tigre*, segundo heredero y responsable de la expansión de la emisora de televisión mexicana. Cuentan ellos que:

México se ha convertido en un país de televidentes. La cantidad promedio de horas diarias que pasan los mexicanos frente al televisor rebasa a la de Estados Unidos y a la de los países europeos. De los sectores más educados a los de menores recursos, todos reciben los complejos estímulos de la pantalla chica, que por más de 20 años estuvo prácticamente monopolizada por la programación de Televisa. La empresa de Emilio Azcárraga ha sido la principal influencia en las actitudes culturales, políticas y económicas de la mayoría de la población mexicana. El mismo partido gobernante ha tenido que utilizarla para conectarse efectivamente con sus electores potenciales. ‘Televisa es la dueña del tiempo libre de los mexicanos’, ha dicho [el escritor y periodista mexicano Carlos] Monsiváis (Fernández & Paxman, 2013:89-90).

Sin embargo, la historia de *El Canal de las Estrellas* aún sigue su curso. Así, en 2013, se hizo necesaria una actualización del relato, que en sus primeras páginas ya trae anécdotas bastante contundentes sobre la relación entre los grandes magnates dueños de Televisa y algunas de las figuras públicas de la institución que es la Presidencia de la República Mexicana.

En 2003 Azcárraga Jean comenzó a revivir visiblemente sus vínculos con la vieja guardia del PRI, al organizar una fiesta para Carlos Salinas de Gortari, en un intento por ayudar a su rehabilitación pública. Salinas, a su vez, se convirtió en asesor especial de Azcárraga Jean. (...) En 2005, como reveló Jenaro Villamil en *Proceso*, Televisa comenzó a cultivar la imagen de Enrique Peña Nieto como un futuro presidenciable (...) (Fernández & Paxman, 2013: 9).

En el verano de 2012, cuando el Partido Revolucionario Institucional (PRI) se movía inexorablemente hacia la recaptura de la Presidencia de México, el legado de El Tigre era claramente palpable. Una fuerte sensación de *déjà vu* acompañó la elección de Enrique Peña Nieto: justo como había ocurrido 24 años antes, un magnate de los medios llamado Emilio Azcárraga respaldaba a un priista en sus 40 que prometía redención tras seis años de miseria (Fernández & Paxman, 2013: 4).

Los vínculos entre la misma clase de actores (magnates de la televisión y Presidencia) son bastante similares en Brasil. La relación de Roberto Marinho con los nombres más influyentes de la política brasileña es motivo de orgullo para las Organizaciones Globo y para sus herederos. Tan es así que en la página *web* oficial de Roberto Marinho⁷ hay un enlace específico sobre su relación con políticos, con ligas específicas para congresistas, expresidentes e incluso un enlace que contiene la versión oficial de sus nexos con los militares del régimen autoritario por el cual Brasil pasó entre las décadas de 1960 y 1980.

Roberto Marinho falleció en 2003. Sus tres hijos, Roberto Irineu, João Roberto y José Roberto Marinho, han mantenido el negocio familiar, en todas sus facetas⁸. Un documental hecho para la TV⁹, con la biografía oficial del magnate brasileño, contiene declaraciones de tres presidentes electos en Brasil después de la redemocratización, dando el pésame por la muerte del magnate. La biografía oficial de la actual presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, narra encuentros entre la mandataria del mayor país del Cono Sur Latinoamericano y los herederos de la superpotencia de los medios de comunicación TV Globo:

Dilma conocía y era conocida por los empresarios de comunicación al menos desde las elecciones del 2006. En su propia elección, ella evitó una relación superficial con los dueños de la prensa. En junio, estuvo con los accionistas de Globo, João Roberto y José Roberto Marinho, en una cena con otros invitados en la casa del exsecretario [de Justicia del gobierno del presidente anterior, Luiz Inácio Lula da Silva], en São Paulo. Dilma les dijo [a los Marinho] que esperaba neutralidad en la cobertura de las elecciones y no habló más acerca del tema en dicha noche.

A principios de agosto, ella recibió a los Marinho en una cena en Brasília. José Eduardo Dutra¹⁰ fue a la casa llevando en su bolsillo un análisis de la cobertura del Jornal Nacional [el principal noticiero de TV Globo y el más importante del país] de las elecciones: en 25 de las 26 ediciones del mes de agosto, [José] Serra [candidato de la oposición a la Presidencia de la República de Brasil en el 2010] aparecía casi siempre saludando, abrazando o dando besitos a electores; el informe revelaba que Dilma nunca apareció siquiera apretando la mano de nadie. Sin embargo, estos papeles nunca salieron de los bolsillos de Dutra, pues Dilma no quiso discutir el trabajo de los periodistas de TV Globo con los dueños de la emisora. En abril, cuando ella recibió a la periodista Maria Cristina Frias, una de las socias de la Folha [de São Paulo, uno de los tres mayores periódicos impresos de Brasil, también heredera de un imperio de medios de comunicación], lo hizo solamente para concederle una entrevista, nada más (Maria Cristina es editorialista de Economía en su periódico).

'Aquellos que, en mi generación, han luchado por la democracia saben que escuchar las voces críticas de la prensa es mil veces preferible al silencio impuesto por la censura', dijo la [en aquél entonces] candidata, en un mitin en la Asociación Brasileña de Prensa (Batista Amaral, 2011:261).

Esta última parece una bonita declaración a favor de la libertad de información (esperada en una biografía oficial de la presidenta de un país). Sin embargo, en la anécdota también se puede leer entre líneas que el juego político no permitía que ni

⁷ <http://www.robertomarinho.com.br>, consultado el 30 de septiembre de 2014.

⁸ Así como en México, Emilio Azcárraga Jean heredó los negocios de Emilio Azcárraga Milmo, que a su vez los había heredado de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

⁹ Braga, Rozane y Dermeval Netto (Directores). (2011). Roberto Marinho – O senhor do seu tempo [Documental en DVD]. Brasil: Canyon/FBL

¹⁰ José Eduardo Dutra fue presidente de la empresa estatal de petróleo de Brasil, Petrobras, entre 2003 y 2005. Conoció a Dilma Rousseff en esos años, cuando ella era secretaria de Minas y Energía del gobierno federal. En 2010, se eligió presidente del Partido de los Trabajadores (PT) de Brasil, y fue coordinador de la campaña que hizo Dilma Rousseff presidente de la república de Brasil.

siquiera la próxima mandataria del país exigiera imparcialidad a los grandes magnates de la prensa.

Crónicas como éstas no inquietan a los fieles espectadores de TV Globo ni de Televisa. Sus obras de ficción (principalmente las telenovelas) disfrutaron de altos índices de ratings y credibilidad hasta el comienzo del siglo XXI. “Una encuesta realizada a principios de 2012 por el Instituto de la Reputación, con sede en Nueva York, clasificó a Televisa como una de las empresas con mejor reputación en México” (Fernández & Paxman, 2000:14).

A partir de todo lo expuesto, este estudio plantea una **pregunta de investigación**:

¿Hay elementos comunes en los orígenes de TV Globo y Televisa que puedan explicar cómo han logrado tan alta concentración de poder?

Concepto clave

En la búsqueda de respuestas para la pregunta de investigación, primero se debe conceptualizar qué es la concentración de poder, principalmente en medios como la televisión.

Esta investigación usa la comparación entre las dos emisoras dotadas con más recursos comunicacionales en América Latina para estudiar algunos de los pilares de la concentración de poder en medios de comunicación, con la preocupación de no perderse en la amplitud del concepto mayor, o principal, de *poder*.

En una entrevista a Gerardo Munck y Richard Snyder, Robert Dahl revela una inquietud por la escasa cantidad de investigaciones sobre el poder, en su concepto más amplio. Dice Dahl:

Muy pocas personas estudian el poder en la actualidad. No sé como explicar esto. Tal vez es porque los requisitos para estudiar el poder de una manera que hoy consideraríamos metodológicamente sólida y razonable sobrepasan nuestras capacidades de definición y medición. Quizás el problema sea que no tenemos buenas maneras de medir el poder, de modo que las personas que probablemente lo estudiarían saben que los obstáculos metodológicos son simplemente demasiado abrumadores (Munck & Snyder, 2005: 129-130).

En una de sus obras más contundentes, *Comunicación y poder*, Manuel Castells se enfrenta a la lógica de Dahl y es uno de los autores que más ha aportado valioso material al estudio del poder, además de agregar al tema el análisis de los medios de comunicación. Para Castells:

El poder es el proceso fundamental de la sociedad, puesto que ésta se define en torno a valores e instituciones, y lo que se valora e institucionaliza está definido por relaciones de poder. El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de

ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad. La capacidad relacional del poder está condicionada, pero no determinada, por la capacidad estructural de dominación. Las instituciones pueden mantener relaciones de poder que se basan en la dominación que ejercen sobre sus sujetos. (...) La capacidad relacional significa que el poder no es un atributo sino una relación. No puede abstraerse de la relación específica entre los sujetos del poder, los empoderados y los que están sometidos a dicho empoderamiento en un contexto dado. Asimétrica significa que si bien la influencia en una relación es siempre recíproca, en las relaciones de poder siempre hay un mayor grado de influencia de un actor sobre el otro. Sin embargo, no hay nunca un poder absoluto, un grado cero de influencia de aquellos sometidos al poder respecto a los que ocupan posiciones de poder. Siempre existe la posibilidad de resistencia que pone en entredicho la relación de poder. Además, en cualquier relación de poder hay un cierto grado de cumplimiento y aceptación de los que están sujetos al poder. Cuando la resistencia y el rechazo se vuelven considerablemente más fuertes que el cumplimiento y la aceptación, las relaciones de poder se transforman: las condiciones de la relación cambian, el poderoso pierde poder y al final hay un proceso de cambio institucional o cambio estructural, dependiendo de la amplitud de la transformación de las relaciones de poder. De lo contrario, las relaciones de poder se convierten en relaciones no sociales (Castells, 2009: 33-34).

En el tema de la concentración en los medios de comunicación, uno de los autores que más aporta a la discusión es Guillermo Mastrini. Para él:

La concentración puede ser definida como la creciente incidencia de una empresa, o de un grupo, en el control de un mercado. En las industrias culturales, se trata del control de un mercado muy particular, por el cual circula la parte más significativa de los contenidos simbólicos que relacionan al conjunto de la sociedad. El control oligopólico o monopólico de los mercados culturales, no implica solo una cuestión de dominio de mercado, sino que se vincula con el acceso de los ciudadanos a una información pluralista, componente básico, al menos en la teoría de las sociedades democráticas modernas (Mastrini, 2005).

México tiene una de las estructuras de propiedad privada de televisión abierta más concentrada en todo el mundo (Sinclair, 2005; Hughes, 2008; Trejo Delarbre, 2010). Los investigadores Juan Enrique Huerta Wong y Rodrigo Gómez García han logrado condensar varios estudios hechos sobre la concentración de poder en las emisoras de México a fin de construir un modelo propio (Huerta Wong & Gómez García, 2013:115):

Raúl Trejo (2010) utilizó el Herfindahl-Hirschman Índice (HHI) para problematizar y analizar la relación de la concentración de los medios con la debilidad democrática en América Latina; por otro lado, Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa (2010) utilizaron el CR4 para analizar el mercado de la televisión restringida. Asimismo, los argentinos Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2006) han aplicado el CR4 para analizar y comparar la concentración de las industrias de medios y de telecomunicaciones en América Latina.

El estudio de Huerta Wong y Gómez García usa los índices HHI, CR4 y el índice de concentración y diversidad de propiedad de los medios (índice Noam) en el análisis de todos los medios de comunicación en México. Su conclusión es que “el mercado de la televisión abierta en México está altamente concentrado” (Huerta Wong & Gómez García, 2013:122).

Brasil también presenta altos índices de concentración de *rating* (Trejo Delarbre, 2010), predominando sobre otras emisoras de lengua portuguesa (Sinclair, 2005), a pesar de que TV Globo cuenta con más emisoras competidoras.

Metodología de la investigación

Esta tesis realiza una investigación histórica a través de un análisis documental y, principalmente, bibliográfico. El objetivo del estudio es comparar los orígenes de TV Globo y de Televisa –que se mezclan con el inicio de la propia historia de la televisión en estos dos países– para llegar a conclusiones sobre las causas de la eventual concentración de poder en medios de comunicación manejados por magnates como los Azcárraga y los Marinho.

Pero, ¿por qué una comparación?

En una explicación general sobre el método comparado, Theda Skocpol dice que “La ‘historia comparada’ se utiliza comúnmente, y no laxamente (*sic*), para referirse a cualquiera y a todos los estudios en que dos o más trayectorias históricas de naciones-Estado, complejos institucionales o civilizaciones queden yuxtapuestas” (Skocpol, 1984:71).

En un primer momento parece bastante atractiva la propuesta de demostrar, por un estudio de caso, la génesis de un fenómeno: aquí, la concentración de poder en dos grandes medios de comunicación. Cuando en una misma región del globo, el fenómeno aparece de forma similar en dos países, la comparación entre los casos puede agregar respuestas a las preguntas propuestas.

Aunque “el análisis histórico-comparativo ha sido claramente apropiado para crear explicaciones de los fenómenos macrohistóricos de los cuales solo hay, en esencia, unos cuantos casos” (Skocpol, 1984:71-72), parece también bastante apropiado para explicaciones de *small- η cases*”, en fenómenos microhistóricos. El punto principal de la propuesta es llegar a explicaciones. “La sociología comparativa no es una rama de la sociología, es la sociología misma en la medida que intenta explicar los hechos Durkheim (1947: 37)” (Sartori, 1999:32).

En un libro organizado por Giovanni Sartori y Leonardo Morlino, Angelo Panebianco explica que:

La comparación histórica es hija de la tradición weberiana. El objetivo de la investigación es la explicación *genética* de las diversidades históricas. En esta versión el método comparado no es una variante, o un derivado, del método estadístico. Más bien se recurre a los cánones lógicos de la semejanza y de la diferencia antes que al de las variaciones concomitantes. Se trata de una estrategia *case-based*, centrada sobre los casos, en vez de *variable-based*. Se pretende alcanzar ‘modestas generalizaciones sobre las diversidades históricas’ (Ragin y Zaret, 1983:741). La investigación de explicaciones genéticas implica la elaboración de hipótesis –y de su control mediante la comparación– sobre *combinaciones de causas temporalmente discretas*. En el caso de la comparación estadística ‘causas y efectos están ligados en modo continuo. Variaciones en las primeras determinan variaciones en los segundos. Mientras que los argumentos genéticos son típicamente combinatorios: específicas condiciones se combinan determinando un específico

¹¹ Según Collier (1993), *Small- η cases* se refiere al análisis sistemático de una comparación entre pocos casos, para percibir sus cambios a lo largo del tiempo. La método comparativo también puede usar el análisis de *Large- η cases*, que es el análisis de muchos casos en búsqueda de similitudes entre ellos.

resultado histórico' (*ibidem*: 743). Esta estrategia permite, o debería permitir, la identificación de *patterns of invariance* (combinaciones de causas y efectos) que dan lugar a recorridos históricos diferenciados (*ibidem*, 744). Ella es coherente con la concepción de la explicación, que aquí se propone, entendida como identificación de mecanismos causales (Panebianco, 1999:99).

En una explicación menos amplia, Skocpol arguye que el análisis histórico-comparativo establece:

[...] asociaciones válidas de causas potenciales con los fenómenos determinados que se estén intentando explicar. Hay dos maneras principales de proceder: Primero, puede tratarse de establecer que varias causas que tienen en común los fenómenos que están tratando de explicarse, también tienen en común un conjunto de factores causales, aun cuando varían en otros aspectos, que pueden parecer casualmente importantes. Este enfoque es lo que [John Stuart] Mill [en su obra *A System of Logic*] llamó el 'método de acuerdo'. Segundo, pueden contrastarse los casos en que los fenómenos que deben explicarse y las causas planteadas como hipótesis también están presentes en otros casos, en que los fenómenos y las causas están ausentes, pero que, por lo demás, son tan similares como es posible a los casos positivos. A este procedimiento lo llamó Mill el 'método de diferencia'. (...) Sin embargo, en la práctica a menudo es posible, y ciertamente deseable, combinar estas dos lógicas comparativas (Skocpol, 1984: 72).

Es decir:

A veces el comparatista subrayará las similitudes, a veces las diferencias. Prestará atención a las diferencias en los contextos que son similares o... buscará analogías en sistemas diferentes (Dogan y Pelassy, 1984:127 en Sartori, 1999:40).

Así, señalar similitudes y diferencias en las historias de las dos emisoras es el enfoque metodológico elegido para esta tesis como la mejor forma de encontrar las causas de la concentración de poder de las dos emisoras.

Dice Theda Skocpol que: “de hecho, todo estudio comparativo, o bien se alimenta de las ideas, o reacciona contra ellas, (...) sin embargo, sí aportan una manera económica de identificar las cuestiones teóricas básicas pertinentes” (Skocpol, 1984: 24). Parece válido aclarar entonces que aunque otros estudios sobre medios de comunicación ya se hayan dedicado a las historias de Televisa y de TV Globo, lo han hecho con otros temas de investigación (que serán explorados en el apartado del Estado del Arte), pero fueron de muy valiosa importancia como fuentes históricas.

Sin embargo, la intención de este estudio es promover algunas explicaciones más para el fenómeno de la concentración de poder en las emisoras de televisión de Brasil y México, a partir de la comparación de las dos trayectorias, agregando también un análisis sobre las dos primeras leyes robustas que regulaban –o deberían regular– la televisión. Los detalles del origen de las dos emisoras, el comentario de las leyes y algo de la historia personal de sus fundadores serán el eje para llegar a la explicación pretendida.

Eso porque:

En cuanto cualquier fenómeno social es el producto de una multiplicidad de causas (Mill, 1843) lo que, realísticamente, es posible hacer es identificar uno o más subconjuntos del complejo 'conjunto de circunstancias' (causas) que preceden la aparición del fenómeno que nos interesa explicar. En esta perspectiva: '(...) una causa se identifica como un elemento de un conjunto de condiciones,

una parte Insuficiente pero Necesaria de un grupo de condiciones o eventos Suficientes pero no Necesarios (...)’ (Hage y Foley Meeker, 1988:10). La fórmula INUS se debe al filósofo J. Mackie, 1965). Elaborar una explicación adecuada significa entonces individualizar, con el auxilio de generalizaciones law-like, un ‘conjunto de condiciones’ (network) causales y reconstruir sus interrelaciones. Dicho en otros términos, el objetivo de la explicación es el de identificar mecanismos causales (Elster, 1989) [Panebianco, 1999: 96].

Después que se presente un modelo explicativo con mecanismos causales, el siguiente desafío será demostrar si genera una explicación o conjunto de explicaciones eficaces.

Una idea de lo que se puede hacer es dada por Panebianco:

Explicaciones ‘mixtas’: explicaciones intencionales de acciones individuales *junto a* explicaciones causales de la interacción entre individuos: ‘Antes que nada debemos <<comprender>> por qué –y para el alcance de qué objetivo– los actores actúan como actúan; y luego debemos <<explicar>> por qué actuando como actúan, determinan ciertos resultados. (...) Postular simplemente una relación no es suficiente. (...) no habremos *explicado* nada hasta cuando no podamos mostrar (i) cómo los macroestados en el tiempo *t* influyen sobre el comportamiento de individuos motivados por ciertos objetivos, y (ii) cómo estas acciones individuales dan lugar a nuevos macroestados al tiempo *t+1*’ (Panebianco, 1999:96-97, nota-pié 14).

Parte de la propuesta de esta investigación es mostrar, entonces, cómo las leyes del sector de telecomunicaciones y radiodifusión, las prácticas de corrupción legal y las redes de influencia de la cual son parte los Marinho y los Azcárraga les hicieron posibles llegar a ser los dos mayores magnates de la televisión en lengua portuguesa y lengua española y, así, concentrar tanto poder en sus medios de comunicación.

Este estudio se nutre principalmente de algunas fuentes: para la construcción de la narrativa histórica de Televisa, la obra principal consultada ha sido la biografía de Emilio Azcárraga Milmo, *El Tigre*, escrita por dos periodistas; uno de ellos, Andrew Paxman, también historiador. La otra fuente principal de información para el caso de México son los trabajos de la comunicóloga y socióloga Fátima Fernández Christlieb.

La narrativa de TV Globo cuenta con un poco más de material. Además de las obras académicas del periodista y comunicólogo Sérgio Mattos sobre la historia de la televisión en Brasil, también fue muy importante contar con información de la tesis de maestría en historia de Estela Doris Kurth que, además de la cantidad de detalles sobre la construcción de TV Globo, arroja luz a una visión distinta del apoyo de los militares a la consolidación y al crecimiento de dicha emisora a la que presenta Daniel Herz en su *Historia secreta de Red Globo*, de 1985.

Fue bastante interesante poder contar también con dos documentales – curiosamente hechos para la TV– que cuentan la historia de Roberto Marinho a partir de visiones opuestas. El primero, “*Beyond Citizen Kane*”, es una producción del Channel Four de Reino Unido, dirigida por Simon Hartog en 1993. El segundo, “*Roberto Marinho, o senhor do seu tempo*”, es una producción brasileña que cuenta con entrevistas de los tres herederos de Roberto Marinho –João Roberto, Roberto Irineu y

José Roberto Marinho— que hoy en día controlan el grupo y dan su versión para algunos de los hechos más polémicos de la vida de su padre.

Sin embargo, también fue esencial obtener información de otros estudios académicos y publicaciones diversas escritas por autores provenientes de distintas ramas del conocimiento como Raúl Cremoux, Celeste González de Bustamante, Francisco Hernández Lomelí, Guillermo Orozco Gómez, Javier Esteinou Madrid, Elvira Lobato, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Raúl Trejo Delarbre, Adriana Berruco García, y Jenaro Villamil entre algunos otros y otras.

Modelo explicativo

El poder de TV Globo y Televisa es fruto de las relaciones profesionales y sociales de las familias dueñas de las dos emisoras con políticos, empresarios e otros importantes participantes de la economía de sus dos países. Como las familias Marinho y Azcárraga ya eran *players*¹² importantes **antes** de que consiguiesen sus concesiones de TV —por su actividad en el mercado de la radio y del periódico impreso— lograron, por medio de actos de corrupción **legal**, interferir en las legislaciones de Radiodifusión desde las primeras leyes y reglamentaciones que repercutían, de algún modo, sobre la televisión.



¹² *Players* son empresas y corporaciones que tienen capacidad de influenciar un mercado y la opinión pública.

Cap. 1 Estado del arte

En las próximas líneas se presenta una revisión de trabajos realizados sobre TV Globo y Televisa. A partir de algunas de las conclusiones y datos presentados por los autores mencionados aquí, se centrará la atención del estudio en **cuatro hipótesis** construidas para esta investigación, sobre qué especificidades en los orígenes de las dos emisoras pueden explicar el poder que tienen hoy.

1. Las leyes de telecomunicaciones en los orígenes de las emisoras de televisión, tanto en Brasil como en México, han sido creadas con ineficiencias como retrasos, sesgos y ausencias (reglas de menos);
2. El poder de TV Globo y Televisa es fruto de las relaciones económicas, políticas y sociales de las familias dueñas de las dos emisoras con políticos, empresarios e importantes participantes de la economía de sus respectivos países;
3. La concentración de poder es resultado de actos de corrupción *legal*;
4. La causa de la concentración de poder (a nivel local, en cada país) en manos de TV Globo y Televisa se debe a la participación de las dos emisoras en grandes grupos internacionales (que son el resultado de una convergencia global de medios) ¿O el ingreso de las dos emisoras en dichos grupos ya sería un efecto?

Como ha sido mencionado, una de las autoras que es pilar de esta investigación es la socióloga de la UNAM Fátima Fernández Christlieb, que ha dedicado algunos años a estudiar los poderes fácticos de Televisa, presentados a la luz de estudios de Jacqueline Peschard, Pablo González Casanova, Raúl Trejo Delarbre, José Luis Sánchez Noriega y María Amparo Casar. Esta última afirma que los poderes fácticos:

- Constituyen una de las restricciones que, fuera del orden jurídico, recibe el poder presidencial y que resultan de las más difíciles de enfrentar;
- No dependen de la voluntad de los ciudadanos;
- Han crecido al amparo y con el beneplácito, cuando no, en contubernio con las autoridades;
- Están constituidos fundamentalmente por monopolios públicos y privados que hacen tanto o más daño que los pleitos y la falta de acuerdos entre la clase política, entre los partidos, entre el presidente y el Congreso (...) (Casar, 2006) (Fernández Christlieb, 2009:225).

A partir de esto, Fátima Fernández Christlieb, ha propuesto que el poder fáctico de Televisa:

Es el resultado de un proceso complejo en el que se amalgamaron factores de índole económica, privilegios concedidos por el poder político, eliminación de los competidores, ausencia de una sociedad civil organizada, auge creciente de la tecnología audiovisual, temor de candidatos y funcionarios a perder imagen pública y falta de claridad gubernamental ante el potencial político de los medios (Fernández Christlieb, 2009: 227).

En este proyecto, aceptamos algunas de las hipótesis de la Dra. Fernández Christlieb; sin embargo, consideramos que la “ausencia de una sociedad civil organizada” se refleja en la cuestión de las leyes ineficientes, hechas a la medida por un grupo cerrado de cooperación entre legisladores y empresarios, sin apertura a la participación popular. El “temor de candidatos y funcionarios a perder imagen pública”

es parte de la hipótesis de la construcción de poder por las relaciones sociales de las dos familias y la “falta de claridad gubernamental ante el potencial político de los medios” es una falacia, ya que hay indicios históricos de que los gobiernos del presidente mexicano Miguel Alemán y el de los militares del golpe de Estado de 1964 en Brasil han usado la televisión, tal vez más que la radio, en busca de consolidación y legitimación de sus propios poderes (en el caso de Alemán, también la consolidación de sus poderes económicos).

Por otro lado, esta misma autora presenta una estructura más robusta para el establecimiento del poder concentrado de emisoras de televisión como Globo y Televisa. Lo hace cuando habla de grupos de presión, en su libro *Los medios de difusión masiva en México*, de 1982. Fernández Christlieb (1982:150-156) sintetiza las características básicas de los grupos de presión en tres:

- a. Organización;
- b. Recursos económicos;
- c. Status social.

Que se acercan bastante a las características de los magnates y de los orígenes de las emisoras que serán explorados en esta tesis.

Ya a partir de la revisión de la literatura sobre la televisión en Brasil, se encuentra que dos de los principales investigadores sobre la historia de la televisión brasileña y, específicamente, de TV Globo, también presentan algunas ideas sobre el origen del poder de la emisora.

En 1983, Daniel Herz presentó su tesis de maestría en la Universidad de Brasilia, intitulada *La introducción de nuevas tecnologías de comunicación en Brasil: intentos de implementación del servicio de cabledifusión. Un estudio de caso*. En 1987, parte de esa tesis fue publicada en un libro llamado *La historia secreta de TV Globo*. Dicha historia no era secreta por la falta de datos –hay documentos oficiales e información académica y periodística disponible– sino por “la desorganización de las informaciones disponibles y, por otro lado, por la falta de determinación para integrarles y darles el destino político necesario a través de la denuncia pública” (Herz, 1987:19).

Sus investigaciones concluyen que la emisora fue implantada por medio de acciones planeadas de forma ilegal, y que su eficacia como empresa es resultado de la limitada legislación vigente para el sector, que nunca ha sido cuestionada.

El autor ofrece como origen del poder el hecho de que Roberto Marinho ha sido un empresario beneficiado por favores y privilegios gubernamentales, ejecutando un servicio público, con una emisora organizada inconstitucionalmente con capital extranjero, que compite de forma desigual con otras emisoras de TV por los presupuestos publicitarios públicos y privados.

Herz plantea como señales del poder de Globo su audiencia, que llegó a índices de 70 a 80%, y su comportamiento como monopolio, aunque tenga otras seis emisoras competidoras en la TV abierta de Brasil. “Por el poderío político y económico, que permite a Globo comportarse como un poder autónomo e incontrolable, podemos decir con convicción que el mayor problema de la radiodifusión brasileña es el monopolio de dicha empresa” (Herz, 1987:71).

Herz afirma también desde que heredó prematuramente el periódico de su padre, Roberto Marinho siempre se ha mantenido próximo al poder; el autor también menciona que en algunas ocasiones el propio Roberto Marinho ha reconocido el poder que tiene, aunque diga que lo usaba para “arreglar todo que no sirve en Brasil” (Herz, 1987:25-26¹³).

La obra del comunicólogo Daniel Herz (1954-2006) es tal vez el contrapunto más interesante a un proyecto de la propia Organización de los Marinho, llamado Memoria Globo. Iniciado en la década de 1990, el proyecto tiene como frutos una serie de libros y un sitio web con “la historia oficial” de la empresa y de Roberto Marinho, contados por sus hijos y personas que han participado del crecimiento de la corporación desde sus orígenes.

Esta tesis, además del sitio web, se vale del libro *Roberto Marinho*, una obra maestra de relaciones públicas escrita por el periodista de TV Globo Pedro Bial. Trabajando en TV Globo desde 1981, Bial fue el corresponsal de TV Globo en algunos de los momentos más importantes del periodismo, como la caída del muro de Berlín y la Guerra del Golfo. Hoy es presentador de la versión brasileña del *reality show* Big Brother, realizado una vez al año, desde 2000.

Con un lenguaje bastante coloquial, cordial y todo el tiempo lisonjero, Pedro Bial cuenta la historia de su jefe como quien habla de un abuelo a sus hijos y, además, un abuelo que ha sido uno de los personajes más importantes en la historia del país.

Para mí, como para tantos brasileños, Roberto Marinho sí era una entidad sobrenatural. Para algunos, divina; para otros, demoniaca.

Sí, claro que yo también pasé por el lavado de cerebro promovido por una cierta ‘izquierda’ brasileña, en la universidad y fuera de ella, que todo simplificaba, empujando como papilla bajo la garganta la explicación de toda la tragedia nacional; una gente siempre lista a atribuir todos los males de Brasil al más destacado capitalista brasileño.

Propongo que entremos ahora, yo y tú, lector, en una telaraña de historias que puedan arrojar rayos de luz a la construcción monumental realizada por este hombre. Antes, permíteme abrir comillas para hablar con mi jefe:

‘No, no voy a ponerme una corbata, como era práctica obligatoria de todos aquellos que eran convocados a su oficina, Doctor Roberto. Pretendo que su historia sea leída por las nuevas generaciones, aquellas que van a enfrentar el siglo XXI y pueden mirar con exención la historia de un joven intranquilo que se auto condena al éxito.

Sus empleados más humildes, aquellos a quienes en Brasil llaman la prole, me abrazan, sienten pies de gallina de emoción y llegan a las lágrimas cuando les cuento la delegación que me fue dada. Por eso, el nombre de este libro casi quedó como la expresión que usted mismo nos

¹³ A partir de Nepomuceno, Eric (1987) “E o Dr. Roberto falou”. *O Nacional* [Revista que existía en Brasil]. Rio de Janeiro, n.1. Edición de 15-21 de enero, p.9.

ordenaba usar, toda vez que a usted nos refiriéramos: Nuestro compañero, periodista Roberto Marinho. Al fin, quedó otro título, su nombre’.

Vámonos juntos, lector, a descubrir quién fue este sujeto que de sobrenatural no tenía nada, vamos a contemplar de ojos limpios y abiertos a esta historia que narra no solamente la trayectoria de un individuo. Es sobretodo una historia sobre qué puede un individuo (Bial, 2004:18-19).

Poder contar con versiones tan discrepantes como las de Herz y de Bial es bastante interesante para un proyecto como esta tesis.

Y mientras Pedro Bial cuenta la historia oficial –y elogiosa– de Roberto Marinho y Daniel Herz centra su investigación en la historia “secreta” de TV Globo, otro autor, Sergio Mattos, se dedica a la historia de la televisión en Brasil de forma más amplia. Para Mattos, uno de los aspectos fundamentales en el proceso de gran crecimiento de Globo fueron las estrategias de comercialización importadas y adoptadas por la empresa, que no eran meras copias de lo que se hacía en la radio. Mattos resalta que el crecimiento en la audiencia de la emisora era acompañado por acciones de publicidad direccionados para públicos muy específicos, generando más audiencia y más ganancia. Por otro lado, Mattos, así como casi todos los autores que hablan de la historia de la TV y de Globo en Brasil, destaca la importancia del respaldo financiero y técnico recibido del grupo *Time-Life* (Mattos, 1982:11,12,23 y 1990:13,15,24).

Entonces, cuando Herz habla de acciones ilegales, se está refiriendo al acuerdo *Time-Life*, lo cual también menciona Mattos y muchos otros. Este acuerdo será descrito en un próximo apartado, cuando se explique cómo las relaciones de Roberto Marinho con importantes agentes económicos y políticos han posibilitado el no cumplimiento de leyes existentes.

De hecho, se puede defender por un lado que la concentración de poder que gozan Televisa y TV Globo es resultado de leyes ineficientes para el sector de las telecomunicaciones o de fallas en el *law enforcement*. Por otro lado, se puede ver la concentración de poder en manos de las dos emisoras como un producto de las relaciones sociales de las familias que las originaron junto a políticos, empresarios y otros grandes *players* de los dos países.

En Brasil, desde sus orígenes, las emisoras de televisión eran concesiones públicas, obsequiadas conforme a intereses políticos de aquellos que estaban en el poder y fruto de acuerdos ideológicos y económicos¹⁴ (Mattos, 1990; Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008).

Explica Christian Neptune Nordahl (2011:9), doctor en artes, en su tesis doctoral sobre la TV pública en Brasil que:

La radiodifusión es un género que comprende todos los servicios que utilizan el espectro electromagnético de radiocomunicación destinado a la recepción directa por el público en general,

¹⁴ El sistema de México fue por mucho tiempo bastante similar al de Brasil. El tema de las concesiones será profundizado en el Capítulo 3 de esta tesis.

de los cuales se destacan el radio (radiodifusión sonora) y la televisión (radiodifusión de sonidos y imágenes) y otros tipos de emisión (Neptune Nordahl 2011:9).

Daniel Herz explica que, desde los años de la radio, la radiodifusión brasileña siempre sirvió para diversos propósitos, “como un instrumento político particularmente eficaz de intervención entre la clase capitalista dominante, la clases media y las masas trabajadoras” (Herz, 1985:78).

“El modelo brasileño de televisión sigue, por lo tanto, el modelo de desarrollo dependiente. [La televisión brasileña] es dependiente cultural, económica, política y tecnológicamente (Mattos, 1982a). Por lo tanto, además de divertir e instruir, la televisión favorece los objetivos capitalistas de producción, al mismo tiempo que genera nuevas alternativas al capital, como cuando sirve como un vehículo de valuación de los bienes de consumo producidos, por medio de los anuncios publicitarios transmitidos. Además de ampliar el mercado de consumo de la industria de la cultura, la televisión actúa también como instrumento que mantiene la ideología y la clase dominante (Caparelli,1982)” [Mattos, 1990].

La televisión empezó en Brasil en 1950. El Código Brasileño de las Telecomunicaciones (CBT) fue promulgado en 1962 y sigue vigente, aunque la propia Constitución Federal del país haya cambiado tres veces desde entonces¹⁵.

El CBT, además de superado en el tiempo, también es ineficiente en el combate a la formación de monopolios y oligopolios.

En sus investigaciones sobre las posibilidades de construcción de medios de comunicación realmente públicos, la investigadora brasileña Regina Mota expone y discute los modelos y reglamentaciones establecidos para la televisión en Brasil.

En Brasil, el movimiento de integración nacional¹⁶ por la televisión ha proporcionado un modelo de medios electrónicos con concentración de audiencia y con control de la comunicación en el período de la dictadura. A pesar de haber sido atenuado en los últimos veinte años, no ha sido posible revertir su carácter privado y comercial [del modelo], cuya marca es la ausencia de una legislación que pueda reorientarlo a una vocación pública (Mota, 2004:79).

La periodista Elvira Lobato defiende que una de las mayores fallas en la legislación brasileña es que en CBT “estipula límites por entidad y por accionista, pero no ha previsto un mecanismo simple [para que esta regla no sea burlada]: el registro de concesiones en nombre de varios miembros de una misma familia” (Lobato, 1995).

Además, la gran cobertura que tiene Red Globo de Televisión –uno de sus nombres comerciales– se debe a cientos de emisoras afiliadas distribuidas por todo el país, muchas de ellas también controladas por otras familias. Y muchas de esas familias tienen cargos públicos o puestos en el congreso (Lobato, 1995; Kurth, 2006).

¹⁵ En 1962, la Constitución Federal (CF) vigente en Brasil era la de 1946. Con el golpe militar de 1964, la CF de 1946 fue revocada en 1967. En 1969, los militares establecieron una nueva CF que, en la redemocratización pos-autoritarismo, fue cambiada por la Constitución Federal de 1988, que sigue vigente.

¹⁶ El “movimiento de integración nacional” fue una acción de los militares durante la dictadura brasileña para desarrollar el interior del país -pues gran parte de las capitales y centros más prósperos se ubicaban en la orilla del mar- al mismo tiempo en que “construían”, a fuerzas, una legitimidad para su gobierno. Algunos autores, como Regina Mota, defienden que la televisión y la radio fueron algunas de las principales herramientas usadas por los militares.

Otras reglas existentes desde el inicio de las transmisiones por televisión, como la prohibición de la aportación de capital extranjero a las telecomunicaciones, también fueron burladas.

Como ha sido mencionado y será desarrollado en las próximas páginas, es unánime entre los autores que han estudiado la historia y el crecimiento de TV Globo que la inversión resultante del acuerdo entre las Organizaciones Globo y el gigante internacional de las telecomunicaciones *Time-Life* –con la anuencia del gobierno del presidente João Goulart y de los militares que lo depusieron y siguieron en el poder hasta los años 1980– fue de fundamental importancia para el desarrollo de la infraestructura inicial de TV Globo y para su consolidación frente a las competidoras (Herz, 1987; Straubhaar, 1989a; Mattos, 1990; Mota, 1992; Braga Jr., 2007).

Los comunicólogos expertos en medios Olga Guedes-Bailey y Othon F. Jambeiro Barbosa tienen estudios sobre la historia de las políticas brasileñas para el sector de la radiodifusión. Ellos defienden que, aunque las reglas hayan cambiado para aceptar la participación de la inversión extranjera en el sector, la radiodifusión en Brasil ha sido caracterizada por la dominación del Estado en los procesos de regulación de los medios, con el presidente de la república ejerciendo un fuerte control central en la concesión de licencias para explotación de las radiodifusiones; sin embargo, las reglamentaciones son diseñadas para servir a las demandas de las empresas privadas para expandir sus mercados de consumo.

La coyuntura histórica presentada sugiere que la actual estructura y las prácticas de la industria brasileña de la televisión son un resultado directo de la sumisión del Estado y de los cuerpos de regulación de los medios a la élite económica, a los radiodifusores y a los políticos, además de a los intereses políticos, ideológicos y económicos de dicho grupo (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:59).

Las primeras reglas para el sector de las comunicaciones en Brasil vienen de los años 30 y algunos de sus pilares permanecen hasta el día de hoy. El modelo institucional de la radiodifusión es “el resultado de las diferentes disposiciones políticas y las correlaciones de poder dentro de [la cultura brasileña]”, con una gran participación directa del Poder Ejecutivo en la regulación de los medios (Guedes-Bailey y Jambeiro Barbosa, 2008:46) y que notoriamente sufren la presión de las empresas privadas para expandir sus negocios (Guedes-Bailey y Jambeiro Barbosa, 2008:53).

El Código Brasileño de Telecomunicaciones fue promulgado en 1962. Brasil pasó por un golpe de Estado dos años después, en 1964. Aunque la toma del poder de los militares sea posterior, es bastante clara su influencia en las regulaciones del sector, hasta el fin del régimen a finales de los años 1980. En realidad, el Código solamente fue implementado hasta 1967, mismo año en que el Ministerio¹⁷ de las Telecomunicaciones de Brasil fue fundado. TV Globo empezó sus trabajos en 1965. Por eso Sergio Mattos (1982) afirma que:

¹⁷ Mientras la estructura del Poder Ejecutivo de México está dividida en Secretarías, Brasil cuenta con Ministerios.

Una investigación de las leyes de comunicación de Brasil, de los organismos reguladores encargados de la ejecución de tales leyes, y de las influencias políticas y socioeconómicas en la televisión es, en realidad, una investigación de los resultados directos de las acciones del régimen militar en los ámbitos políticos y socioeconómicos (Mattos, 1982:5).

En México, la primera regla robusta para el sector de la radiodifusión que englobaba la televisión fue la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), aprobada en 1960. La radio ya había sido implementada en el país desde los años veinte, mientras que la primera concesión de TV fue otorgada en 1949. El reglamento para la LFRT solamente salió 13 años después la promulgación de la ley, en 1973.

El escritor y periodista mexicano Raúl Cremoux produjo, en 1982, un valioso recorrido analítico-propositivo, que descompone dichos reglamentos, artículo por artículo sobre: 1. la LFRT; 2. el reglamento de 1973 relativo al contenido de las emisiones radiofónicas, de atribución de la Secretaría de Gobernación; 3. el acuerdo presidencial de 1969 por el que se autorizó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios el pago de impuesto; 4. otro acuerdo presidencial de 1969, por el que se constituyó una Comisión Intersecretarial para tratar de la utilización del tiempo de transmisión de que dispone el Estado en las emisiones comerciales; y finalmente 5. el Decreto Presidencial de 1972 sobre planes y proyectos para la Televisión Rural (Cremoux, 1982).

Aparte de Raúl Cremoux y Fátima Fernández Christlieb, ya citada anteriormente, otro autor que trabaja con el tema de la legislación de los medios de comunicación en México es Javier Esteinou Madrid. En 2009 él organizó, junto a la comunicóloga y politóloga Alma Rosa Alva de la Selva un libro con varios artículos de académicos y expertos discutiendo el proceso legislativo de lo que se suele llamar *La Ley Televisa*.

“La Ley Televisa” consistía en una serie de transformaciones para reformar la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRTV) y la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT), cambios estos que agregaban poco valor democrático a las reglas existentes, y en mucho beneficiaban los medios privados, en especial a Televisa.

Además, “contenía múltiples irregularidades, grandes errores y violaciones constitucionales” (Esteinou Madrid y de la Selva, 2009). Así, un año después de su aprobación en el Congreso y por el Ejecutivo, en junio del 2007 la Suprema Corte de Justicia de la Nación consideró la “Ley Televisa” nula por inconstitucionalidad (Esteinou Madrid y de la Selva, 2009).

Aunque no es intención de esta investigación ir tan lejos en la historia de la televisión en México –la propuesta es considerar como “origen” las dos primeras décadas de establecimiento de TV Globo y Televisa– los debates suscitados por la Ley Televisa, retratados en esta obra, remiten a la historia de la TV en México, colaborando mucho con nuestra crónica.

En un artículo de este libro, el sociólogo Esteinou Madrid (2009) defiende que las transformaciones tecnológicas, urbanas y políticas por las cuales ha pasado el Estado

mexicano, han permitido que los medios de información colectivos se hayan convertido en un *cuarto poder mediático* y en el *primer poder ideológico* del país.

La defensa de dicho resultado parte del análisis de los cambios políticos por los cuales ha pasado la república mexicana desde su independencia, y por la conformación jurídica de los medios de comunicación durante el siglo XX. Una de las conclusiones es que:

Con el surgimiento de los medios de difusión colectivos en el siglo XX (la radio en la década de 1920 y la televisión en la década de 1950) y la aplicación del marco jurídico a modo que les permitió su expansión monopólica, se permitió la superconcentración (*sic*) de un nuevo poder ideológico informativo monopólico, que se transformó en fuerte poder político, que fundó paulatinamente la nueva Cuarta República Mediática, especialmente en las urbes del país (Esteinou Madrid, 2009:160).

Desde 1941 el empresario que sería el fundador de Televisa (aunque todavía ésta estaba lejos de consolidarse como emisora) ya trabajaba para tener las reglas del juego a su favor. Emilio Azcárraga Vidaurreta, en aquel entonces un magnate de la radio, era el presidente de la Cámara de la Industria de Radiodifusión (CIRT) en México y tenía contacto con varios países de América Latina por medio de la Asociación Interamericana de la Radiodifusión (AIR), que también ayudó a crear (Fernández Christlieb, 2009:229-230). De los 15 presidentes que la CIRT tuvo hasta 1980, nueve habían trabajado en alguna de las empresas de la familia Azcárraga (Fernández Christlieb, 1982:154).

En 1942 fue promulgado el Reglamento Mexicano de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados, que se volvería un modelo para otras reglas publicadas algunos años después en otros países de la región de Latinoamérica (Fernández Christlieb, 2009:229).

La debilidad del marco jurídico mexicano está también generalmente asociada a los 71 años (1929-2000) de autoritarismo unipartidista por los cuales pasó el país, como defienden la periodista e investigadora de la Universidad de Miami Sallie Hughes (2008) y el investigador de la Universidad de Guadalajara Enrique Sánchez Ruiz (2009).

El comunicólogo Enrique Sánchez Ruiz trabaja en investigaciones que buscan esclarecer si los poderes fácticos resultantes de altos grados de concentración en la propiedad de los medios de comunicación tienen relación con la “governabilidad democrática” (Sánchez Ruiz, 2009:194).

Hablando directamente de TV Globo y Televisa, Sánchez Ruiz ensaya una conclusión:

A partir de presiones políticas externas muy fuertes, se puede pensar que los medios podrían apoyar el paso de una gobernabilidad autoritaria, basada en la concentración de factores de poder, a una de corte más democrático, en la medida en que sus propios intereses y sobrevivencia no se vieran afectados (Sánchez Ruiz, 2009:205).

Sallie Hughes (2008:131) afirma que las organizaciones de medios han cambiado de instituciones autoritarias a un sistema híbrido con elementos oligárquicos, propagandísticos, ideologizados y direccionados para el mercado, en vez de preocuparse por el interés público. El resultado es la inequidad de acceso a los medios, debilidad regulatoria, concentración de propiedad, de participación en el mercado y la publicidad.

La autora ejemplifica su hipótesis con la resumida historia de la televisión en México hasta la formación de Televisa:

Quando decidía cómo implementar la televisión, el presidente Miguel Alemán (1946-1952) hizo caso omiso a la recomendación por un sistema público hecha por los académicos y técnicos expertos que él mismo había convocado y estableció un modelo de televisión comercial en México. Algunos de los primeros emprendedores de la radio se trasladaron impecablemente a la televisión gracias a sus nuevos conocimientos en transmisión y a sus conexiones políticas. El empresario de automóviles, radio y periódicos Rómulo O’Farrill recibió la primera concesión de televisión comercial en 1949. Emilio Azcárraga Vidaurreta ya había construido una red de 13 estaciones de radio cuando recibió una de las primeras concesiones para la TV; empezó a operarla en 1951. Las dos familias se unieron al propio hijo de Alemán para formar Telesistema Mexicano en 1954, dominando las frecuencias centrales mexicanas. Diecinueve años después, en 1973, ellos se combinaron a la única emisora en condiciones de competencia en el país, Televisión Independiente de México, basada en Monterrey, para formar Televisa (Hughes, 2008:132).

Aunque el modelo autoritario haya perdido legitimidad en el país latino del hemisferio norte, los mercados de medios aún son subordinados al Estado motivados por incentivos financieros como la publicidad estatal, y no por la internalización de las normas existentes (Lugo-Ocando, 2008:8).

El resultado de una falta de reglamentación eficiente es lo que Raúl Trejo Delarbre llama de *Mediocracia sin mediaciones ni contrapesos*, una “influencia política y social de la televisión y de las empresas mediáticas, especialmente en México” (Trejo Delarbre, 2001, 2005 y 2010:25). Trejo Delarbre defiende que:

Las leyes para los medios de comunicación en algunos casos son tan obsoletas que casi nunca se aplican o no registran los avances tecnológicos que han ocurrido en ese campo en las últimas cuatro décadas. Al margen de éste marco jurídico desactualizado, los dueños de empresas radiodifusoras y periodísticas suelen establecer arreglos casuísticos con el poder político para conservar su poder. Y sobre todo, persiste la ausencia de una reglamentación específica que ampare los derechos de los ciudadanos ante posibles abusos de los medios (Trejo Delarbre, 2005:202).

Asimismo, Raúl Trejo (2010) también menciona, en un estudio sobre cómo la concentración de la propiedad de las televisoras puede influenciar la democracia, cómo los medios –y principalmente sus magnates, como los Azcárraga y los Marinho– “suelen estar estrechamente imbricados con el poder político” (Trejo Delarbre, 2010:24) y son beneficiados por estas relaciones; lo que genera consecuencias en la calidad de la democracia, la libertad de información y el pluralismo (Trejo Delarbre, 2010:22).

En un texto de 2014, Trejo Delarbre habla de cómo otras formas de consumo audiovisual (como la TV de paga e internet) han disminuido la fuerza de Televisa. En su texto, este autor ofrece como explicación del poder de la emisora, el “trato discrecional y, con frecuencia, reverencial” (Trejo Delarbre, 2014:149) que la emisora ha recibido

del sistema político mexicano; él afirma que dicha “inercia política” ha generado, inclusive, reformas legales al gusto de la empresa (Trejo Delarbre 2014:149-150).

Mientras Trejo Delarbre habla de una *Mediocracia sin mediaciones ni contrapesos*, Javier Esteinou Madrid habla de una *Cuarta República Mediática*, “un nuevo poder fáctico ‘autorregulado’, e incluso salvaje, que compite en el campo de acción y de influencia de los otros tres poderes públicos establecidos constitucionalmente” (Esteinou Madrid, 2009:162), como ya se había mencionado.

En ambas, tanto en la *Mediocracia sin mediaciones ni contrapesos* como en la *Cuarta República Mediática* es latente el poder de las emisoras de televisión, principalmente el de Televisa.

Otros autores parecen tener una visión diferente. Analizando el tema de la concentración de propiedad de los medios de comunicación en América Latina en general, los expertos argentinos Martín Becerra y Guillermo Mastrini prefieren privilegiar el tema de las fallas en las reglamentaciones, en los países de la región, como una tendencia a beneficiar los mercados.

La inflexión del orden jurídico hacia las leyes del mercado –lo que se ha dado en llamar impropriamente la desregulación– ha jugado un papel central en la emergencia de esta estructura oligopolística (*sic*) (Mastrini & Becerra, 2006:15).

Estos autores defienden la implementación de reglas eficientes para el control de la concentración:

[...] La concentración de medios, con sus efectos y potencialidades oligopólicas y monopólicas, solo es evitable y combatible con el establecimiento de reglas muy precisas, estrictas y equilibradas para la asignación de frecuencias y permisos de radios y muy en especial de canales de TV de cualquier tipo (Mastrini y Becerra, 2006:23).

Otro obstáculo a la construcción de reglamentos efectivos y eficientes para las telecomunicaciones es el hecho de que gran parte de los legisladores –algunos de ellos expresidentes, hoy senadores– son dueños de concesiones de emisoras de televisión y radio (Intervozes, 2007: 19; Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:53; Zukernik, 2008:28-29; Intervozes, 2011).

En México, las emisoras de televisión tienen presencia en el congreso a través de la “Telebancada”: hay concesionarios de radio, empleados de las emisoras de TV y líderes sindicales como diputados y senadores nacionales (Fernández Christlieb, 2009:231-232) que trabajan por los intereses de las emisoras de televisión.

Así como en Brasil, también en México hay legisladores que fueron llevados al Congreso por obtener visibilidad por su participación en las emisoras, pero que no trabajan por los intereses de dichas empresas. La presencia de estos actores en los poderes legislativos de los dos países pueden ser vistos como un resultado de la concentración de poder de las dos emisoras, así como también un artificio de estas dentro del juego de la corrupción legal, como será destacado a continuación.

En sus orígenes, TV Globo obtuvo apoyo del régimen militar, que no solamente hizo caso omiso del contrato de la emisora con el grupo *Time-Life* cuando la ley prohibía la inversión extranjera en las telecomunicaciones, como ya se ha mencionado, sino que también ayudó en la construcción (con presupuesto del Estado) de la infraestructura de la radiodifusión (Mota, 1992:43 y 2004:79).

La idea era intercambiar apoyo para el crecimiento de la emisora por campañas de desarrollo e integración nacional (Mattos, 1982:14,18,19,28,30,37,40,42,43,45; Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:54) para el fortalecimiento del régimen autoritario, que ascendió al poder por medio de un golpe de Estado.

Pero existe también la visión de que la expansión de las redes de telecomunicación no fue resultado de un plan de los militares para lograr legitimación de su gobierno –alcanzado por un golpe– sino consecuencia del desarrollo de la tecnología de radiodifusión para protección de las fronteras, como una forma de impedir que las poblaciones que vivían en los límites brasileños con otros países no sufrieran la influencia cultural de estas otras naciones (Kurth, 2006).

La historiadora Estela Doris Kurth defiende que más bien hubo un movimiento de determinismo político en el desarrollo del consumo de bienes culturales durante una “tendencia mundial de intensificación de la industria cultural” (Kurth, 2006: 70-71). Es decir, la televisión se desarrollaría como medio principal de comunicación masiva de cualquier modo, independientemente del apoyo gubernamental.

Sin embargo, esta explicación parece demasiado determinista, y aunque parezca importante tener otra perspectiva para la participación de los militares en la expansión tecnológica de la televisión, dicha explicación no se sostiene bien frente a otras investigaciones.

Volviendo al tema de la televisión como medio de propaganda, el periodista Gabriel Priolli Netto, en un artículo de 1992, rechaza la idea de que los medios de comunicación masivos son simplemente instrumentos ideológicos que sirven a la burguesía, sin la interferencia de las contradicciones de la vida social y sin que se tome en cuenta la importancia de los profesionales que *hacen* la televisión y otros medios masivos. Sin embargo, la idea del artículo es defender que la televisión sí es un medio de suma importancia para la expansión de un modelo capitalista concentrador, como medio de difusión de mensajes y propaganda (Priolli Netto, 1992:107-109).

Mirando hacia la historia, así como Televisa no fue la primera emisora de televisión de México, tampoco lo fue TV Globo en Brasil. Otra similitud es que tanto Roberto Marinho como Azcárraga Vidaurreta ya eran dueños de otros medios (el segundo, de emisoras de radio; el primero, también de un periódico) y tenían relaciones íntimas con los presidentes que les cedieron sus primeras concesiones para la TV.

Además de los anteriormente mencionados, otro autor que presenta buenos aportes para el estudio de los orígenes de la televisión en México y de Televisa es

Lorenzo Meyer. En un artículo de 2009 publicado en el libro coordinado por Esteinou Madrid y Alma Rosa de la Selva, Lorenzo Meyer analiza los medios e instituciones por los cuales los mexicanos recibían información desde el México colonial hasta los primeros años del siglo XXI, pasando brevemente por la “aparición” de la televisión en el país.

En un libro publicado originalmente en inglés en 2012, con versión al español publicada en 2015 por el Fondo de Cultura Económica de México, la investigadora Celeste González de Bustamante, de la Universidad de Arizona, “busca describir y explicar el papel que desempeñaron los ejecutivos, productores y reporteros televisivos en [el] esfuerzo [...] en conquistar los corazones y mentes de los ciudadanos [...] entre 1950 y 1970, apogeo del PRI y de la Guerra Fría”, a partir de cinco estudios de caso integrados en cinco temas:

- 1) revolucionarios mexicanos y cubanos durante 1959;
- 2) visitas de presidentes y jefes de Estado (tanto de México a otros países cuanto de otras nacionalidades a México);
- 3) la carrera espacial y la participación del país en la competencia tecnopolítica de la Guerra Fría;
- 4) el movimiento estudiantil y las Olimpiadas de 1968; y
- 5) la elección presidencial y la Copa Mundial de Fútbol en 1970 (González de Bustamante, 2015:22-23).

Aunque se aparte del eje de este estudio, la abundancia de fuentes consultadas para la construcción del libro “Muy buenas noches”, ‘Mexico, Television and the Cold War’ (“Muy buenas noches”, México, la televisión y la Guerra Fría, en español), éste propicia información bastante oportuna para esta tesis.

En un valioso intento por presentar una historia de la televisión en México a partir de un enfoque holístico, que trata de las diferentes fuerzas que han influenciado en la construcción de esta industria oligopólica en México, con énfasis en la “necesidad de historiar de una manera más integral el transcurrir de las televisiones” (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:167), los expertos en medios de comunicación de la Universidad de Guadalajara Francisco Hernández Lomelí y Guillermo Orozco Gómez publicaron en 2007 el libro “Televisiones en México: un recuento histórico”.

En esta obra, los autores dividen los estudios sobre la historia de la televisión en tres universos: la *historia heroica*, la *historia estructural* y la *historia híbrida*. Esta tesis **no** se enreda por veredas que alzan a los magnates a agentes absolutos de toda la historia de la televisión y de sus emisoras (como hace la *historia heroica*). Tampoco explica todo por los trayectos en los cuales los magnates se beneficiaron del Estado (y viceversa, en una relación simbiótica, como lo hace la *historia estructural*). Así, tal vez se pueda agregar este trabajo a los estudios de la *historia híbrida*, intentando caminar por horizontes más extensos, dónde diferentes tipos de perspectivas ayudaron a construir una visión más amplia de los orígenes de TV Globo y de Televisa.

Si por un lado, la historia de la televisión brasileña se difumina con la biografía de los magnates que llevaron este medio al país, por el otro, el caso mexicano tiene algunos

matices más parecidos a un *thriller*. A pesar de que el presidente Miguel Alemán Valdés (1946-1952) fuera padrino de bodas de la segunda generación de los Azcárraga – Azcárraga Milmo, que sería conocido después como *El Tigre*– era al mismo tiempo su competidor en los negocios. Esto llevó a Miguel Alemán a dar la concesión para la primera emisora de TV a otro empresario, Rómulo O’Farrill.

Menos de dos décadas después, las emisoras de los O’Farrill, de Miguel Alemán y de los Azcárraga se unirían para formar la empresa Telesistema Mexicano, que luego sería Televisa, controlada por la familia Azcárraga (Fernández & Paxman, 2013; Hughes, 2008; Meyer Cosío, 2009).

Y si nos movemos un poco más por la historia y la estructura de Televisa, sabremos que Miguel Alemán Velasco, hijo del presidente Miguel Alemán Valdés, fue el director de la primera sección de noticias de Televisa entre los años 1960-1970, se hizo interlocutor entre la compañía y el gobierno (González de Bustamante, 2015:22) y llegó a la presidencia de la emisora en 1986, dónde se quedó hasta 1998 (Gutiérrez, Avilés y Lobato, 1987).

Ya a medios de los años 1990, con su empresa plenamente consolidada, Emilio Azcárraga Milmo, quien es conocido como *El Tigre*, se llegó a asumir como soldado del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y de los presidentes en turno, inclusive hasta algunos años después del fin del régimen autoritario¹⁸ (Meyer Cosío, 2009; Fernández & Paxman, 2013). El PRI y la televisión fueron metales de la misma medalla desde los orígenes de la pantalla chica hasta el cambio de la banda presidencial al Partido Acción Nacional (PAN), en el año 2000 (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:24).

Así como había pasado en Brasil al final del régimen militar, en los años ochenta, el abandono de apoyo al autoritarismo fue aceptado de forma reacia por la emisora, debido a presiones de la audiencia (que, a su vez, generaron pérdidas económicas), y no por un cambio de ideología de los Marinho o de los Azcárraga.

Además del análisis histórico y de la legislación de los dos países, otra parte importante de esta investigación es trabajar el concepto de corrupción legal, un tipo de corrupción en la cual se utiliza un bien o una función pública para beneficio privado, pero sin violar ninguna ley, norma o estatuto (Sarsfield, 2015, entrevista personal), pero aún de forma que patrones corporativos de corrupción ejerzan influencia sobre el ámbito público. Para la organización Transparencia Internacional, la corrupción es el abuso del poder que ha sido confiado a uno para obtención de beneficio propio¹⁹.

Los autores del concepto de *Corrupción Legal* son Daniel Kaufmann y Pedro Vicente, en un estudio hecho para el Banco Mundial. Para ellos, la corrupción no existe solamente cuando se actúa de forma ilegal, sino también desde otras prácticas en las cuales hay algún tipo de interferencia de instituciones privadas en los poderes públicos,

¹⁸ Sin profundizar a discusión sobre la cuestión del autoritarismo en México, este estudio así lo considera dado que un único partido se quedó en el poder por siete décadas.

¹⁹ http://www.transparency.org/whatwedo?gclid=CMjvm_yWn70CFchQ7AodiRIAdA. Consultado el 19 de marzo de 2014.

como el lobby (la negociación política por agentes de la iniciativa privada), la construcción y la manipulación de la opinión pública, y otras formas de actuación sobre los Tres Poderes. Para ellos, estas praxis también deben ser contempladas como formas de corrupción, aunque dentro de los marcos jurídicos de los países.

La definición de corrupción de Kaufmann y Vicente también ve esta práctica como:

Un acuerdo colusorio entre una parte de los agentes de la economía que, en consecuencia, son capaces de intercambiarse (a través del tiempo en un juego de repetición) en términos de posición o poder (por ejemplo, son capaces de controlar, en conjunto, el proceso de asignación de la economía) (Kaufmann & Vicente, 2005:3).

Uno de los desafíos de esta investigación es demostrar cómo acciones tomadas en los orígenes de TV Globo y de Televisa encajan adecuadamente en el ejemplo que Kaufmann y Vicente presentan como el más común y directo en el acuerdo mencionado en el párrafo anterior, en lo cual:

Un político tiene estrechos vínculos con el sector privado y ambos [el político y los actores del sector privado] explotan dicha conexión para el beneficio mutuo. Estas dos partes pueden intercambiar favores a lo largo del tiempo que "paguen el uno al otro": [sea] a través de la asignación de legislación *ad hoc* o de contratos públicos específicos (por el político a la contraparte del sector privado) y destinar financiamiento de campañas políticas (por la conexión del sector privado para el político) (Kaufmann & Vicente, 2005:3).

En un estudio del Banco Mundial de hace 10 años²⁰, los Países Bajos figuraban con los índices de corrupción legal corporativa más bajos del mundo, con una puntuación de 79,2/100. México estaba en la posición 71, con un *score* de 22,2/100, y Brasil en el puesto 80, con 19,9/100.

En un inicio, esta investigación había contemplado una cuarta hipótesis, que seguía una línea más enfocada a la Economía. Según esta conjetura, la concentración vendría de la participación de las dos emisoras en procesos de convergencia de medios, una tendencia mundial a partir de la década de los 90.

Sin embargo, mientras las grandes corporaciones estadounidenses e inglesas buscan la "dominación mundial", TV Globo y Televisa han usado su participación en grandes redes y sus inversiones en medios relacionados (como internet, TV de paga y telefonía, entre otras empresas) para capitalizarse y garantizar su hegemonía dentro de sus respectivos países.

Para John Sinclair (2005), por ejemplo, cuyos estudios se centran en los casos de TV Globo y Televisa, la convergencia de medios es una estrategia de crecimiento vertical intrínseca a las estructuras de las industrias de la comunicación y de la información; en esta idea, la concentración de poder en determinadas regiones geolinguísticas sería, de alguna forma, un elemento central de la fórmula latinoamericana para una 'televisión exitosa'.

²⁰ Corporate corruption/ethics índices. Disponible en <http://siteresources.worldbank.org/INTWBIGOVANTCOR/Resources/ETHICS.xls> . Consultado el 19 de marzo de 2014.

Sinclair afirma que:

La capacidad de las corporaciones de América Latina de construir los mercados geolingüísticos como lo han hecho en los últimos decenios es en gran parte debido a que ellos han descubierto que tenían una ventaja comparativa en ser los mayores productores en sus respectivos idiomas, y que el lenguaje y la cultura son "fuerzas de mercado"; [es decir] que el público de masas, por lo menos, fue atraído por la proximidad lingüística y cultural de su programación. Si los productores y distribuidores de los Estados Unidos trabajan ahora en secreto y amenazan engatusar a los espectadores más aficionados con una programación 'localmente más globalizada', este giro de los acontecimientos probablemente significa que los latinoamericanos no tienen otra opción sino colaborar, en lugar de competir en el nivel global de los flujos televisivos para el público de élite, mientras que sus hegemonías sobre el público de difusión de masas a nivel regional y nacional queden bien cerrados en el futuro inmediato (Sinclair, 2005:213-214).

Por otro lado, Enrique Sánchez Ruiz, a pesar de reconocer los logros empresariales de los Marinho y de los Azcárraga, refuta la idea de que las estrategias de los dos magnates sean exitosas para las audiencias de sus países. Sánchez Ruiz critica las "estructuras altamente oligopólicas" por sus "implicaciones y consecuencias de orden social, económico y político" (Sánchez Ruiz, 2009: 213).

La tensión entre los conglomerados y el poder político –lo que nos remite a la cuestión de la corrupción legal– es tratada por Fátima Fernández Christlieb, quien señala que estas organizaciones "han pasado a la acción política y no solo boicotean leyes, sino que las crean" (Fernández Christlieb, 2009:227).

Los "beneficios" de la concentración son rechazados por otros estudiosos de los medios de comunicación, como Raúl Trejo Delarbre, Martín Becerra y Guillermo Mastrini, además de ser tratados como un problema por la Unesco. Afirma Trejo Delarbre que:

La concentración en la propiedad de las empresas en este sector ha constituido la atadura más significativa para que los medios contribuyan al fortalecimiento de la democracia. (...) Muchos medios en pocas manos, significa restricciones para alcanzar la diversidad de perspectivas que los ciudadanos tienen derecho a recibir acerca de los asuntos públicos. Es decir, la concentración de muchos medios en pocas manos constituye una de las principales limitaciones al pluralismo en las sociedades contemporáneas (Trejo Delarbre, 2010:21).

Sin embargo, hay un problema de causa y efecto en la cuarta hipótesis presentada para esta tesis. A pesar de que muchos de los estudios que discuten la emergencia de nuevos e importantes *players* en los medios de comunicación globales mencionen a Televisa y a TV Globo como parte de este grupo, entendemos que éste es un fenómeno de los últimos años del siglo XX e inicios del siglo XXI. Así, ya es una *consecuencia* del poder acumulado a lo largo de los 50 años de historia de cada una de las emisoras y, por lo tanto, no es una hipótesis válida para este proyecto.

Este estudio sigue entonces con las hipótesis de las leyes, de las prácticas de corrupción legal y de la importancia de las relaciones para el logro de una influencia política y económica. Por medio de las obras y autores señalados en este Estado del Arte –aunado a otras investigaciones encontradas a lo largo de los dos años en que esta

tesis fue construida– las tres hipótesis presentadas serán analizadas a detalle en los próximos capítulos.

Cap. 2 Análisis socio-histórico de México y Brasil, por las historias de Televisa y TV Globo

En este capítulo se compara el desarrollo histórico de las dos emisoras. La evolución del poderío económico de los grupos Globo y Televisa será relatada al mismo tiempo que se hace un análisis de algunos hechos políticos que están en las historias de los dos países en el mismo período de los orígenes de estas dos televisoras.

Esta es una selección de hechos y recorridos de las complejas y extensas historias de dos magnates y de sus imperios –que nunca llegarían a tanto si sus sucesos fueran meramente sencillos y lineales– a partir de una revisión de las investigaciones hechas por diversos autores que no son solamente comunicólogos e historiadores, sino también artistas hechiceros de las palabras, en una tarea ardua y quizá un poco enervante, es que se presenta el siguiente apartado.

Aunque sea grande la cantidad y la extensión de las citas, se ha seleccionado lo mejor de lo que había disponible para contar estas historias.

El Tigre y el ciudadano Kane brasileño

“Los transportes (lo que camina por la tierra, los barcos en el mar, los autobuses) son lo que los políticos ven como los medios de comunicación –hizo una pausa para lograr un mayor efecto y remató–: Yo veo el aire, Gastón. Éste es mi negocio”

Emilio Azcárraga Milmo²¹

“A mí me parece que él es todavía más poderoso que el Ciudadano Kane. Al Ciudadano Kane nunca se le ocurrió que tenía todo ese poder. Roberto Marinho es hoy la más grande fuerza política de un país de 150 millones de habitantes. Nada es hecho sin que se consulte al Dr. Roberto. Es espeluznante.”

Chico Buarque de Holanda, 1993²²

La historia de dos de las mayores emisoras de televisión en todo el mundo está intrínsecamente enlazada con las biografías de dos grandes magnates de los medios de comunicación: Emilio Azcárraga Milmo, creador de la superpotencia Televisa, la mayor

²¹ En Fernández y Paxman, 2013:72

²² En Ellis y Hartog, 1993.

compañía de medios de habla hispana del mundo, y Roberto Marinho, fundador de otra superpotencia —ésta en lengua portuguesa— conocida mundialmente como TV Globo.

Innumerables son las similitudes entre los dos. Analizando sus biografías como prominentes figuras de los medios de comunicación a nivel mundial y empresarios de éxito, se destacan sus rasgos inigualables de personalidad. Polémicos y atractivos, no fueron personajes ocultos detrás de sus imperios, sino protagonistas de las historias de México y Brasil.

Se dice que Roberto Marinho, el empresario exitoso, no tenía títulos académicos; era llamado “doctor” únicamente por el poder que ostentaba (Herz, 1987:14). El doctor Roberto nunca daba escándalos. Cuanto más bajo hablaba a una persona, peor era el regaño que le estaba aplicando. Casi nunca insultaba. Si lo hacía, era en francés. “¡Merde!”. Cuenta uno de sus hijos, que tenía una capacidad increíble de conocer profundamente a las personas en 30 minutos de plática. Así, nunca se equivocaba en la asignación de tareas entre sus meros empleados y sus personas de confianza más cercanas (Braga & Netto, 2011: 24’13”).

El periodista Pedro Bial, en el perfil escrito sobre Roberto Marinho publicado como libro del proyecto Memoria Globo, describe al magnate como una gran paradoja, un “gigante de 1.64m”:

Era valiente al borde de la temeridad y su prudencia solo tenía paralelo a su perseverancia. Lejos de ser un galán, era irresistible en los artes de la seducción. Tenía una pésima dicción, hablaba embrollado, bajo en tono y en volumen; sin embargo, construía frases lapidarias, se expresaba brillante y claramente, siempre en búsqueda de la palabra más justa. Cuando joven, buscó la compañía de los más viejos. Cuando viejo, empoderó a jóvenes. Era extremadamente austero con dinero, un verdadero codo, pero nunca, nunca ha retrasado el sueldo de sus empleados en un solo día. Su nivel de exigencia era brutal, pero su capacidad de reconocimiento sembraba afecto en los corazones de los subordinados. Su humildad era imperial. Era de una simplicidad desconcertante en el trato, no había en él ningún trazo de arrogancia; sin embargo, un invitado solo podría sentarse cuando era convidado a hacerlo y, si lo fuera en su oficina en TV Globo, era acomodado en una silla tan baja que obligaba a la persona a mirar hacia arriba para ver al anfitrión [...] Rumiaba infinitamente una decisión; su paciencia jamás se agotaba hasta tener un deseo realizado o una voluntad cumplida [...] Patriota, era un internacionalista. [...] Era de una amabilidad extrema con desconocidos y podía ser tiránico con los más cercanos. Era un moderno y, como todo lo que es moderno en Brasil, cargaba también el bulto, o el lastre, del arcaico (Bial, 2004:21-22).

Emilio Azcárraga Milmo, el empresario una vez ya conocido como *El Tigre*, era explosivo como un animal salvaje: trataba a la gente de “pendeja”, gritaba a sus empleados y ejecutivos, y podía pasar de un gran regaño a una sonora carcajada en segundos. Dicen que podría ser un déspota y al mismo tiempo un hombre generoso; podía despedir un empleado en un arrebató de enojo o cuidar a los funcionarios más antiguos al punto de llevarlos a otro país en búsqueda de cuidados médicos. Era dado a decisiones rápidas, “salomónicas”, después de juntas en las cuales bombardeaba a expertos con preguntas (Fernández & Paxman, 2013:43-44, 51).

Además de los varios rasgos autoritarios y del olfato para los negocios, se dice que Azcárraga Milmo había heredado de Azcárraga Vidaurreta una mitológica silla, que

mantenía en su oficina en Televisión, siempre lista para cuando los Azcárraga querían regalar una lección de por vida a los empleados presumidos o desobedientes. Pero mientras Roberto Marinho hacía a los suyos mirarle por abajo, constreñidos, humillados, la silla de los Azcárraga era inmensa. Algunos dicen que se necesitaba una escalera para subirse a ella. “¿Es muy grande para ti? ¿No pueden tus pies tocar el suelo? –preguntaba sarcásticamente don Emilio–. ¡Regresa cuando seas lo suficientemente grande para llenarla!” narran Fernández y Paxman (2012:153-154).

Más que la tiranía ocasional y las legendarias sillas de humillación, Marinho y Azcárraga, en sus años dorados como magnates, tenían en común el poder de hacer a las personas simplemente desaparecer del imaginario popular.

Azcárraga Milmo solidificó los pilares del *Canal de las Estrellas*, y tenía también la autoridad para apagar el brillo de cualquier cuerpo celeste que actuara distinto a sus intereses. Fernández y Paxman (2013:51) mencionan a empleados enviados al “exilio permanente” –más bien, que fueron deportados de sus medios– como el productor Juan López Moctezuma y la actriz y cantante Lucía Méndez, formada en las dos artes por el propio Azcárraga Milmo; aún así, dicen ellos que, aunque voluble y caprichoso, *El Tigre* normalmente no guardaba rencor.

Leonel Brizola (1922-2004), uno de los más importantes políticos brasileños –y enemigo político de Roberto Marinho–, contó en un documental que una de las maniobras empleadas con frecuencia por el magnate brasileño contra figuras públicas que le irritaban, era hacerlos desaparecer de la vida pública. Decía Brizola: “Yo solía decir que él [Roberto Marinho] es un tipo de Stalin de las comunicaciones en nuestro país. Aquellos que no concordaban con él, los mandaba a Siberia: la Siberia del hielo²³, la Siberia del olvido” (Ellis & Hartog, 1993).

El periodista Alan Riding logró, en una entrevista en 1987, hacer que el magnate reconociera que trabajaba contra el político de Río de Janeiro:

[...] En algún momento, yo me convencí que el Sr. Leonel Brizola era un mal gobernador [...] Él transformó la Ciudad Maravillosa que es Río en una plaza de mendigos y vendedores ambulantes. Pasé a considerarlo perjudicial y peligroso, y luché. Yo realmente usé todas las posibilidades que tuve para derrocarlo en las elecciones (Riding, 1987)²⁴.

Sin embargo, Brizola ganó las elecciones y fue protagonista de una de las más célebres derrotas de TV Globo en la justicia cuando, por fuerza de la ley de derecho de réplica, ganó más de tres minutos en horario estelar para defenderse de Roberto Marinho²⁵.

²³ En portugués, hay una expresión similar a la “ley de hielo” del castellano; cuando se dice que se va a “dar un hielo” en alguna persona, significa que uno va a ignorarla, hacer de cuenta que no la ve, no la escucha, no hacerle caso.

²⁴ También citado por Herz, 1987:25.

²⁵ La nota del Jornal Nacional, más famoso noticiero de TV Globo (y de Brasil) puede ser vista por la liga <<https://www.youtube.com/watch?v=L810CJs4tSI>> con subtítulos al español [consultado el 20 de julio de 2015].

Aunque su calidad de personajes sea innegable, preceden a Azcárraga Milmo y a Roberto Marinho otros actores imprescindibles para entender dónde empezaron y a dónde llegaron.

Los dos mayores magnates de la televisión en Brasil y México son legatarios de “herencias benditas” recibidas de sus padres, Emilio Azcárraga Vidaurreta e Irineu Marinho, que les permitieron no empezar de cero en los medios de comunicación.

Antes del Tigre, había Azcárraga Vidaurreta

Emilio Azcárraga Vidaurreta fue heredero de tres generaciones dedicadas a la actividad aduanal. Los Azcárraga, desde mediados del siglo XIX, “fueron gente respetada y con arraigo en la región nororiente de México”, adinerados también por sus negocios privados de bienes raíces (Hernández Lomelí, 2006:185).

Sus enlaces familiares con los grandes negocios fueron ampliados con la boda con Laura Milmo, bisnieta de uno de los accionistas mayoritarios del *Milmo National Bank of Laredo* y cuya familia también poseía inversiones en industrias de varios estados mexicanos. También fueron exitosas las sociedades con los hermanos Gastón y Rogerio en negocios de coches y de la industria musical (Hernández Lomelí, 2006:185).

Claudia Fernández y Andrew Paxman (2013:42) afirman que los cimientos de Televisa se remontan a la década de 1930; sin embargo, Fátima Fernández Christlieb retrocede hasta los últimos años del *porfiriato*, cuando se consolidaron los grupos económicos que desarrollarían la industria de la radio (Fernández Christlieb, 1982:87).

Para esta narrativa, podemos empezar después del *porfiriato* y antes de la crisis de 29, en 1922, con la fundación de la *Mexico Music Corporation* (MMC).

La empresa era una filial de la *Radio Corporation of América* (RCA), la división radiofónica de la *General Motors*. En la MMC trabajaban Emilio, Gastón y Rogerio Azcárraga Vidaurreta junto a otros socios que se dedicaban a la música en sus diferentes formas, desde el comercio de instrumentos, hasta de música y artistas (Berrueco García, 2006:86; Fernández Christlieb, 1982:95; Olivares Arriaga, 2002:125).

Emilio Azcárraga Vidaurreta empezó su vida laboral como vendedor ambulante de zapatos. Aunque su talento como comerciante fuera notable, se dice que parte de la fortuna que acumuló ya en los primeros años de su segunda década de vida provino del contrabando de oro durante la Revolución Mexicana, lo que ayudaría a explicar cómo, a la edad de 22, se hizo socio de una agencia Ford en Monterrey (Fernández & Paxman, 2013:95-96).

En 1922, Sandal S. Hodges, un coronel del ejército estadounidense –y agente de ventas de Ford, de ahí la proximidad con Azcárraga Vidaurreta– convence a Emilio que México necesitaba una estación radiofónica. Azcárraga Vidaurreta se va a Texas para conocer la tecnología y luego regresa a México para fundar, junto a Félix F. Palavincini,

la Casa del Radio, en asociación con el periódico *El Universal* (Fernández Christlieb, 1982:88-89).

En 1923, Emilio Azcárraga Vidaurreta compró una franquicia de la empresa de discos y fonógrafos Victor, que algunos años más tarde se fusionaría con la superpotencia estadounidense *Radio Corporation of America*. En septiembre de 1930, con el respaldo de la RCA, adquiere la XEW Radio para complementar su negocio. “A la edad de 35 años, Azcárraga Vidaurreta era propietario de la radiodifusora más moderna en la ciudad de México y la piedra angular de todo un imperio de los medios de comunicación”, cuentan Fernández y Paxman (2013:98).

En los años 30, Emilio Azcárraga Vidaurreta ya era accionista mayoritario de una cadena de emisoras de radio – dentro de la MMC– con planes para consolidarse con otras más (Fernández Christlieb, 2009: 227-228; Mancina Chávez, 2007).

La XEW fue la primera radiodifusora comercial en México. Agrupaba 10 emisoras de radio. Pertenecía al grupo MMC y era parte de la *National Broadcasting Corporation* (NBC) (Fernández Christlieb, 2009:95). Con este emprendimiento, “Emilio Azcárraga Vidaurreta empezó a conformar lo que hoy es uno de los grupos mediáticos más poderosos en Latinoamérica y uno de los conglomerados más grandes en [sic] habla hispana, el grupo Televisa” (Mancina Chávez, 2007:6).

Con el presidente Plutarco Elías Calles (1924-1928), ocupado en centralizar el país y recuperar la economía – además de todos otros grandes retos pos Revolución Mexicana–, tuvo a bien conferir, a capitales extranjeros, las primeras inversiones de la industria radiofónica en México (Fernández Christlieb, 1982:90-91).

Así la gran empresa de la radiodifusión siguió creciendo en manos de compañías internacionales que acumulaban *knowhow* desde sus países de origen, dejando al Estado mexicano fuera. Además, muchas empresas que habían alcanzado su auge económico con las actividades más lucrativas del *porfiriato* (ferrocarriles, banca, minería) se vieron obligadas, durante algunos años, a invertir en nuevas fuentes de acumulación de capital –como la radiodifusión– hasta que se pudieran adecuar a la legislación Callista. Este fue el caso de las familias Azcárraga y Milmo (Fernández Christlieb, 1982:92).

En noviembre de 1936, la XEW de Azcárraga ya era una cadena radial, con planes de expansión junto a otro grupo de estaciones, quienes conformaron la XEQ.

Un obstáculo político para el crecimiento de la red sería el secretario de Comunicaciones y Obras Públicas del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940), el también general Francisco J. Múgica, “quien había sido *magonista, reyista, maderista*, y activo diputado del ala izquierda del Congreso Constituyente de 1917” (Fernández Christlieb, 2009:228). Múgica:

Estudió cómo [la radio] operaba en otros países, analizó cómo convertirla en un medio que ayudara a ilustrar a las masas, planeó cambios en su régimen jurídico. Presentó un proyecto para transformar radicalmente el modelo radiofónico con tres opciones: la primera, expropiación; la

segunda, formación de un consorcio en el que el gobierno tuviera el 51% de las acciones; y tercera, progresiva sustitución de las estaciones comerciales por estatales (Fernández Christlieb, 2009:228).

Ninguna de las ideas del proyecto de Música para la radio llegó a consolidarse; sin embargo, la iniciativa del exsecretario sí aparece en diversos estudios sobre las telecomunicaciones como uno de los más duros intentos de frenar la consolidación del poder de los medios privados en México (Velázquez Briseño, 2009:586). Además, llegó a influenciar la Iniciativa de Ley de Vías Generales de Comunicación que Lázaro Cárdenas envió a la Cámara de Diputados en septiembre de 1937, además de posiblemente haber generado un fenómeno: el *talento* de los Azcárraga en el trato con el poder.

[A finales de la década de 1930] Azcárraga Vidaurreta estaba a unos meses de consolidar su segunda red de radiodifusoras a la que bautizaría como Cadena de las Américas, respaldada por la CBS. La otra, la de la XEW, se llamaría Cadena Panamericana y operaba ya con la NBC. Ahí, ante la posibilidad de ver frustrados sus planes de expansión, el primer Azcárraga desarrolló su colmillo para los asuntos políticos. El proyecto de ley le estorbaba porque contemplaba un impuesto por derecho de recepción, como el canon europeo, para instalar emisoras culturales del Estado. El documento fue turnado a la comisión de vías generales de comunicación, la cual tardó dos años en dictaminar. En ese lapso la herencia de Mújica (*sic*) fue suprimida. Hubo un personaje clave que se encargó de que las inversiones de Azcárraga Vidaurreta no encontraran obstáculo legal alguno durante el cardenismo: el abogado de la emisora, José Luis Fernández. La maquinaria política de lo que hoy es Televisa se echó a andar, exitosamente, antes de que comenzara el gobierno de Ávila Camacho. En 1941, cuando se forma la Cámara de la Industria de Radiodifusión con Azcárraga Vidaurreta al frente, el proyecto político está claro: nunca más una ley adversa al consorcio (Fernández Christlieb, 2009: 228-229).

Además de este germen de “la maquinaria política de Televisa”, en estos tiempos nació también el personaje quizás más importante de su historia: Emilio Azcárraga Milmo, el 6 de septiembre de 1930.

Azcárraga Milmo entró a los negocios de la familia en 1950, por insistencia de su padre. Acabó por ayudarlo en el lanzamiento de la XEW-TV, programado para 1951. Trabajando medio tiempo en ventas, dibujaba paquetes publicitarios en los cuales los anunciantes tenían descuentos para anunciarse en la radio y también en un “exótico nuevo medio llamado televisión” (Fernández & Paxman, 2013:119).

Las relaciones padre-hijo entre Azcárraga Vidaurreta e Azcárraga Milmo eran tensas en la vida cotidiana y en el trabajo. Sin embargo, había momentos de fiesta, como en 1952, cuando Azcárraga Milmo se casó con María Regina Shondube Almada, conocida como Gina, en un matrimonio civil presidido por el juez más solicitado de México y con el presidente de la República, Miguel Alemán Valdés (1946-1952) y el secretario de Hacienda, Ramón Beteta, como testigos de la novia (Fernández & Paxman, 2013:121-122).

Antes del Ciudadano Kane brasileño, había Irineu Marinho

En los primeros años del siglo XX, el periodista Irineu Marinho Coelho de Barros ya era dueño de un periódico en Rio de Janeiro. La Ciudad Maravillosa era, en aquel momento, la capital de Brasil.

Irineu era uno de los cinco hijos del portugués João Marinho Coelho de Barros, inmigrante que llegó a un Brasil aún imperial para trabajar como “guarda-libros”, un tipo de técnico en contabilidad. João Marinho contaba con una gran suerte en esos tiempos de cambio en el Brasil del siglo XIX.

Además de dominar la contaduría en los primeros años después que el comercio en Brasil dejó de ser prohibido, alcanzó algo de importancia en la masonería local, que le permitió adquirir un título de cónsul honorario en una pequeña ciudad de Rio de Janeiro. No obstante, nunca fue un hombre rico.

Irineu nació en Niterói, una de las más grandes ciudades del estado de Rio de Janeiro, el 19 de junio de 1876. Desde los primeros años de escuela, anhelaba ser periodista. Y lo logró: en poco tiempo pasó de suplente de revisor a secretario de redacción y director financiero de algunos de los periódicos de Rio de Janeiro a inicios del siglo XX.

Bien relacionado con diversos personajes importantes del periodismo y de las artes, tomó prestado de amigos –entre ellos el dueño de un teatro, que le prestó cerca de 30%– el capital inicial para llevar a Brasil una novedad de Portugal: un periódico que llegaba a los puestos al atardecer (Bial, 2004:46-54).

La primera publicación de Irineu se llamaba *A Noite*. Fundado en 1911, en pocos años el periódico prosperó. Para Irineu, el vespertino era un negocio, y no un “instrumento subsidiario de la política” (Rezende de Carvalho, 2012:36). A los 35 años, pasó de ser miembro de la corporación de periodistas a empresario de la comunicación (Rezende de Carvalho, 2012:38).

En 1924, Irineu Marinho, ya bastante exitoso como empresario, vendió *A Noite* al salir de Brasil para un tratamiento en Europa contra una tuberculosis. La idea era retomar la publicación al regresar al país; sin embargo, no logró recuperarla: no había hecho un contrato de recompra, y el acuerdo verbal no fue cumplido. En ese momento, Irineu decidió entonces crear un nuevo negocio periodístico.

El 29 de julio de 1925, llegó a las calles el periódico *O Globo*.

Tres semanas después, Irineu Marinho murió de un infarto, a los 49 años.

Nacido el 3 de diciembre de 1904, Roberto Marinho tenía en aquél entonces 21 años. Era aprendiz de periodista con su padre. Roberto se hizo responsable del periódico seis años después y lo hizo uno de los mayores diarios de Brasil. A los 40 años de edad,

empezó a aumentar los medios de comunicación de la familia, fundando una estación de radio, la Radio Globo.

Contrario a México, donde el capital que impulsa el éxito de la radiodifusión emana de grupos de importancia económica en la primera década del siglo XX (Fernández Christlieb, 1982:87), en Brasil los magnates de los medios se han hecho grandes con la expansión de empresas de noticias hacia imperios mediáticos. Aunque tengan negocios en otras ramas de la economía, éstos son solamente complementarios.

Y llega la televisión, al mundo y a América Latina

Los primeros aparatos de televisión fueron vendidos en el Reino Unido a finales de los años 20. Los primeros servicios públicos de televisión empezaron en 1936 en Inglaterra, y en 1939 en Estados Unidos (Kurth, 2006:43-44).

Explican Paxman y Fernández que:

Los demás países tenían poca o nula experiencia en ese nuevo medio de comunicación y fue en los primeros años posteriores a la segunda Guerra Mundial cuando los gobiernos del mundo industrializado y semiindustrializado sentaron las bases legales para la operación de la televisión. Examinaron el modelo británico, que definía como objetivo principal de la televisión el servicio público y por tanto favorecía su estatización, y el modelo estadounidense, que veía a la televisión como un medio básicamente comercial y por lo tanto estaba a favor de su privatización. Al observar los programas informativos y con orientación educativa que producía la *British Broadcasting Corporation* (BBC de Londres), todos los gobiernos europeos optaron por fundar monopolios televisivos en manos del Estado. Tanto el modelo británico cuanto el estadounidense seguían los esquemas establecido para la radiodifusión en esos países (Fernández & Paxman, 2013:131).

En América Latina, las primeras emisoras en transmitir por televisión fueron respectivamente la XH-TV (Canal 4), de México; la Unión Radio TV, de Cuba y la TV Tupi, de Brasil, todas en el segundo semestre de 1950 (Fernández & Paxman, 2013:137). Antes de Brasil, solamente Estados Unidos, Inglaterra, Holanda y Francia tenían producción propia de programación televisiva (Neptune Nordahl, 2011:13).

La televisión en México

“La televisión es una forma de vida... los arquitectos o ingenieros deberían empezar por diseñar la sala de televisión y alrededor de ella construir los hogares en que la gente vive, ya que ella es una forma de vida que ha cambiado la política, la religión y la sociedad”.

Emilio Azcárraga Milmo, 1974²⁶

Aunque se pueda afirmar que de alguna manera “la historia de la televisión mexicana es, de hecho, la historia de los Azcárraga” (Fernández & Paxman, 2013:130), ellos no fueron los primeros en transmitir con imagen, pese a que Azcárraga Vidaurreta

²⁶ Fernández & Paxman, 2013:499

se hubiera impresionado de la nueva tecnología desde en la Feria Mundial de Nueva York, en 1939 (Fernández & Paxman, 2013:132).

Desde 1935, México contaba con un sistema de televisión construido por el Partido Nacional Revolucionario (PNR)²⁷, pero que nunca prosperó ni llegó a transmitir regularmente (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:77-78).

Azcárraga Vidaurreta solicitó su primera concesión de televisión a la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) en 1946, mismo año en que Miguel Alemán Valdés llegó a la Presidencia de la República. La concesión solamente le fue otorgada en julio de 1950, cuando la XH-TV (Canal 4) de Rómulo O’Farrill Silva y de su hijo – los beneficiados por la primera concesión, en 1949, habiendo esperado solo un año por ella– empezó sus transmisiones de prueba (Fernández & Paxman, 2013:132-136).

La TV en México fue inaugurada el 1º de septiembre de 1950, con la transmisión en vivo del cuarto informe del presidente Miguel Alemán Valdés. En aquel momento, había solamente unos cien aparatos de TV en todo el país. Ocho de ellos fueron montados en plazas públicas para la transmisión del evento. Los demás equipos de transmisión fueron comprados a la RCA, y las demás transmisiones originales de la XH-TV tuvieron la consultoría de directores y productores de la NBC, también estadounidense (González de Bustamante, 2015:31,39).

Otra concesión fue otorgada a Guillermo González Camarena, uno de los responsables de un estudio sobre los modelos estatales de reglamentación de televisión encargado por Miguel Alemán años antes.

González Camarena había patentado un sistema de televisión a colores en 1940. Algunos años después inauguró su emisora experimental de televisión desde su propia casa, el 7 de septiembre de 1946. En 1947 solicitó oficialmente una concesión de TV comercial. En 1949, inauguró la televisión a color en México –aunque no por transmisión comercial, como la XH-TV de O’Farrill– tecnología que tardó casi 20 años en estabilizarse en el país (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:31,79, 85).

La primera transmisión de la XEW-TV (Canal 2), de Azcárraga, se dio hasta el 21 de marzo de 1951. En abril de 1952, un mes antes del estreno de su canal comercial, González Camarena transfirió secretamente su concesión a Othón Vélez Jr., “quien sin duda solo actuaba como prestanombres de Azcárraga Vidaurreta²⁸” (Fernández & Paxman, 2013:138).

Fátima Fernández Christlieb da más detalles de toda la trama.

Hacia 1946, cuando el invento de la televisión es ya un hecho, Azcárraga dirige sus esfuerzos a mantener enriquecido el modelo radiofónico basado en la venta de tiempo y objetando la presencia de medios públicos o similares. Nada mejor que contar con el respaldo directo del

²⁷ El PNR sería convertido en el Partido de la Revolución Mexicana, en 1938, y en el PRI, en 1946.

²⁸ Según Fernández y Paxman (2013:138), “los documentos de la transacción aún están en manos de la familia Vélez”. Más información puede ser vista en las anotaciones de Andrew Paxman sobre el libro “El Tigre”, disponibles en <https://andrewpaxman.wordpress.com/azcarraga/anotaciones/>

nuevo presidente de la República. En 1950, con el cuarto informe de Miguel Alemán y con su apoyo total, se inaugura la televisión en México bajo un esquema idéntico al de la radio, pese a que el músico y compositor Carlos Chávez, titular de Bellas Artes, había comisionado al escritor Salvador Novo, para que con la asistencia técnica del ingeniero González Camarena estudiara, in situ, bajo qué premisas y con qué modelos operaba la televisión en otros países. Esta comisión se formó a petición de intelectuales y artistas cercanos a Bellas Artes, los cuales no imaginaban que el asistente técnico lo era, a su vez, del propio Azcárraga. El informe tenía una parte redactada por Novo y la otra por quien sería después el titular de la concesión del Canal 5 de Telesistema Mexicano. Obviamente eran no solo distintas, sino opuestas. Estaban redactadas en dos lenguajes y con dos visiones del mundo. Novo se inclinaba por los beneficios sociales observados en Gran Bretaña y el pionero de la televisión a color, tras un galimatías técnico proponía el sistema estadounidense²⁹. Es obvio que Azcárraga estaba detrás de González Camarena y sobra decir que bastaron pocas palabras al presidente Miguel Alemán para desechar el reporte de Novo. Este modo de operar, este darle atole con el dedo a intelectuales y académicos para que expresen lo que conviene al país y después se haga lo contrario, se ha repetido, sin cesar, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Miles son las ponencias con propuestas que se han presentado en decenas de foros, organizados por el Poder Ejecutivo o por el Legislativo y en los hechos, 50 años después, tenemos a estos dos poderes de rodillas ante las televisoras (Fernández Christlieb, 2009: 229-230).

En estos primeros años de la década de 1950, Azcárraga Vidaurreta no era el único visionario del nuevo medio de comunicación en México.

Miguel Alemán Valdés fue un presidente astuto como político y también como empresario. Tenía conocimiento del desarrollo del negocio de la televisión en Estados Unidos. Sabía de las abundantes inversiones que habían sido dedicadas al nuevo medio y luego pensó en las potenciales ganancias que tendría al largo plazo; no solamente financieras, sino en relaciones públicas, como había logrado con el periódico *Novedades*, fruto de una sociedad con O’Farrill y otros socios.

Por otro lado, desde 1940, Alemán Valdés estaba distanciado de Azcárraga Vidaurreta porque el magnate de la radio usó sus medios para apoyar a Juan Andreu Almazán en la corrida a la presidencia. Alemán Valdés era en aquel entonces coordinador de campaña de Manuel Ávila Camacho.

Por los negocios anteriores con los O’Farrill, una vez más éstos parecían los copartícipes ideales en una nueva incursión al mundo de los medios de comunicación y también en una operación contra Azcárraga Vidaurreta.

A pesar de contar con los poderes cuasi dictatoriales de los que entonces disfrutaban los presidentes, Alemán sabía que al otorgar una concesión a su propia familia podría provocar un gran escándalo. Pero podía utilizar un prestanombres y – como en efecto admitiría después el hijo de O’Farrill– el poblano cumplió ese papel. O’Farrill tenía dos poderosas razones para ser pantalla de Alemán e incursionar en una industria en la que Azcárraga, por su experiencia sin paralelo en la radio, debió ser el primero. En una época de inflados contratos gubernamentales y sobornos de rutina, convenía a cualquier empresario estar en buenos términos con el presidente (Fernández & Paxman, 2013:134-135).

²⁹ Como el informe, al final, no se pronunciaba ni por la TV comercial ni por la educativa, dicen Lomelí y Orozco (2007:36) que “se tendió la mesa, pero no se sirvió el platillo”, dejando la decisión del menú al señor presidente”. Una cantinflada, como dicen los propios. Como se sabe, Miguel Alemán decidió por la televisión comercial.

Sin embargo, O’Farrill no era un mero prestanombres pasivo. Él tenía visión empresarial, ambicionaba construir una industria de la televisión y no le molestaba tener que importar toda la tecnología necesaria. En los años 1940, el despliegue industrial de México estaba en su esplendor, impulsado tanto por la estabilización económica pos-Revolución Mexicana y la prosperidad generada con el fin de la Segunda Guerra Mundial (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:29).

Otra cosa hubiera sido la televisión si su invención e inserción social se hubiera dado unos pocos años antes, durante la presidencia del general Lázaro Cárdenas (1934-1940) de tendencia más populista y hasta izquierdista, contrastante con la pro-empresarial, derechista y conservadora de Alemán Valdés (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:33).

Por algunos años, durante la década de 1950, la competencia entre la XEW-TV de Azcárraga y la XH-TV de O’Farrill era casi pareja. Mientras O’Farrill usaba sus negocios paralelos con la industria automovilística para cosechar patrocinios con compañías afines como General Motors y Pemex, además de contar con “respaldo financiero del estadounidense William Jenkins, dueño de diversas salas de cine” (González de Bustamante, 2015:37-39), Azcárraga Vidaurreta había vendido algunas estaciones de radio en provincia para hacer más capital.

La construcción del enorme complejo Televicentro le garantizó a Azcárraga las mejores instalaciones. Contaba con una exclusiva antena de 50 metros. *General Electric* y RCA instalaron en Televicentro equipos más modernos, incluso que en estaciones de Estados Unidos. La XEW-TV contó con una inversión de tres millones de dólares: no había nada similar en el mundo hispanohablante (Fernández & Paxman, 2013:140-141).

La XH-TV de O’Farrill también poseía recursos de sus otros negocios, profesionales con algún conocimiento del nuevo medio, buenos equipos RCA, programas de suceso y divulgación de la TV por sus radios y por la revista *Novedades*. Además, contaba con la imprescindible ayuda del presidente Miguel Alemán, en la forma de:

El uso de los pisos superiores del edificio de la Lotería Nacional como estudios, exenciones de impuestos, velocidad en los trámites y porciones de las campañas publicitarias de algunas dependencias gubernamentales, como la misma Lotería y Bonos del Ahorro Nacional. Tenían inversión publicitaria de empresas de los amigos de Alemán, y muy probablemente de muchos otros que buscaban congraciarse con el presidente, ya que corrían fuertes rumores sobre una cierta inclinación de Alemán por el Canal 4 (Fernández & Paxman, 2013:142)

Años después, el uso de bienes de propiedad federal fue legitimado por la Ley Federal de Radio y Televisión, de 1960³⁰.

A pesar de sus vínculos con intereses empresariales estadounidenses O’Farrill mostraba un profundo sentimiento de orgullo nacional al declarar a México como el primer país de América Latina en llevar la señal de televisión a los hogares mexicanos. Para O’Farrill el nacimiento de la industria de la televisión no representaba el despliegue de una ‘bomba cultural estadounidense’ (Dorfman & Mattelart, 2007). Sentía que, por lo contrario, era un símbolo de progreso y modernidad. Como lo expresó un escritor de su periódico *Novedades*, ‘la televisión es la última

³⁰ Artículo 40 de la LFRT de 1960.

novedad que ahora opera en México... una fecha histórica para el progreso del país³¹ (González de Bustamante, 2015:39-40).

Por esta visión, O’Farrill Silva se parece bastante a Assis Chateaubriand, el primer concesionario de la televisión en Brasil, de quien se hablará en el siguiente apartado.

Aunque la televisión representara “progreso y modernidad”, el nuevo medio tardó en generar ganancias, dado el elevado costo de producción y transmisión. Además, pocos eran los hogares que contaban con un aparato de tele, y era difícil convencer a los anunciantes de invertir en la televisión en vez de la radio.

Azcárraga mantuvo su patrimonio alto con la venta de una parte de sus acciones en los Estudios Churubusco. O’Farrill entró en crisis con la salida de Miguel Alemán Valdés de la presidencia y la entrada de Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958). Conocedor de los favoritismos con los cuales contaba el Canal 4, el nuevo presidente empezó de alguna forma a sacar la emisora de su condición privilegiada (Fernández & Paxman, 2013:143).

En enero de 1955, O’Farrill buscó a Azcárraga para hablar de una fusión, con el apoyo de Ruiz Cortines. Así como en varias partes del mundo –incluso en Brasil, como será demostrado en las siguientes líneas– el gobierno deseaba poder usar un medio más, la televisión, para su propaganda.

De hecho, en mayo de 1954, cuando Ruiz Cortines enfrentaba grandes presiones para incrementar los salarios de los trabajadores, el presidente comenzó una campaña regular de mensajes a la nación, vía radio y televisión, rematando su discurso inicial con una frase que inició la tendencia propagandística en la televisión: ‘¡México al trabajo fecundo y creador!’

Más que nada, Ruiz Cortines quería continuar los esfuerzos de los presidentes, desde Álvaro Obregón (1920-1924), por inculcar en los mexicanos una percepción única de nacionalismo. Una nación unida –bajo un solo patrón, el señor presidente– sería una nación más fácil de gobernar (Fernández & Paxman, 2013:145).

Los dos empresarios concluyeron el negocio rápidamente, el 25 de marzo de 1955. O’Farrill entró con el Canal 4. Azcárraga aportó el Canal 2 y el Canal 5. Cada uno de los dos empresarios contaba con 4,000 acciones, y otras dos mil fueron divididas en cuatro partes iguales para los más altos ejecutivos y sus hijos –incluso a Emilio Azcárraga Milmo (*El Tigre*) y expresidente Miguel Alemán Valdés–. Azcárraga Vidaurreta obtuvo el control mayoritario y los puestos de mayor importancia en la nueva empresa, Telesistema Mexicano (TSM), “la primera encarnación de lo que sería la moderna Televisa” (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:31; Fernández & Paxman, 2013:146-147).

Con la fusión entre los tres canales, entre 1955 y 1968 la televisión mexicana tenía una configuración única en el mundo: una industria privada con un solo propietario de hecho (Fernández & Paxman, 2013:149); aunque el Canal Once, la primera TV pública de México, había sido creado en 1958 (Toussaint Alcaraz, 2009).

³¹ *Novedades*, 1º de septiembre de 1950, primera plana.

Azcárraga se volvió el titular de facto cuando, después de años de tensión por el control de TSM, O’Farrill vendió finalmente su parte en 1991 (Fernández & Paxman, 2013:152).

Cuentan los investigadores Mastrini y Becerra que durante la década de 1960 Televisa multiplicó sus emisoras por toda la República Mexicana y se lanzó también en el mercado hispano norteamericano, incorporando rápidamente tecnologías innovadoras.

Fue pionera en el uso del vídeo y del satélite (de hecho su actual nombre es una síntesis de Televisión Vía Satélite) y en el desarrollo de los servicios televisivos para hispanos a través de su participación en la cadena Univisión desde 1976 (Mastrini & Becerra, 2001:4).

La investigadora Sallie Hughes (2008:131) opina que a partir de la última década del siglo XX, los medios mexicanos se han hecho menos autoritarios, presentándose más impulsados por el mercado, oligárquicos, propagandísticos, ideológicos y cívicos. Sin embargo, algunas características centrales se han mantenido por décadas: la inequidad en el acceso a los medios, concentración de propiedad, de *market share* y de publicidad, además de un marco regulatorio débil. Y todos estos rasgos están relacionados con una transición incompleta de un periodo de 71 años de autoritarismo civil unipartidista a una democracia participativa.

La televisión en Brasil

Los orígenes de la televisión en Brasil tienen que ver con la historia del desarrollo de una nación que se adaptó, muy rápidamente, en un corto espacio de tiempo, a los bruscos cambios tecnológicos, políticos, socioeconómicos, culturales y artísticos para integrarse a un mercado mundial de consumo (Neptune Nordahl, 2011:8).

Los estándares adoptados por la industria de la televisión fueron los mismos consolidados por la radio: la persecución por una audiencia masiva; la predominancia de la programación de entretenimiento sobre la educacional o cultural; la propiedad privada siempre se sobrepuso a la TV pública; y el modelo de financiamiento está basado en la publicidad, más que en la subvención gubernamental, pública o no-comercial (Guedes-Bailey & Jambeiro, 2008:50).

La primera concesión de televisión en Brasil fue otorgada en 1946. La *TV Tupi* era el sueño –para algunos el delirio– del gran magnate de los periódicos en Brasil en aquél entonces, Assis Chateaubriand.

El primer magnate de los medios en Brasil, Chatô

Chateaubriand fue el presidente del primer gigantesco conglomerado de medios a ser erigido en Brasil: los *Diários e Emissoras Associados*, que inició sus trabajos en 1938 con cinco estaciones de radio, 12 periódicos y una revista. Menos de 20 años después, ya tenía 36 estaciones de radio, 34 diarios, una emisora nacional de televisión con 18 afiliadas y diversas revistas (Guedes-Bailey & Jambeiro, 2008:50).

Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo nació el 4 de octubre de 1892, en Umbuzeiro, una pequeña ciudad de Pernambuco, uno de los estados más pobres de Brasil; sin embargo, era de la tercera generación de una familia de terratenientes adinerados. Tartamudo, raquítico y muy tímido, sufrió casi toda su infancia con el *bullying* de familiares y compañeros de escuela (Morais, 1994:22-26). Aprendió a leer hasta los 10 años, con periódicos locales. Pero luego tomó gusto por la lectura, la escritura y, sorprendentemente, por el idioma francés (Morais, 1994:32-33).

En la secundaria, se enamoró de las oficinas del *Jornal Pequeno*, en la capital de Pernambuco. Hasta aceptó trabajar como mayordomo para los dueños del diario, con la esperanza de conseguir un trabajo en la redacción. A los 15 años, hablando un poco de francés, un poco de alemán, conociendo un poco de filosofía, Goethe y Schiller, empezó en el área de publicidad de otro diario del mismo grupo, la *Gazeta del Norte* (Morais, 1994:43-44).

El periódico acabaría en menos de un año, y Chateaubriand se lanzó a estudiar Derecho. Después se lanzó al ejército, donde trabajó en el periódico institucional, venció la timidez y aprendió la disciplina y el liderazgo (Morais, 1994:51-53). Empezó en la prensa en 1910, con artículos incisivos en contra del presidente, el mariscal Hermes da Fonseca. La crítica ácida y dura siempre fue la marca de la pluma de Chateaubriand, que no perdonaba ni al presidente. Más bien, los presidentes eran sus grandes blancos.

Como periodista, ganó prestigio, amigos y enemigos. En 1912 fue director de un periódico por primera vez, pero la publicación no resistió a la guerra política local. Chateaubriand volvió a vender reportajes a algunos periódicos como *FreeLancer*: uno de ellos, *A Noite*, de Irineu Marinho, vendido en Rio de Janeiro (Morais, 1994:70). En 1915, se metió en una pelea judicial por un puesto de profesor de Derecho en la Universidad de Pernambuco. La disputa fue decidida después de dos meses de mucha negociación política junto a intelectuales y políticos de Rio de Janeiro, hasta llegar a una junta personal con el presidente de la República (Morais, 1994:84-85).

El talento con las negociaciones personales permitió a Chateaubriand montar un despacho de abogados a los 25 años, mientras publicaba algunos artículos en periódicos de Pernambuco y de otros estados. En 1918 empezó a soñar con comprar su propio diario, ambición conquistada en 1924, a los 32 años, cuando asumió la dirección de *O Jornal*, después de una operación para juntar dinero que resultó en una sociedad anónima de decenas de accionistas – operación que sería repetida muchas veces más para la adquisición de otros periódicos, estaciones de radio y, eventualmente, para equipos de televisión.

Chateaubriand construyó su imperio de medios de comunicación cometiendo muchos y recurrentes desastrosos financieros, respaldados por socios y accionistas que conquistaba con su personalidad y su colección de prodigios. Con la televisión no fue diferente: Chatô (apodo que odiaba, pero por lo cual fue eternizado) ignoró un estudio

comercial contratado por él mismo, que le decía que esperara, ya que era caro producir para la televisión. Sus investigadores estadounidenses (país precursor en la televisión comercial) alertaban de la poca probabilidad de ganancias en el modesto mercado publicitario de finales de la década de 1940 (Kurth, 2006: 53).

Además, el día del estreno de la *TV Tupi* - Canal 3, 18 de septiembre de 1950 – poco más de dos semanas después de la inauguración oficial de la televisión en México, el 1º de septiembre de 1950–, simplemente no había televisores en ningún lado de Brasil.

La transmisión de prueba se había realizado cinco meses antes, el 3 de abril. Algunos aparatos colocados en el lobby del edificio de los *Diários Associados*, en São Paulo, transmitían una presentación del sacerdote y cantante mexicano José Mojica (Paiva Rodrigues, 2008).

Para garantizar audiencia en la primera transmisión oficial de la TV en Brasil, se dice que unos 200 aparatos entraron de contrabando al país y fueron instalados en el Jockey Club y otros puntos de la ciudad de São Paulo (Kurth, 2006: 53)³². Un escenario bastante similar al de México, con sus 100 aparatos en toda la República y ocho montados en una plaza pública para el evento de divulgación del informe de gobierno del presidente Miguel Alemán (González de Bustamante, 2015:39).

A finales de 1957, para desesperación de los diplomáticos brasileños, el presidente Juscelino Kubitschek –o JK, como era conocido– nombró a Chateaubriand embajador de Brasil en Londres. En aquel entonces, Chatô era senador, cargo que se rehusó a dejar para ocupar la silla en Inglaterra y acabó siendo destituido por la presidencia del Senado; sin embargo, nunca dejó de hacer política, como si hubiera seguido siendo legislador.

Y aún ocupando uno de los puestos políticos más importantes del país, Chatô no dejaba de escribir frecuentes críticas incisivas a JK, indignado con el cambio de la capital del país de Rio de Janeiro a una ciudad erigida de la nada en el centro del país – Brasilia– y con la política económica, que prometía que Brasil dejaría de ser un mero exportador de materia-prima para ser un país plenamente industrializado (Morais, 1994:7-10).

Ajeno a la ingratitud, Juscelino mantenía [a Chateaubriand] en Londres. Era un juego que interesaba a ambos: tener como embajador en Inglaterra a un ácido crítico de su obra más importante sumaba puntos a la imagen que Kubitschek cultivaba con cariño especial; el presidente quería entrar en la historia como un demócrata, un estadista generoso, que no guardaba rencores personales. Chateaubriand, por su parte, alimentaba el mito de que sus periódicos podían defender posiciones opuestas a las de su dueño, aunque esta aparente libertad editorial escondiera una vieja táctica que él adoptaba muy hábilmente ya a medio siglo: prender una vela para cada santo y, así, garantizar a su imperio siempre una puerta abierta a cada lado (Morais, 1994:8-9).

³² Explica Fernando Moraes, en la biografía “Chatô, o rei do Brasil”, que por la lentitud de la burocracia de la Secretaría de Hacienda de Brasil, un proceso de importación de aparatos de televisión iba a tardar algunos meses. El orden de Chateaubriand entonces fue: “Tráigalos por contrabando. Yo me hago responsable. El primer receptor que desembarque yo mando que sea entregado en el Palacio [presidencial], como regalo al presidente Dutra” (Morais, 1994:514).

Y si por un lado Chateaubriand no dejaba de escribir artículos y editoriales insolentes contra el presidente, por otro JK contestaba de forma “exageradamente elegante”, como en la vez que invitó a Chatô a ir a Brasilia para participar de la recepción que el gobierno ofrecería al presidente de Estados Unidos, Dwight Eisenhower, volando en el avión presidencial junto a la primera-dama y al banquero Walther Moreira Salles, embajador de Brasil en Washington y amigo personal de Chatô. Chateaubriand fue el primer brasileño en saludar a Eisenhower en su misión oficial, una vez que fue a la base aérea en helicóptero, mientras JK prefirió trasladarse en coche. Sin embargo, en la recepción oficial en la noche, a Chatô, que detestaba cargar documentos, la guardia del presidente estadounidense no le permitió entrar a la recepción oficial en el palacio presidencial. Salió del local enojadísimo y tomó un avión de regreso a Rio de Janeiro –tenía dos boletos siempre reservados a su nombre en todos los vuelos de la compañía *Panair*– en lo cual escribió un artículo más criticando a JK (Morais, 1994:10-13).

En septiembre de 1959, Chateaubriand cometería el último de sus actos que dejaría a todos impresionados. En ese entonces decidió firmar una escritura notariada en la cual donaba “a 22 de sus empleados el 49% del control accionario del mayor imperio de las comunicaciones jamás visto en América Latina, los *Diários e Emissoras Associados*” (Morais, 1994:6).

La prensa internacional publicó la noticia que un ‘millonario excéntrico’ había dado un conglomerado de noventa empresas como regalo a sus trabajadores: decenas de periódicos, las principales estaciones de televisión, 28 estaciones de radio, las dos más importantes revistas para adultos en el país, doce revistas para niños, agencias de noticias, agencias de propaganda, un castillo en la Normandía, nueve haciendas productivas dispersas por cuatro estados brasileños, industrias químicas y laboratorios farmacéuticos, encabezados por el poderoso Schering (Morais, 1994:6).

Aunque para algunos era nada más que una de las insensateces de Chatô, para otros era un claro preludio de que algo no estaba bien con su salud (Morais, 1994:5-6).

El 26 de febrero de 1960, Chateaubriand fue llevado al sector de urgencias cardiológicas de una elegante clínica en Rio de Janeiro. En los días en que estuvo internado, recibió la visita del presidente JK, de la primera dama, del vicepresidente, de expresidentes, congresistas, intelectuales, banqueros, industriales, militares, diplomáticos, periodistas, todos los beneficiados por la donación de acciones hecha cinco meses antes y muchas, muchas mujeres (Morais, 1994:4,15-17). Contrario al diagnóstico inicial, Chatô había sido víctima de una trombosis cerebral, y no de un infarto. Vivió ocho años más, paralizado, casi sin hablar, comunicándose a través de una máquina de escribir adaptada, la ayuda que tuvo para seguir con las feroces críticas que siguió escribiendo hasta su muerte, el 4 de abril de 1968.

Regresando a los años 1950: en Brasil, casi nada se sabía sobre el más nuevo medio, la televisión, y obviamente no había manuales para la creación de productos exclusivos para el lenguaje con imágenes. Los principales programas de la emisora eran

adaptaciones de programas de radio: el *Repórter Esso*, un noticiario diario, y una telenovela, “Su vida me pertenece” (Ellis & Hartog, 1993: 18’10”).

Todavía era necesario hacer algo más para que no solamente unos pocos de la élite compraran televisores. Según el investigador Sergio Mattos, en los primeros años de la llegada de la televisión a Brasil, una costaba tres veces más que el aparato de radio más sofisticado ofrecido, y un poco menos que un automóvil (Mattos, 1990:10).

Sin embargo, la implementación y diseminación del consumo de este nuevo medio de comunicación contaba en Brasil con el vigor de los sueños de magnates como Chateaubriand y Roberto Marinho, además del inestimable apoyo de un movimiento de modernización como herramienta del patriotismo. Cuenta la historiadora Estela Doris Kurth (2006) que:

Para estimular la compra de televisores, los anuncios publicitarios impelían al telespectador a apoyar los esfuerzos del país rumbo a la modernización, destacando que los empresarios ya habían hecho grandes inversiones y convocando a la población a ser parte [de la modernización]. El tono de los anuncios era más cívico que persuasivo. En vez de convencer al telespectador de la cualidad del producto, se intentaba responsabilizar al ciudadano brasileño: ‘¿Quieres o no quieres la televisión? Es de tu apoyo que depende el progreso en nuestra tierra, del apoyo a esta maravilla de la ciencia electrónica. Aplaudir y aclamar en admiración es notable, pero no basta: tu apoyo solamente será efectivo cuando tu adquieras un televisor (Kurth, 2006:46-47).

En la década de 1950, otras emisoras de televisión serían lanzadas en Brasil: la *TV Record* en 1953, la *TV Rio* en 1955 y la *TV Excelsior* y la *TV Continental* (Canal 9), ambas en 1959. Todas eran comerciales. La primera emisora pública solo tendría inicio efectivo en Brasil en 1967.

En sus orígenes, el modelo brasileño de televisión era caracterizado por una interconexión entre un Estado paternalista y los grupos hegemónicos presentes en los negocios de los medios de comunicación. Seguía al modelo estadounidense, que tenía a emisoras comerciales mantenidas por inserciones comerciales (Neptune Nordahl, 2011:14), como en México.

Así, la televisión en Brasil empezó como un medio publicitario. El primer año de ingresos de la *TV Tupi* fue garantizado por cuatro grandes patrocinadores: *Sul América* (una aseguradora), *Antarctica* (una productora de refrescos y cervezas), la *Laminadora Pignatari* y el *Molino Santista* (Mattos, 1990: 10). Es interesante que las cuatro empresas eran nacionales. En México, como se ha señalado anteriormente, uno de los primeros patrocinadores de los noticieros de televisión había sido la General Motors, una transnacional (González de Bustamante, 2015:37).

La inversión hecha por estos cuatro padrinos de la *Tupi* permitió que llegara a Brasil, bajo gran sigilo, todo el equipo adquirido de la gigante estadounidense *RCA-Victor* para la instalación de la primera emisora de televisión comercial de Brasil. Curiosamente, la *Victor* era una empresa de discos y fonógrafos cuyo dueño en 1923 era... Emilio Azcárraga Vidaurreta. Como ha sido comentado en un apartado anterior, algunos años después, la *Victor* se fusionaría con la estadounidense *RCA*, que también

fue la empresa que vendió a la XH-TV, primera emisora de México, sus primeros equipos de transmisión.

El modelo de *Tupi*, de patrocinio por empresas nacionales brasileñas, difiere de una tendencia latinoamericana de tener a empresas extranjeras como anunciantes de sus programas y noticieros, como afirma González de Bustamante (2015), citando a la teoría de la dependencia de Cardoso y Faletto, una práctica surgida de un “nuevo modelo de desarrollo económico que privilegiaba las corporaciones multinacionales, en tanto que el viejo modelo hacía hincapié en el control estatal de la industria” (González de Bustamante, 2015: 26-27).

Otra de las primeras emisoras brasileñas, la *TV Continental*, era resultado de la fusión entre una organización (la *Rubens Berardo S.A.*) dueña de dos radios, con una compañía cinematográfica. Antes que empezasen sus transmisiones, se especulaba que *Berardo* haría un acuerdo para controlar la parte deportiva de la emisora, mientras la Radio Nacional, una emisora pública en operación hasta los días de hoy y uno de los medios de comunicación más importantes de aquél entonces, se encargaría de la programación artística, lo que frustraba la expectativa de que la Radio Nacional tuviera su propio canal de TV.

Decía la prensa que el presidente Juscelino Kubitschek (1956-1961) no aprobaba una concesión a la Radio Nacional por miedo a que le hicieran oposición (Kurth, 2006:53-54). La Radio Nacional fue, entre 1945 y 1960, la estación de radio más importante de América Latina. Además, fue la emisora que empezó las transmisiones experimentales de TV en el subcontinente, en 1946 (Guedes-Bailey & Jambeiro, 2008:50).

Nunca hubo acuerdo entre la *Rubens Berardo* y la Radio Nacional. La *TV Continental* tuvo poco más de 10 años de existencia. Se hizo una nueva tentativa con el canal en septiembre de 1971, pero en febrero de 1972 su concesión fue cancelada (Kurth, 2006: 53-54).

De las otras emisoras surgidas en los años 1950, solamente la *TV Record* aún existe, después de haber sido comprada en 1989 por Edir Macedo (Macedo, 2012:13), el obispo fundador de la Iglesia Universal del Reino de Dios (más conocida en México por sus slogans “Jesús Cristo es el Señor” y principalmente, “Pare de sufrir” y por los programas de televisión en la madrugada), una religión pentecostal evangélica.

La *TV Rio* comenzó a decaer con la entrada en el mercado de la *TV Excelsior*, en 1959 y de la *TV Globo*. Salió del mercado en 1975. La *TV Excelsior* tuvo bastante éxito, pero cerró actividades en 1969. En julio de 1980, con casi 30 años de historia y miles de deudas, la *TV Tupi* fue declarada extinta por el gobierno militar de Brasil (Kurth, 2006: 62).

La *TV Tupi* tuvo una ruina análoga a la del Canal 4 mexicano. Las crisis financieras internas llevarían a la última a ser negociada por Azcárraga Vidaurreta para

conformar un casi monopolio televisivo que perduró por más de una década, cuando Telesistema Mexicano tenía como competencia nada más que “algunas televisoras de provincia, pequeñas y débiles económicamente, y el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, con escasa cobertura” (Mancinas Chávez, 2007:4).

El gobierno militar revocó las concesiones de todos sus canales a *TV Tupi*, como forma de resarcimiento de las deudas de la emisora con el Seguro Social. Prácticamente todos los grupos empresariales de la comunicación en Brasil se mostraron interesados en heredar el expolio de la *Tupi*, que fue finalmente dividido entre los grupos de los empresarios Silvio Santos –dueño de la emisora Sistema Brasileño de Televisión (SBT), que algunos años después compraría los derechos de retransmisión de la programación de Televisa en Brasil, volviendo las telenovelas mexicanas y *El Chavo del Ocho hits* también en las tierras de Roberto Marinho– y Adolfo Bloch, que llegó a tener la revista semanal más importante de Brasil. El gobierno militar no hizo secreto que titulares de grupos más poderosos, dueños de medios y negocios mayores, como Henry Maksoud, el Grupo Abril y el Grupo Jornal do Brasil fueron rechazados porque se buscaban empresarios “más confiables y amistosos” (Mattos, 1990: 18).

Roberto Marinho obtuvo su primera concesión para una emisora de televisión en 1957 (Ellis & Hartog, 1993: 23’15”), pero le llevó ocho años para que empezaran las transmisiones (Kurth, 2006: 59).

En México, durante el mismo período, las concesiones de telecomunicaciones eran regaladas por los Presidentes de la República a quienes ellos quisieran o a quienes les interesaba.

El presidente que dio la concesión a Roberto Marinho fue Juscelino Kubitschek, que había sido elegido presidente en 1955. El slogan de JK era “hacer a Brasil crecer 50 años en cinco”. En cinco años hizo realidad el cambio de la capital del litoral para la meseta central de la república previsto desde la primera constitución de Brasil, es decir, desde 1891. Construyó en el centro del país una ciudad llamada Brasília y, efectivamente, movió la capital de la República para allá.

JK compartía con el presidente anterior, Getúlio Vargas³³, la convicción de que Brasil se desarrollaría por la industria. Sin embargo, contrario a Vargas, a Kubitschek no le importaba la autonomía económica del país. El capital extranjero era importante para la modernización del sistema productivo, la diversificación de la producción y la actualización tecnológica (Herz, 1987:82). Su política de desarrollo hizo aparecer una industria de autos nacionales, introdujo una inflación endémica y una deuda externa incontrolable (Ellis & Hartog, 1993: 18’10”).

³³ Se hablará más de Getúlio Vargas a continuación.

Roberto Marinho fue presentado a JK por un poeta, empresario y político llamado Augusto Frederico Schmidt (Bial, 2004:184-185). Según el periodista Pedro Bial, autor de la biografía oficial de Roberto Marinho, Schmidt es el creador de la Operación Pan-Americana, una “organización fundamentada en la idea que los Estados Unidos tenían la obligación de financiar el desarrollo latinoamericano, por necesidades estratégicas de su lucha contra el comunismo” (Bial, 2004:185).

Antes de Kubitschek, Brasil tuvo como presidente a Getúlio Vargas. Vargas fue dictador de Brasil entre 1930 y 1945. Regresó a la Presidencia de la República algunos años después, en 1951.

Cuentan los historiadores Mary del Priore y Renato Venancio que en los primeros años del siglo XX, los estados brasileños ya presentaban una característica en la política que, de alguna forma, todavía perdura hasta hoy: lo que se suele llamar de *coronelismo*, una forma de control político local por parte de familias que llevan muchos años en el poder, y que usa diversas formas de intimidación personal, incluso con el uso de ejércitos personales de *jagunços* (algo similar a los mapaches de México).

Las familias en poder en el Congreso y en los estados brasileños generalmente habían construido sus grandes patrimonios como terratenientes dueños de haciendas de algodón, caña, leche y café.

Las grandes disputas por la presidencia entre representantes de los estados de Minas Gerais (gran productor de leche) y de São Paulo (una fuerza exportadora de café) hicieron que el Brasil de estos días se conociera en los libros de historia como “la República Café con Leche”, por un lado por dichas *commodities*; por otro, la expresión “café con leche” en Brasil es usada para señalar a alguien que no es muy bueno en lo que hace, lo que era también una crítica al sistema republicano de aquel entonces.

Las elecciones de 1930 fueron realizadas en un contexto social de revueltas en el ejército y críticas sociales de los intelectuales. La gota que derramó el vaso fue el rompimiento del acuerdo tácito que tenían mineros y paulistas³⁴ –la alternancia de poder entre candidatos de los dos estados–, en el momento en que el presidente Washington Luis (de São Paulo) no indicó un minero a la sucesión, sino Julio Prestes, otro paulista.

Enfurecidos, los grupos mineros se aliaron a segmentos importantes de los estados de Rio Grande do Sul y de Paraíba. Juntos lanzaron un candidato propio, gaucho³⁵: Getúlio Vargas.

En las elecciones del 1º de marzo de 1930, la situación era bastante conflictiva: la alianza había sido derrotada; gran parte de los diputados federales que integraban la coalición no fueron reconocidos por el Congreso; para terminar, el gobernador del estado de Paraíba fue asesinado.

³⁴ “Mineiros” son los nacidos en el estado brasileño de Minas Gerais. “Paulistas” son aquellos nacidos en el estado de São Paulo.

³⁵ “Gauchos”, en Brasil, son aquellos que nacen en el estado de Rio Grande do Sul, frontera con Argentina.

Con el apoyo de militares descontentos, las oligarquías disidentes de los tres estados participaron de lo que se conoce como la *Revolución del 30*, un movimiento armado por la deposición de Julio Prestes, que duró del 3 al 24 de octubre.

La revolución de 1930 impuso la ruptura del poder oligárquico y la emergencia de las clases comprometidas con un desarrollo capitalista menos subordinado a los centros hegemónicos del capitalismo mundial. Era un nacionalismo ambiguo y limitado, acompañado de una alianza con los sectores populares excluyente en el plan político. Hubo una ruptura del poder político de las oligarquías, pero no fueron creados antagonismos entre las clases dominantes. El nuevo pacto social, sobretodo, preservaba la estructura de clases (Herz, 1987:77).

El 3 de noviembre de 1930, Vargas fue impuesto en el poder, en contra de una poderosa oligarquía formada por terratenientes e industriales de São Paulo. Ahí empezaron los años del populismo³⁶ en Brasil. Aunque Vargas no fuera militar, el apoyo del ejército y el éxito económico de su primer gobierno protegían a Getúlio contra los intentos de las oligarquías, de los comunistas y de los demócratas liberales de sacarlo del poder.

Vargas canceló las elecciones previstas para 1938 y se quedó en el poder, como dictador, hasta 1945. En los años del populismo en el poder en América Latina, la democracia no era una prioridad; la preocupación, más bien, era el ascenso económico y social (Ianni, 1975:130), individual y de la nación, después de la crisis de 1929. Además, la política de los gobernantes populistas buscaba la consolidación de un Estado fuerte, apoyado “en una constelación de fuerzas políticas heterogéneas y virtualmente antagónicas” (Ianni, 1975:138), a través de “una combinación singular entre el Estado, el partido gubernamental y el sistema sindical” (Ianni, 1975:138).

Parte importante de dicho período socio-económico en Brasil era el desarrollo industrial y urbano emprendido en el país. En los años de Getúlio Vargas en el poder, la actividad industrial era entre tres y siete veces mayor que la de la agricultura. Vargas se mantuvo en el poder por la manutención del apoyo del ejército y con alianzas con grupos urbanos, como los de los obreros.

En aquellos días, había sindicatos de patronos y de obreros, subordinados a federaciones y confederaciones que respondían al Ministerio del Trabajo. En 1939 Vargas decretó la existencia de un único sindicato por categoría profesional y, en 1943, una avanzada reforma en las leyes de derecho de los trabajadores, por la cual es reconocido hasta hoy.

Los años de Getúlio Vargas en el poder son marcados por decisiones ambiguas. Aunque era dictador, decretó fecha para el fin de su gobierno: el año de 1943. Sin embargo, había una amenaza de fraude en las elecciones para que Vargas se mantuviera en el gobierno; como consecuencia, los militares abandonaron a Getúlio y lo sacaron del

³⁶ El populismo es un movimiento político predominantemente urbano, que destaca en el contexto de cambios sociales desplegados entre los años 1920 y 1960 en América Latina. Eran tiempos de grave crisis económica y decadencia profunda de las oligarquías en el poder, lo que abrió las puertas al ascenso de políticos carismáticos que ofrecían nuevos horizontes económicos de desarrollo nacional y el fin de la dependencia externa, incluso con ideologías antiimperialistas, compromiso con valores de la clase media y políticas de promoción de las clases obreras.

poder. Vargas se hizo Senador, pero en realidad se dedicaba a conquistar nuevas fuerzas populares para regresar al gobierno *en los brazos del pueblo*, algunos años después (Del Priore y Venancio, 2010:242-261).

Vargas fue el primer dictador de Brasil en usar la cultura como aparato estatal para propagar su ideología por la sociedad. La estrategia de Getúlio iba por dos ejes, uno coercitivo y otro patrocinador. Artistas e intelectuales podían ser llevados a la cárcel, agredidos, torturados o, junto a empresarios de la radiodifusión, podían ser apoyados con cargos públicos, donaciones, premios y otros tipos de sinecuras. Vargas incluso creó la primera institución gubernamental responsable de implementar una política de propaganda ideológica sistemática junto a la censura de ideas, el DIP – Departamento de Prensa y Propaganda³⁷– (Guedes-Bailey y Jambeiro, 2008: 47).

Durante el *Estado Novo*, de 1930 a 1945, la radio fue:

El principal instrumento de promoción de los nuevos valores culturales correspondientes a las transformaciones económicas y culturales que estaban en curso. El control de la radiodifusión por el Estado garantizó su relativa inmunidad frente a la influencia extranjera y presionó la difusión de los 'valores culturales' y de la 'ideología nacionalista'. Así, la radiodifusión se consolidó como un instrumento político particularmente eficaz de mediación entre las clases capitalistas dominantes, las clases medias y las masas de trabajadores. La organización económica de la radiodifusión (bajo el control de capital privado o directamente por el Estado) y su institucionalización política (a través de un sistema jurídico especial que la mantiene subordinada al Estado, además de otros medios informales de presión) garantizaron a las clases dominantes la orientación de su actuación. Marginados de ese control político y económico de la radiodifusión, a su vez, las clases populares nunca llegaron a tener el control de sus contenidos (Herz, 1987:78-79).

Ya entre 1945 y 1950, la condición nacionalista del sistema de comunicación masiva en Brasil se invirtió con la llegada del aparato de publicidad y propaganda organizado por Estados Unidos en contra del Eje en la II Guerra Mundial, que beneficiaba el fortalecimiento de una burguesía asociada al capital extranjero y de las fuerzas imperialistas (Herz, 1987:80-81). En seguida, la influencia estadounidense en los medios de comunicación se intensificó entre 1951 y 1954, pues el imperio estaba descontento con la vuelta del intervencionismo estatal, que incentivaba la expansión económica con la participación de capitales y tecnologías extranjeras; sin embargo, bajo control del Estado nacional.

A principio de los años 1950, el gobernador de São Paulo, Ademar de Barros, no tenía fuerza política para disputar la Presidencia de la República. Decidió entonces apoyar la candidatura de Getúlio Vargas, que se enfrentaba al candidato apoyado por el presidente Eurico Gaspar Dutra (1946-1950), el abogado Christiano Machado, y al general de brigada Eduardo Gomes, que ya había sido candidato en las elecciones de 1945. Vargas regresó a la Presidencia con 48.7 % de los votos (Fausto, 1995:224-225).

Sin embargo, el principal antagonista de Getúlio Vargas era un político y periodista llamado Carlos Lacerda quien, en un principio, tenía todo el apoyo de los

³⁷ La sigla se refiere al nombre del órgano en portugués: *Departamento de Imprensa e Propaganda*.

medios de comunicación. El 5 de agosto de 1954, Lacerda sufrió un atentado, en el cual murió un militar que le servía de guardaespaldas.

Las autoridades llegaron hasta los autores del ataque, que confesaron la participación de agentes de la guardia personal y de un hermano del presidente. Se estableció una gran crisis en el país, que culminó con el suicidio de Getúlio Vargas, el 24 de agosto de 1954.

Uno de los mayores escritores brasileños de la actualidad, Luis Fernando Veríssimo³⁸, cuenta como anécdota el regreso de Vargas al poder, en los brazos del pueblo, como él ambicionaba, hasta su suicidio.

El regreso de Vargas en 1951 fue un caso raro de dictador que retoma legalmente el poder, de alguna forma legitimando retroactivamente su gobierno de excepción. Pero Getúlio fue un caso raro en todos los sentidos. Era sorprendente que tantas contradicciones cupieran en una figura tan pequeña. Fue un producto de la oligarquía rural, y el responsable por la legislación social más avanzada de su época; además, fue líder de un estado *filofascista* en sus orígenes que rápidamente se alió a la guerra contra el fascismo. Nada representa sus contradicciones, o su ingenio político, mejor de lo que se decía de él en su apogeo: que era el padre de los pobres y la madre de los ricos. También podía agrandar a la izquierda y a la derecha al mismo tiempo. La campaña para su regreso del exilio fue hecha a partir de una cantilena nostálgica que pedía para que todos pusieran el retrato del chaparrito en la pared otra vez. El fin del *Estado Novo* había dejado un vacío insoportable en las paredes de la nación. Un altar sin imagen.

Siempre me ha intrigado el hecho de que Getúlio se hubiera puesto sus pijamas para matarse. No era exactamente un traje para dejar la vida y entrar a la historia³⁹ tan dramáticamente. Tal vez es solamente otra contradicción: un símbolo de cálida domesticidad y viejos hábitos a punto de ser perforado por una bala en el corazón. Vaya uno a saber (Veríssimo, 2014).

Como señala Octavio Ianni (1975:124), la “carta-testamento”⁴⁰ que escribió Getúlio Vargas en vísperas de su suicidio, presenta algunos de los puntos principales del populismo en Brasil.

En el escrito, Vargas habla del dominio de los grupos económicos y financieros internacionales. Dice haber instaurado el régimen de libertad social, y por eso fue perseguido por grupos internacionales aliados a grupos nacionales revolucionarios contra el régimen de garantía del trabajo. Cuenta que fue obligado a renunciar, pero volvió al gobierno en los brazos del pueblo. Decía que su sacrificio mantendría al pueblo unido y su nombre sería su bandera de lucha. “Serenamente doy el primer paso al camino de la eternidad; salgo de la vida para entrar en la historia”, fueron sus últimas palabras, realmente eternizadas en la historia de Brasil.

Vargas en Brasil, Cárdenas en México

La figura del populismo en México fue representada por el general Lázaro Cárdenas del Río (1934-1940). Como explica Octavio Ianni (1975), “en México, tal vez más que en cualquier otro país latinoamericano, el poder político nacional se constituyó

³⁸ Hijo de uno de los mayores escritores brasileños de todos los tiempos, Érico Veríssimo.

³⁹ Así decía Vargas en su carta de despedida: “Salgo de la vida para entrar a la Historia”.

⁴⁰ Una traducción al español de la “carta-testamento” de Getúlio Vargas está disponible en <https://es.wikipedia.org/wiki/Get%C3%BAlio_Vargas#Carta-testamento_de_Get.C3.BAlio_Vargas> [Consultado el 19 de junio de 2015].

en una combinación singularmente fuerte y eficaz de Estado-partido-sindicato” (Ianni, 1975:123).

Pero apoyarse en la clase trabajadora no fue una novedad inaugurada en la política mexicana por Lázaro Cárdenas. La práctica ya era vista en otros gobiernos que sucedieron al de Venustiano Carranza (1917-1920) (Córdova, 1974:15).

No obstante, Cárdenas fue uno de los políticos populistas que más buscó apoyo en las diferentes clases sociales, y en las masas urbanas y rurales, organizadas bajo el aparato estatal. Si por un lado intensificó la reforma agraria, por otro nacionalizó la industria petrolera (Ianni, 1975:52).

Cárdenas empezó su jornada por la Presidencia de la República a inicios de 1933, en una campaña exitosa que lo llevó a ser mandatario del país entre 1934 y 1940. Llegó al poder con “un programa de moralización, de mejoramiento económico de los trabajadores y de reintegración de las reservas del subsuelo” (Córdova, 1974:40-41), pero interpelando problemas económicos, apatía de autoridades y de jefes militares, y corrupción de funcionarios federales y locales que molestaban al general (Córdova, 1974:40).

Contrario a Plutarco Elías Calles (1924-1928) –que apoyó su llegada a la Presidencia– Cárdenas no creía que el retraso en el desarrollo nacional fuera solamente un problema técnico que pudiera ser resuelto por burócratas (Córdova, 1974:31). Y esa no fue la única pugna que tuvo con su antecesor. Rompieron en 1935, y Calles fue mandado al exilio un año después.

Cárdenas consolidó su programa de gobierno como un Plan Sexenal, que “era esencialmente un programa *ideológico* y, sobretudo, era un programa *reivindicativo*”⁴¹ (Córdova, 1974:46).

Lo primero que el Plan proponía era “rescatar el derecho del Estado de la Revolución a regimentar la vida social, restaurando su capacidad jurídica y política para intervenir en las relaciones sociales de producción” (Córdova, 1974:46), haciendo del Estado “un agente activo de gestión y ordenación de los fenómenos vitales del país” (Córdova, 1974:46), en una importante demostración de peculiaridad populista.

Además, el Plan hablaba a los trabajadores de forma bastante similar a los métodos de Getúlio Vargas: por medio de la propuesta de cambios en el salario mínimo, de la propuesta de estabilidad de los trabajadores en sus puestos, de compensaciones y garantías concedidas por la Constitución y por las leyes, además de un punto bastante importante: el robustecimiento de las organizaciones sindicales.

Al sector campesino, Cárdenas le prometió la reforma agraria, la organización de ejidatarios y agricultores y mejoras para la producción y distribución de los productos.

⁴¹ Las cursivas son del autor.

Una de las primeras iniciativas en el sentido de organizara a trabajadores y campesinos fue la creación de la Confederación General de Obreros y Campesinos de México (CGOCCM), en 1933.

Pero cuenta Córdova (1974) que Cárdenas ambicionaba “una organización combativa, capaz de defender a sus agremiados y lanzarlos con entusiasmo a lucha por sus reivindicaciones” (Córdova, 1974:70), pues “la existencia de un movimiento sindical independiente era indispensable para que la política de masas de Cárdenas tuviera garantías de aplicación en la realidad mexicana” (Córdova, 1974:70). En febrero de 1936, Cárdenas logró la organización de la Confederación de Trabajadores de México (CTM).

Además, “Cárdenas también puso en acto lo que se denominó ‘administración obrera’ en las empresas y cuyos casos más espectaculares los constituyeron las administraciones de los Ferrocarriles Nacionales y de la industria petrolera después de la expropiación [...], una medida demagógica que se mostró ineficaz y antieconómica desde el punto de vista técnico” (Córdova, 1974), en búsqueda del apoyo de los trabajadores para consolidar el poder del Estado sobre empresas como éstas (Córdova, 1974:78).

Uno de los objetivos a largo plazo de la CTM era la abolición del capitalismo en México. “Pero como fines inmediatos postulaba el mejoramiento de la clase trabajadora, la ampliación de las libertades democráticas, la liberación política y económica de México y la lucha contra la guerra y el fascismo” (Córdova, 1974:84).

Así como Vargas oscilaba entre ser beneficiado y amenazado por golpes de Estado, en el mismo mes de la creación de la CTM, el Centro Patronal de Monterrey decidió probar su fuerza en contra del gobierno cardenista y sus intenciones de organizar a la clase obrera. Cárdenas respondió a la altura, se presentó en la ciudad de Monterrey, la huelga terminó y el presidente salió fortalecido. Tuvo entonces la oportunidad para hacer pública su política de masas, por medio de sus “Catorce Puntos de la política obrera presidencial” (Cárdenas, 1936), que impuso a los sectores empresariales del país (Córdova, 1974:87).

Movilizando las masas contra sus explotadores, Cárdenas atacó los dos grandes problemas planteados por el régimen de la Revolución: disolver el poderío económico de los terratenientes, que frenaban la economía del país, y rescatar para la nación los recursos naturales, principalmente el petróleo. Con la expropiación petrolera, los cardenistas también atacaban al imperialismo (Córdova, 1974:89-91).

Cárdenas fue el mayor reformador agrario de la Revolución (Córdova, 1974:100). Decretó nuevas funciones a las Secretarías de Estado para lograr el éxito completo de la reforma agraria y reformó el sistema financiero de la agricultura (Córdova, 1974:106-107).

Además, determinó que era deber del Estado hacer triunfar al ejido, prestando a los ejidatarios todo tipo de ayuda moral y material y, de esta forma, lograr “reordenar de arriba abajo la vida entera de la sociedad rural bajo la dirección del Estado” (Córdova, 1974:102). Asimismo, “el 9 de julio de 1935 expidió un decreto por el que ordenaba que el Partido Nacional Revolucionario (PNR) se abocara a la inmediata organización de los trabajadores del campo, viendo en la unificación de los mismos la condición indispensable para que la reforma agraria pudiera realizarse” (Córdova, 1974:114).

La tarea del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del PNR era organizar una convención nacional para fundar la Confederación Nacional Campesina (CNC), ocurrida en agosto de 1938.

Un elemento más para apoyar el proceso de organización de los campesinos fue la actuación de los maestros rurales como “eficacísimos agentes del cambio social en el campo” (Córdova, 1974:117).

Otra maniobra que “hizo de los campesinos agraristas una fuerza temible” (Ianni, 1975:133), fue armarlos. Si por un lado Octavio Ianni defiende que “en ninguna hipótesis, los gobernantes populistas aceptan la defensa armada por parte de las masas” (Ianni, 1975:133), cuenta Córdova que para Cárdenas “no había peligro alguno en armar a los campesinos; muy por el contrario, si sus intereses eran también intereses del Estado revolucionario, dándoles las armas se les convertiría en soldados de verdad al servicio del régimen imperante” (Córdova, 1974:119).

Hablando de soldados, así como Vargas, Cárdenas siempre tuvo en mente que el Estado dependía de su ejército y de su burocracia (Córdova, 1974:123). La estrategia cardenista fue entonces convertir la labor de los militares y de los burócratas en factores que colaboraran con su política de masas, asegurándoles condiciones materiales y políticas por las cuales “se sintieran satisfechos y dispuestos a defender como suyo al régimen establecido” (Córdova, 1974:123-124).

Así, en 1937, Cárdenas produjo un documento ampliando los derechos de los servidores públicos, que pasaban a poder ser sindicalizados y se les reconocía el derecho de huelga (Córdova, 1974:126).

Aunque horrorizara a algunos gobernantes de aquel entonces, aclara Córdova que la ley de los empleados públicos tenía “un franco carácter demagógico”, “una de tantas farsas legales que jamás [podría] traducirse en hechos” (Córdova, 1974:130).

Además, “Cárdenas encontró un medio eficaz de imbuir en el soldado el espíritu de su política de masas: ponerlo a trabajar junto con los obreros y los campesinos en obras de mejoramiento colectivo, ayudando a construir caminos, escuelas, albergues, etc.” (Córdova, 1974:142); es decir, ponerlos en contacto directo con las masas pobres, creando empatía a su causa.

Otro hecho de los más importantes de Cárdenas es, indudablemente, la transformación del Partido Nacional Revolucionario en el Partido de la Revolución Mexicana (PRM).

Según Córdova (1974), “la reorganización del partido oficial en [marzo de] 1938 fue resultado del proceso de organización de los trabajadores que el cardenismo llevó a cabo desde 1933 a nivel nacional” (Córdova, 1974:147), y fue una idea concebida en los días de campaña a presidente.

Los cuatro sectores del partido –obrero, campesino, popular y militar– representaban al *pueblo organizado*. No era un partido de masas, pero un *partido de corporaciones*, “en el que sus unidades de base eran las organizaciones, mientras que los individuos resultaban elementos secundarios” (Córdova, 1974:148).

La adhesión de las masas al cardenismo fue persistente y entusiasta hasta 1938.

Hacia fines de 1937 el proceso de organización de los trabajadores había llegado a su etapa final. Las masas populares marchaban tras de Cárdenas como si se tratara de un solo hombre. Prácticamente el poder oligárquico en el campo ya había sido desmantelado, la clase patronal mexicana estaba encapsulada en un acuerdo de colaboración con el régimen que no daba lugar a titubeos o retrocesos de ninguna especie, y el presidente se aprestaba a dar la batalla decisiva por la reconquista del petróleo (Córdova, 1974:156).

Si por un lado los campesinos siempre se mantuvieron fieles al gobierno de la Revolución (Córdova, 1974:122), la reforma agraria “bajó su ritmo” entre los obreros, repentina e inesperadamente, las movilizaciones cesaron, “la lucha reivindicativa se estancó” (Córdova, 1974:176). Se generalizó la idea de que las conquistas estaban hechas; era necesario nada más defenderlas y conservarlas (Córdova, 1974:91).

Para efectos de este estudio, se considera que uno de los mayores hechos de Lázaro Cárdenas fue la consolidación de las cámaras empresariales por la ley de 1936, gracias a la cual se consolidó, entre tantas otras, la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión.

La intención del presidente Cárdenas era tener la participación y el apoyo de los empresarios de la radiodifusión en su gobierno, cercano a lo que había conseguido con la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y con la Confederación Nacional Campesina (CNC). Sin embargo, los empresarios de la radiodifusión construyeron su propia agenda para la CNIR: en vez de ser herramientas del cardenismo, usaron la Cámara como llave para abrirles las puertas del Estado y poder influenciar los Poderes a su favor.

En cuanto al populismo, parte de su decadencia se explica por el abandono de la ideología por la burguesía que, según Octavio Ianni, “siempre rompe el pacto cuando éste pone en peligro a la clase dominante, o a las condiciones de reproducción del capital que interesan al sector privado” (Ianni, 1975:63).

El resultado, en Brasil y Argentina, fue el apoyo burgués a los golpes de Estado que tomaron el poder de los gobiernos populistas. En México, desde períodos del propio gobierno de Cárdenas, “las facciones burguesas abandonaron la alianza multclasista y sometieron a su mando a las clases trabajadoras, exclusivamente según sus intereses de clase” (Ianni, 1975:153-153).

En algún momento, también las clases asalariadas –principalmente el proletariado– mermaron su apoyo al populismo, al darse cuenta de que sus intereses no estaban en el primer plan. Se desvaneció la ilusión del consumismo y la de la movilidad social universal. Los trabajadores no adquirieron una ideología política propia ni su propio programa de transformación social; las masas trabajadoras eran nada más que herramientas en las manos del Estado (Córdova, 1974:171).

Como resume Arnaldo Córdova (1974), no se puede ignorar que lemas como el “El pueblo se organizaba y, a su vez, organizaba al Estado” del cardenismo eran solamente una ficción:

Una mentira que de pronto todo mundo aceptaba como verdad y, en primer término, aquellos que resultaban directamente afectados: los trabajadores. Pero no hay que olvidar que a lo largo de toda la historia moderna los procesos a través de los cuales el Estado legitima su poder son siempre ficticios (Córdova, 1974:161).

El hecho es que sin contar con el apoyo de dos de sus pilares existenciales, el populismo se difumina, (re)apareciendo de vez en cuando como uno de los fantasmas de la política latinoamericana.

Como señalan Mastrini y Becerra (2001:3):

García Canclini (1987) observa que el modelo populista favoreció en los años cuarenta y cincuenta el desarrollo de las culturas subalternas y de las industrias culturales de los países latinoamericanos, mientras que el Estado ocupó un lugar de ‘condensación’ de los valores nacionales que no cuestionaba estructuralmente las formas ideológicas dominantes. Estos elementos deben analizarse conjuntamente con un factor histórico: la dificultad por parte de los Estados latinoamericanos para establecer políticas de medios claras, que favorezcan algún grado de participación de la sociedad en su definición (Mastrini y Becerra, 2001:3).

Específicamente sobre el caso de la TV Globo, Straubhaar (1989b) explica que para comprender la importancia de los medios de comunicación en Brasil, hace falta primero entender la herencia corporativista del país, la cual forma parte un mix de elementos de manipulación populista de los medios con la política para las masas. Esto ayuda a explicar “cómo la TV Globo ha alcanzado más autonomía y poder en la toma de decisiones que el gobierno, qué se podría esperar en un sistema de medios generalmente descrito simplemente como autoritario” (Straubhaar, 1989b:152).

Regresando al recorrido histórico: se puede decir que desde la fundación de Radio Globo, en 1944, Roberto Marinho ya había empezado a ver el potencial de movilización política de sus medios de comunicación (Braga & Netto, 2011: 11”). Durante el gobierno del presidente Eurico Gaspar Dutra (1946-1951), Marinho requirió su primera

concesión de un canal de TV. La petición por la concesión fue presentada oficialmente al gobierno en enero de 1951, y analizada por la Comisión Técnica de Radio.

Creada en 1931 por medio de un decreto presidencial firmado por el presidente Getúlio Vargas, que regulaba la ejecución de servicios de radiocomunicación en Brasil⁴², la Comisión Técnica de Radio estaba conformada por tres técnicos en radioelectricidad, designados por los ministros⁴³ de Transportes y Obras Públicas, del Ejército y de la Marina.

La Comisión era responsable del estudio de las cuestiones técnicas necesarias para la aplicación del decreto 20.047 de 1931 y del reglamento que debería complementarlo; de la sugestión de medidas técnicas necesarias a una buena ejecución de los servicios de telecomunicación; de la coordinación de las frecuencias y potencias a ser utilizadas en los servicios de radiocomunicación; del análisis de los locales elegidos para la estructura de las estaciones y de las respectivas especificaciones o características; y de otros asuntos técnicos apuntados por el reglamento.

Según las Organizaciones Globo, la Comisión emitió un dictamen favorable a la concesión, en marzo de 1952. En ese momento, Getúlio Vargas ya había regresado a la presidencia de Brasil, elegido. Así como el presidente mexicano Miguel Alemán Valdés había negado la primera concesión a Azcárraga, favoreciendo a otro empresario, Vargas negó la concesión a Marinho, pero se la entregó a Assis Chateaubriand, el otro magnate de la radio y del periódico. Esta es una de las razones por las cuales Vargas se volvió enemigo político del jefe del grupo Globo.

Otra razón puede venir de la dictadura de Vargas, llamada históricamente de *Estado Novo* (1937-1945). En 1939, como ha sido comentado, el gobierno creó el Departamento de Prensa y Propaganda (DIP), para controlar y censurar las artes y los medios de comunicación, centralizar, orientar y coordinar la propaganda oficial. El DIP tenía poderes sobre la prensa, la literatura, el teatro, el cine, el deporte, la recreación, la radiodifusión y cualquier otra manifestación cultural (Neptune Nordahl, 2011:9-10). Aunque la TV Globo aún no existiera, la interferencia externa a sus medios –de forma tan intrusiva como por censura gubernamental– molestaba enormemente a Roberto Marinho.

Cuando Getúlio Vargas se suicidó, en agosto de 1954, la población se volvió contra los que eran oposición al presidente, y atacaron las redacciones y los coches de varios medios de prensa, incluso O Globo y la Radio Globo.

Según Claudio Mello y Souza, periodista y ex asesor de Roberto Marinho, la muerte de Vargas y los ataques al grupo Globo enseñarían al magnate una gran lección. “Fue una enseñanza de historia y de vida de la cual él nunca se olvidó. Se volvió un gran amigo del gobierno. Decía ‘el gobierno tiene mucho trabajo, tenemos que apoyar todos los gobiernos. Cualquier gobierno’” (Braga & Netto, 2011:14’).

⁴² Decreto nº 20.047, de 27 de mayo de 1931.

⁴³ En México, serían por los respectivos secretarios federales, ya que aquí no hay Ministerios en el gobierno federal.

Se dice entonces que Roberto Marinho pasó a “apoyar a todos los gobiernos” (Braga & Netto, 2011:14’); sin embargo, lo hacía cuando, y solamente cuando, dicho apoyo no iba en contra de sus opiniones políticas. Straubhaar (1989b:147) señala que Marinho sí tenía enemigos políticos (como Leonel Brizola), pero la mayor parte del tiempo trabajaba bajo un régimen de pragmatismo que garantizara su prioridad en una administración de empresas altamente *business-oriented*.

Además, Marinho nunca negó que el periodismo de TV Globo trabajaba a partir de sus sesgos ideológicos, como reveló en una entrevista de 1987 al periodista Alan Riding, corresponsal de New York Times⁴⁴:

‘Nosotros noticiamos toda la información necesaria, pero nuestras opiniones son, de una forma o de otra, dependientes de mi carácter, de mis convicciones y de mi patriotismo’, afirmó el Sr. Marinho en una entrevista reciente. ‘Yo asumo la responsabilidad por todo que o hago’ [...] ‘Sí, yo uso este poder’, lo dijo en la entrevista en su oficina aquí, ‘pero siempre lo hago de forma patriótica, intentando corregir las cosas, buscando los mejores caminos para el país y para sus estados. Nos gustaría tener el poder de arreglar todo lo que no sirve en Brasil. Dedicamos todo nuestro poder a eso’ (Riding, 1987).

La dictadura militar en Brasil



A la izquierda, João Goulart, presidente de Brasil de 1961 a 1964, depuesto por el golpe militar. Al centro, Juscelino Kubitschek, presidente de Brasil entre 1956 y 1961. A la derecha, Roberto Marinho, quien obtuvo su primera concesión para TV Globo en 1957, de Kubitschek y quien ayudó a deponer Goulart, apenas siete años después. (Foto: archivo www.robortomarinho.com.br)

⁴⁴ El artículo del New York Times también es mencionado en la obra de Daniel Herz (1987:24-25).

En los primeros años de la década de 1960, Brasil pasó por un momento de gran inestabilidad política, lo que llevó al país a tener cuatro Presidentes de la República entre enero y septiembre de 1961⁴⁵. Roberto Marinho, que era visto como la propia encarnación de la derecha brasileña,⁴⁶ involucró a sus medios (que, en aquél entonces, eran solamente el periódico O Globo y la Radio Globo) en oposición al gobierno del presidente João Goulart, por estar contra sus políticas socialistas, y apoyó el golpe militar de Estado de marzo de 1964. Uno de los periodistas del grupo Globo, el columnista Ibrahim Sued, hasta empezó a llamar a Roberto Marinho, de forma lisonjera, “el general civil de las comunicaciones” (Herz,1987:26).

En ningún lugar la influencia de Globo es mayor que en la política. Por muchos años, para la frustración de los grupos de oposición, la red justificaba y legitimaba una cadena de gobiernos militares. Y por el control directo de las noticias y por mensajes indirectos dispersos por otros programas, moldaba la opinión política (Riding, 1984:§5).

En su sitio web institucional oficial, el Grupo Globo busca defenderse de la acusación de que su crecimiento se debe al estrecho vínculo con los militares, explicando que casi todos los medios de información del país, en un primero momento, apoyaban el golpe. Algunos periódicos solo pasaron a la oposición al régimen después del primer gobierno militar de Humberto Castelo Branco (1964-1967).

Sin embargo, las organizaciones Globo reafirman la fuerza que la opinión de Roberto Marinho tenía en la línea editorial de los servicios de información (periódico, radio y televisión) del Grupo Globo. En su historia oficial, cuentan que, aunque ya hubiera oposición a los militares, Marinho (y con esto, todo el grupo) siguió apoyando el régimen, por creer en la “vocación democrática de Castelo Branco y en la eficacia de la política económica desarrollada por Roberto Campos y Octavio Gouvêa de Bulhões [ministros de Planeación y Hacienda –respectivamente– durante el gobierno Castelo Branco]” (Grupo Globo, 2008).

En 2013, después de que varias manifestaciones tomaran las calles de las principales capitales de Brasil con protestas contra la subida de los precios de los boletos de transporte público, contra las altas inversiones gubernamentales hechas en estructuras que servirían al mundial de fútbol de 2014 y contra la corrupción en general, el Grupo Globo publicó un *publieditorial* en su periódico impreso –que sigue disponible en su versión en línea– reconociendo que fue un error apoyar al régimen militar, reiterando que otros grandes medios de comunicación e información también lo hicieron.

⁴⁵ Juscelino Kubitschek –el que otorgó la primera concesión de televisión a Roberto Marinho– entre el 31 de enero de 1956 y el 31 de enero de 1961; Jânio Quadros, entre el 31 de enero de 1961 y el 25 de agosto de 1961; Ranieri Mazzilli, presidente interino entre el 25 de agosto de 1961 y el 7 de septiembre de 1961, y João Goulart, que llegó a la presidencia el 7 de septiembre de 1961 y fue destituido por el golpe de Estado militar de 31 de marzo de 1964.

⁴⁶ Cuenta el periodista Pedro Bial en su libro sobre Roberto Marinho que el editor José Mario Pereira, que intento ser biógrafo de Roberto Marinho, una vez preguntó al magnate: “Para muchas personas, usted es la derecha encarnada en sí. ¿Cómo lo contestas?” En respuesta, el magnate cita “La rebelión de las masas”, del filósofo José Ortega y Gasset: “Ser de la izquierda es, como ser de la derecha, una de las infinitas maneras que el hombre puede elegir para ser un imbécil”. (Bial, 2004:14)

Los hombres y las instituciones que vivieron 1964 son, hace mucho, Historia, y deben ser entendidos bajo esa perspectiva. O GLOBO [*sic*] no duda que el apoyo en 1964 pareció a los que dirigían el periódico y vivieron aquel momento, la actitud acertada, con vistas al bien del país.

Sin embargo, a la luz de la historia, no hay por qué no reconocer hoy, explícitamente, que el apoyo fue un error, así como equivocadas fueron otras decisiones editoriales del período que han recorrido de este desacierto original. La democracia es un valor absoluto. Y, cuando está en riesgo, solamente puede ser salvada por ella misma (O Globo, 2013).

Aun así, el apoyo de los militares ha sido bastante significativo en el desarrollo de la televisión como medio de comunicación masivo.

Cuentan los documentalistas Ellis y Hartog (1993) que los militares del régimen autoritario en Brasil hicieron viable la compra de aparatos de televisión a crédito, emprendieron la implementación de un moderno sistema de comunicaciones, y crearon un Ministerio de las Telecomunicaciones. Según Joe Wallach, un profesional estadounidense de gran importancia e influencia en TV Globo, “la intención primordial de la televisión en Brasil no era entretener a la población, sino unir al país” (Ellis & Hartog, 1993:27’10” y 33’).

El periodista Gabriel Priolli Netto (1982) cuenta los inmensos esfuerzos hechos por el Estado brasileño para implantar en su territorio una moderna estructura de comunicaciones junto a la fundación, en 1967, de la Empresa Brasileña de Comunicaciones (Embratel).

Si se encadenan todos estos esfuerzos para el sector, se puede ver que “el desarrollo de la TV en Brasil se ha articulado perfectamente al modelo de crecimiento económico adoptado por el régimen militar” (Priolli Netto, 1982:109).

Para Priolli Netto (1982) es necesario comprender el crecimiento de la televisión en Brasil como una política de Estado, “cuidadosamente concebida y ejecutada”, afirma. “[Para los militares] tan importante como asegurar el modelo económico adoptado era recubrir al país con un ‘manto ideológico’ que permitiera la sustentación política de los nuevos intereses en el poder” (Priolli Netto, 1982:109).

La dictadura tuvo el amparo de la industria de la televisión principalmente por dos razones. La primera es que los dictadores no tendrían el mismo apoyo de los medios impresos, debido a la cultura brasileña de tradicionalmente tener una prensa libre. Además, los periódicos estaban enlazados a intereses y articulaciones políticas regionales. Aunque la mayor parte de estos medios sí apoyaban el régimen, sería difícil, costoso e incierto pedirles para desistir de sus intereses regionales y construir una prensa nacional. Adicional a eso, en aquellos días un 35% de la población brasileña era iletrada. En segundo lugar, el régimen tenía una gran cantidad de poder sobre los radiodifusores de la televisión, una vez que estos últimos dependían de los primeros para mantener sus negocios. Además, los programas de televisión podían llegar a todos en todo el país, incluso los iletrados. Más aún: un aspecto positivo era que los servicios de televisión inevitablemente se beneficiarían de la implantación del sistema nacional de telecomunicaciones (Guedes-Bailey & Jambeiro, 2008:58).

Ellis y Hartog (1993:41’) cuentan que el estreno de la TV a colores en Brasil consolidó la superioridad de TV Globo frente a la competencia, debido principalmente a la inversión hecha por el grupo *Time-Life* (que será detallada en un apartado a continuación), pero también con gran apoyo de los militares.

Entre 1969 y 1974, el presidente de la dictadura militar era el general Emílio Garrastazu Médici. En su administración, fue creado el Programa Nacional de Teleducación (Prontel), por lo cual fue expandida la infraestructura de los servicios de telecomunicación (Neptune Nordahl, 2011:18). En 1972, durante los festejos por la inauguración de la TV a colores, el general declaró: “todas las noches, cuando veo el noticiero, me siento feliz. ¿Por qué? Porque el noticiero de la TV Globo enseña que el mundo está en caos, y Brasil está en paz. Es así como tomar un calmante después de un día de trabajo” (Ellis & Hartog, 1993: 40’50”).

Así, el apoyo de los militares al desarrollo de los medios de comunicación, en especial la televisión, tiene fuerte carga ideológica. Si por un lado tenía la función de legitimar un régimen alzado por un golpe de Estado, por otro también era responsable de fortalecer la idea de un país que crecía económicamente –se hablaba del “milagro económico” de la economía brasileña, que llegó a crecer entre 9 y 14% entre 1968 y 1973– y diseminaba los estándares de la sociedad urbano-industrial por todos los rincones de un país de 8,5 millones de kilómetros cuadrados.

Como explica Joseph Straubhaar, aunque TV Globo tuviera una agenda propia de crecimiento empresarial,

bajo regímenes autoritario-burocráticos o corporativistas, los medios de comunicación se vuelven una importante herramienta del gobierno. Los medios pueden ser usados para incentivar una identificación con la élite o a una ‘participación simbólica’ de las masas. Los medios también pueden ser usados para movilizar el soporte masivo cuando el régimen lo considere deseable. Estas posibilidades ocasionan una interacción más sutil de ideologías generalmente defendidas e intereses hegemónicos entre las élites gobernantes, instituciones dominantes (incluyendo los principales medios de comunicación) e intereses divergentes (Straubhaar, 1989b:142).

Es decir: la televisión traía legitimación, desarrollo y futuro, como explica el periodista y sociólogo Muniz Sodré:

La modernización tecnológica de las comunicaciones, conjugada a la reconcentración de renta y a una mayor diversificación de los bienes de lujo ha favorecido directamente la televisión. Realmente, el desarrollo de la televisión no involucra [solamente] un único aspecto productivo (como se da en la prensa), sino diversos tipos de producción paralela, que van de la fabricación de receptores y de la organización de sectores especializados de personal técnico, hasta el crecimiento de la producción de bienes durables de lujo. La televisión, a su vez, pasó a significar cada vez más el ‘futuro’ tecnológico del sistema de los medios de información, articulado –aunque con eventuales contradicciones internas– con la ideología modernizadora de crecimiento económico. Modernización aquí significa una reproducción ideológica de los estándares de vida de la sociedad urbano-industrial (consumo, educación, etc.), aun en las zonas rurales, o en el interior, donde no haya una renta importante (Sodré, 1978:99-100).

Otro historiador de los anales de la televisión en Brasil, Sergio Mattos (1990:14), complementa la idea de Muniz Sodré explicando que a lo largo de todo el régimen militar (1964-1985), el Estado controlaba los medios masivos de comunicación exactamente usando su necesidad de equipamiento, por medio de financiamientos –tanto directos como por el hecho que los bancos también debían obedecer al régimen–, de la concesión (o no) de licencias para importación de materiales y equipos, y también

de la concesión de subsidios para la importación de esos instrumentos. Una vez que recibían las licencias y subvenciones, los medios pasaban a apoyar la dictadura.

Mattos también destaca que “el Estado ha ejercido un papel decisivo en el desarrollo y en la reglamentación de medios masivos de comunicación, creando varias instituciones de regulación, con destaque para el Ministerio de las Comunicaciones (MC)”, en 1967. El MC implantó importantes cambios estructurares en el sector, al mismo tiempo en que trabajaba para reducir la interferencia de organizaciones privadas en las instituciones de regulación, aumentando la influencia oficial en el sector. “Esto ha facilitado la injerencia política en los medios de comunicación, que era evidenciada hasta en los contenidos exhibidos y siempre bajo la justificación de que estaban ejerciendo un control técnico de los medios”, afirma Mattos (1990:14), quien describe algunos ejemplos:

Ejemplos de cómo el gobierno controla, política y económicamente los medios de comunicación masivos pueden ser encontrados tanto en los medios impresos como en los electrónicos. En los medios electrónicos este control ha sido más directo y evidente [...] porque tanto las estaciones de radio como las de televisión operan por canales concedidos por la administración federal, que pueden ser reapropiados, mientras los medios impresos necesitan solamente de un registro simple. Entre 1964 y 1988, la concesión de licencias para la exploración de frecuencias reforzó el control ejercido por el Estado, por el hecho simple que dichos permisos solamente eran concedidos a grupos que originalmente apoyaron las acciones adoptadas por el Estado (Mattos, 1990:14).

La TV Globo se defiende de las acusaciones de haber sido apoyada, respaldada y protegida por los militares por el hecho de haber recibido solamente dos concesiones del poder público, las dos antes del golpe de 1964. Como ya fue dicho, la primera concesión fue requerida en 1951 y otorgada en 1957 a la Radio Globo, para funcionamiento del Canal 4 de Rio de Janeiro. La segunda concesión fue dada en 1962, para el canal Globo de Brasilia, ya la nueva capital del país.

Incluso autores que no se convencen de la importancia del aporte de los militares concuerdan con los trastornos causados por la distribución subjetiva de concesiones de canales de TV y radio en aquellos días. “El sistema de apadrinamiento tuvo como consecuencia para el mercado de comunicaciones brasileño una matriz política, sin vocación profesional”, afirma Kurth (2006:185).

Explican Ellis y Hartog que la ley brasileña permitía que las redes tuvieran solamente algunos canales, pero había la posibilidad de que otros canales independientes se afiliaran a una red, retransmitiendo su programación. “Para tener una concesión de Radio o de TV, el propietario necesitaba una concesión del gobierno federal o, para ser más preciso, del propio Presidente de la República” (1993:10^o33”).

En el mismo documental, Armando Rollemberg, presidente de la Federación Nacional de Periodistas de Brasil (Fenaj) entre 1986 y 1992, comenta: “El Presidente de la República, que tenía la exclusividad de las concesiones, ha destinado canales de Radio y TV a sus amigos, a sus correligionarios, a los representantes de sus grupos

políticos en los estados, en los municipios, y eso sin cualquier tipo de criterio –social, educacional– solamente por favorecimiento político” (Ellis & Hartog, 1993: 10’55”).

Según el propio Grupo Globo:

Para formar su red, los otros canales fueron comprados a particulares: São Paulo y Recife, del profesional de radio y empresario Victor Costa; y Belo Horizonte de João Batista do Amaral. Todas las otras emisoras que componen la red son afiliadas; es decir, son asociadas, pero no son propiedad del grupo (Grupo Globo, 2008a:§5).

Además, los militares les han negado concesiones en João Pessoa y en Curitiba (Grupo Globo, 2008a).

Sobre las redes, la historiadora Stela Doris Kurth explica que la red es, *per se*, la esencia del negocio y del funcionamiento de la televisión, que a partir de las condiciones técnicas necesarias pudo completar su desarrollo. Esto lo dice como contraargumento a la idea de que las redes eran la única salida para la viabilidad del mercado televisivo en Brasil en los años 60 (Kurth, 2006:75).

Aunque defiende que la popularización del consumo de la televisión, a partir de los años 60, es parte de un “movimiento mundial de intensificación de la industria cultural –del cual Brasil no sería excepción–” (Kurth, 2006:71), Kurth defiende que las redes no eran la única posibilidad de sobrevivencia de la TV, sino la opción que hizo al medio triunfar.

Aún así, la autora señala que entrelazados a la cuestión tecnológica, los factores políticos no han sido imperativos, pero sí de importancia trascendental para la formación de las redes de televisión. Kurth sostiene que la pura influencia política y/o social en el desarrollo de la televisión no es exactamente determinante, pues sus consecuencias no pueden ser completamente controladas.

Deshacer la idea de un determinismo político no debe llevar a la construcción de la idea de un determinismo tecnológico; es decir, pensar en la formación de las redes de televisión como un proceso absolutamente autónomo. La determinación es un proceso social real; sin embargo no se puede tener total control o previsión sobre las causas. Por el contrario, las determinaciones sufren límites y presiones porque el campo en el cual operan es la realidad. Aunque las prácticas sociales puedan ser profundamente afectadas por este proceso, las consecuencias nunca serán completamente controladas (Kurth, 2006:185).

No deja de ser una visión interesante sobre el curso de la historia, pues echa luz a la cuestión de la eficiencia de las estrategias de crecimiento y legitimación tomadas tanto por actores gubernamentales como por agentes de la iniciativa privada en el campo del desarrollo de la televisión.

Si bien todos los sujetos involucrados actúan buscando sus objetivos, en el momento en que hay una subjetividad de acciones que no son tomadas dentro de un espacio burocrático legal –es decir, no hay un acuerdo reglamentado y transparente de la participación y de los beneficios establecidos en dicha relación–, no hay en verdad

una garantía de que los productos serán exactamente aquellos que han sido ambicionados en un principio.

Aún así, la autora no niega que el gobierno militar actuó beneficiando de alguna forma a TV Globo, aunque no solamente a esa emisora. Un ejemplo es la concesión de “facilidades eventuales, como tasas de cambio más favorables a la importación de equipos y otros apoyos que atingían, conforme las necesidades individuales, otros empresarios de la comunicación” (Kurth, 2006:73). Otro ejemplo, más relacionado a TV Globo, es la negligencia a las ilegalidades del acuerdo con el grupo *Time-Life*, de lo cual se hablará a continuación.

La polémica de la inversión Time-Life

Según la historia oficial de Roberto Marinho, en el libro de Pedro Bial (2004), el magnate conoce –y le encanta– la televisión en un viaje de vacaciones a Estados Unidos en la década de 1950 y se fascina con la idea de tener su propia emisora. Los mismos sueños tenía Assis Chateaubriand, magnate de las comunicaciones que tenía más medios que Roberto Marinho en el mismo período. En los dos casos, personas cercanas a los jerarcas los desaconsejaban de invertir en televisión. En el caso del grupo Globo, la idea no agradaba en nada a los hermanos y asesores de Roberto Marinho, que creían que la idea podría llevar el periódico O Globo –que en 1954 ya era tan robusto que había inaugurado su propio edificio, en una calle llamada Irineu Marinho– a la quiebra.

En ese momento, Brasil pasaba por un movimiento desarrollista que culminó con el cambio de la capital del país de Rio de Janeiro a Brasilia, una ciudad construida de la nada –o de la expropiación de algunas haciendas– en cinco años. Fueron los “50 años en cinco” del slogan de Juscelino Kubitschek.

Muchas de las inversiones hechas en todo el país venían de extranjeros. El reordenamiento del capitalismo internacional hacía que empresas transnacionales llevaran gran parte de la producción internacional a países periféricos, y el modelo de desarrollo económico adoptado por JK también usaba mucha inversión extranjera. Daniel Herz sintetiza la situación: “Además del papel económico, el capital extranjero también cumplía una función política: no solamente hacía la defensa del modo de producción capitalista en Brasil, sino también reivindicaba un eje de desarrollo económico que atendiera a sus intereses más inmediatos” (Herz, 1985:89).

Con este entusiasmo para las inversiones en Brasil, había una gran empresa buscando a un visionario como Roberto Marinho para “ofrecerle el dinero que no tenía” (Bial, 2004:182), según la historia oficial de Globo. A fines de los años 1950, el grupo *Time-Life*, una de las más grandes empresas editoriales de Estados Unidos, quería aventurarse en el mercado de la televisión.

Aunque ya tuviera algunos canales en los EEUU, se dice que el Grupo *Time-Life* no quería montar una red en el país norteamericano, sino hacer inversiones y asociarse a empresas de comunicación de otros países. En búsqueda de consejos, representantes del

grupo acudieron al embajador brasileño en Washington, Walther Moreira Salles. La embajada los alertó de que la Constitución brasileña no permitía la participación de capital extranjero en empresas de comunicación en Brasil; sin embargo:

No los rechazaron. Una de las principales funciones de las representaciones diplomáticas es dar la bienvenida a cualquier intención de inyectar dinero en la economía nacional. Informados de los eventuales obstáculos, los empresarios yanquis [*sic*] ganaron una listita preciosa de nombres de empresas y familias brasileñas. El nombre de Roberto Marinho figuraba en dicha selección (Bial, 2004:183).

En sus entrevistas a la Comisión Parlamentaria de Investigación creada para averiguar el acuerdo *Globo/Time-Life*, el Senador João Calmon –que también era accionista del Grupo *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand– cuenta que el periódico *O Globo* había pasado meses reportando los hechos de la embajadora de Estados Unidos en Italia, Clare Booth Luce que, además de ser considerada para ser la nueva embajadora de Estados Unidos en Brasil en 1959 (y lo llegó a ser, pero solamente por cuatro días, por conflictos con senadores de aquel país) era la esposa del magnate Henry Luce, dueño de las revistas *Time*, *Life* y *Fortune* (Herz, 1985:97); sin embargo, faltan más fuentes que aporten más detalles sobre esta relación.

No obstante, João Calmon confirmó en sus relatos que representantes de grupos extranjeros buscaron en esos tiempos diversos empresarios de la comunicación en Brasil, “para trabajar conjuntamente en la defensa de la libertad de iniciativa en Brasil” (Herz, 1985:89). Los contactos eran bastante discretos, una vez que las leyes y la propia Constitución, como había advertido el embajador Walther Salles, prohibían expresamente que extranjeros tuvieran la propiedad o interfirieran intelectual o administrativamente en empresas de comunicación en Brasil. Aun de acuerdo con Calmon, Júlio de Mesquita Filho, magnate dueño del periódico *O Estado de São Paulo*, confirmó que había sido buscado por un grupo extranjero para asociarse a una cadena de emisoras, misma propuesta que fue hecha a Edmundo Monteiro, uno de los directores de los *Diários Associados* de São Paulo (Herz, 1982:90).

Curiosamente, el estadounidense Joe Wallach, exdirector de la TV Globo –que entró en la empresa como parte del acuerdo con *Time-Life*– presentaba una versión opuesta de la relación entre empresas brasileñas e inversionistas internacionales.

En entrevista para un documental sobre Roberto Marinho, Wallach defendía al acuerdo y a la compañía con el argumento de que el grupo *Diários Associados*, “con el apoyo de un congresista” (aquí él se refiere muy probablemente a João Calmon, Senador y uno de los directores de los D.A.), **ya había intentado** igualmente recibir alguna aportación ilegal del extranjero **antes** de Globo. Lo que Wallach no esclarece es por qué Roberto Marinho logra una inversión y Assis Chateaubriand –que ya tenía negocios con la *RCA-Victor* estadounidense–, no.

El negocio fue bastante complejo, pues primero llegaron los *Diários Associados*, que ya tenían 15 estaciones de televisión por el país, y nosotros [aquí Joe Wallach habla como parte de la TV Globo] habíamos empezado solamente con la TV Globo de Rio de Janeiro y la TV Paulista, de

São Paulo. Entonces el Sr. Senador João Calmon, que era el presidente del Condominio⁴⁷ estaba, obviamente, bastante en contra de la participación de Globo y del Dr. Roberto Marinho junto a *Time-Life*, a pesar del hecho de que el Sr. Chateaubriand había intentado anteriormente conseguir capital extranjero sin haberlo logrado”, cuenta Joe Wallach (Braga & Netto, 2011: 17’05”).

Explica Herz que la entrada del capital extranjero en el mercado de comunicación de Brasil:

Exigía cuidados especiales. Cada emisora es objeto de una concesión de frecuencia por el Gobierno Federal y existen controles formales en cuanto a la constitución de la empresa que va a ejecutar el servicio. Por eso es imprescindible, en el caso de las emisoras de radio y de televisión, la existencia de un prestanombres que encubra la presencia del socio o propietario legalmente impedido (Herz, 1985:93).

Los magnates de los periódicos *O Estado de São Paulo* y del Grupo *Diários Associados* no aceptaron la propuesta, pero el grupo *Time-Life* no tardó en encontrar a un empresario más receptivo, cuya compañía presentaba grandes perspectivas de expansión, lo que podía ser deducido a partir de los 25 pedidos de concesiones de emisoras de radio y televisión hechos al gobierno entre 1960 y 1961 (Herz, 1985:93-94).

Volviendo a la historia oficial, uno de los mejores amigos de Roberto Marinho, César de Mello e Cunha, conoció a uno de los directores de una de las *joint-venture* de televisión del grupo *Time-Life*, durante un viaje personal a Líbano. César también se fascinó con las instalaciones de una de las primeras emisoras de televisión en el mundo –y con sus ganancias–. Otro amigo, Augusto Frederico Schmidt (que había presentado Roberto Marinho al presidente Juscelino Kubitschek), solía incentivar Marinho a pensar en inversiones externas para la televisión, una vez que no había crédito interno disponible en Brasil en aquel entonces (Bial, 2004:183-185).

En los años 1960, otro personaje imprescindible para la consolidación del acuerdo Globo/*Time-Life* vuelve a la escena: Walther Moreira Salles. Exembajador, Moreira Salles pasó a ministro de Hacienda del gobierno del presidente João Goulart (1961-1964). En este puesto, es informado por el presidente del Consejo del Grupo *Time-Life*, Andrew Heiskell, que Roberto Marinho había encontrado “mecanismos legales para capitalizarse en el exterior” (Bial, 2004:187).

Heiskell escribió una carta a Moreira Salles, que decía:

Rio [de Janeiro], 11 de junio de 1962.

Señor ministro

Conforme ya tuvimos oportunidad de exponer a Usted, ... hemos expandido también para el campo de la televisión ... en países extranjeros (Alemania y Líbano) ... con éxito.

De acuerdo con la Constitución brasileña, no lo podemos hacer en Brasil. Sin embargo, tenemos el deseo de proporcionar a estaciones brasileñas la experiencia y los conocimientos adquiridos, y de colaborar con parte del costo de instalación de las estaciones mediante suministros en cuenta de participación en las ganancias, sin participar, no obstante, de la orientación intelectual o administrativa de las estaciones, como exige la Constitución brasileña.

⁴⁷ “Condominio” es una de las formas por las cuales es conocido el grupo *Diários Associados*, por su cantidad de accionistas.

[...] Deseamos llegar a un acuerdo con el Banco de Brasil, para la realización de swaps, por los cuales pondríamos dólares a disposición del Banco en New York, y él nos proporcionaría cruzeiros correspondientes en Brasil (Bial, 2004:187).

Una demostración de la amplitud de las amistades de Roberto Marinho es que Augusto Frederico Schmidt participó activamente en el golpe militar que derrumbó a João Goulart (que tenía a Walther Salles como ministro) del poder. Sin embargo, Schmidt se indignó cuando cancelaron los derechos políticos de su amigo JK y se alejó de la política hasta su muerte precoz, a los 56 años, en 1965 (Bial, 2004:185).

Recapitulando, los expertos en medios Guillermo Mastrini y Martín Becerra logran explicar brevemente que el desarrollo, no solo en Brasil, sino también en América Latina, se da con el interés de inversionistas extranjeros:

Durante los sesenta se consolida un sistema televisivo que presenta muchas de las características del actual: empresas privadas que compiten por la audiencia, centralización de la producción en las grandes ciudades, y dependencia del capital extranjero. Si bien en la mayoría de los países se prohibía o restringía la participación de capitales foráneos, mediante la figura de las productoras de programas, se estructuró un sistema de medios oligopólico y con escasa participación del resto del país en la programación. La influencia de las 3 grandes cadenas televisivas norteamericanas (CBS, NBC y ABC) se extendió a la mayoría de los países latinoamericanos. Este hecho no solo supone la importancia estratégica que otorgaban las empresas norteamericanas al continente para su expansión mundial, sino que además expresa la poca disponibilidad de la burguesía latinoamericana para invertir el dinero necesario para el desarrollo del medio (Mastrini & Becerra, 2001:3).

En 1962, Globo y *Time-Life* firman un acuerdo que garantizó al grupo brasileño una inversión de 6 millones de dólares⁴⁸, mientras otras estaciones habían sido fundadas con inversiones de entre 130 y 350 mil dólares (Mattos, 1982:11-12). El 26 de abril de 1965, TV Globo transmitió por primera vez. Con el aporte, TV Globo “era indudablemente la estación de TV más adinerada desde sus orígenes, y no era tan dependiente de los ingresos de publicidad que los otros canales necesitaban tanto” (Mattos, 1982:11⁴⁹).

En el mismo año, 1965, el Senador João Calmon –que en aquel año era también el presidente de la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y de Televisión, (ABERT)– y otros congresistas lograron aprobar una Comisión Parlamentaria de Investigación para averiguar las inconformidades legales y hasta constitucionales del acuerdo entre las dos empresas. De los anales de la Comisión, Daniel Herz logró extraer partes de la declaración de Roberto Marinho. Esta es la versión del magnate para el acuerdo:

Alrededor de 1961, TV Globo estaba en sus orígenes. En estos días, aún pertenecía a Radio Globo, que obtuviera la concesión. Ya teníamos un terreno en la Calle Von Martius, en la Gávea, local considerado ideal por los técnicos para la instalación de un estudio de televisión. Ya teníamos un proyecto del eminente arquitecto Patrício Henrique Midling y ya empezábamos las excavaciones para los cimientos. Ya habíamos pagado casi totalmente el equipo electrónico,

⁴⁸ En valores de aquel año.

⁴⁹ A partir de Thomas, Gerald, (1979) "Closely Watched TV" en *Index on Censorship: Brazil*. Oxford University Press, Vol.8, no.4 (July-August 1979), p. 44.

bastante para una emisora de televisión. Ya habíamos empezado a organizar nuestros planes de trabajo, una vez que ya teníamos un poco de experiencia en periodismo y en radiodifusión, pero ninguna en televisión. En este momento, dos grandes organizaciones norteamericanas, la *NBC – National Broadcasting Corporation*– y la *Time-Life*, nos buscaron para que participaran con nosotros del emprendimiento que íbamos a realizar. Aunque los dos grupos hubieran llegado casi simultáneamente, nuestras preferencias se volvieron a la organización *Time-Life*, no solamente porque se trataba de un gran organismo periodístico, sino porque se habían lanzado hace algunos años con gran éxito en la televisión, volviéndose, su departamento de televisión, tal vez el más importante de dicha gran organización internacional (Herz, 1985:94)⁵⁰.

La Comisión Parlamentaria de Investigación declaró el acuerdo como ilegal. La sociedad fue deshecha en 1969, cuando otras emisoras, como *Tupi* y *Excelsior* ya estaban en decadencia. Roberto Marinho comprometió bienes y usó un dinero recibido por el seguro después de un incendio en uno de los estudios de TV Globo, en São Paulo para indemnizar al Grupo *Time-Life* (Ellis & Hartog, 1993:19’20”).

De todos modos, cuenta Pedro Bial que el fin de la aventura *Time-Life* con la TV fue “melancólico”: y no lograrían éxito en ningún país, ni en Estados Unidos (Bial, 2004:183).

Roberto Marinho y los militares

En 1964, el presidente de Brasil era João Goulart, conocido como Jango. Él había sido electo vicepresidente en 1960, en las elecciones que llevaron a Jânio Quadros al puesto más alto del Ejecutivo en Brasil. Sin embargo, Jânio renunció en agosto de 1961 y Goulart llegó al poder, ya en conflicto con los ministros militares, que se oponían a su toma de protesta. Para protegerlo y garantizarlo como presidente, el Congreso Nacional de Brasil transformó, en septiembre, el régimen político del país de presidencialista a parlamentarista. El clima de inestabilidad política se mantuvo, y hubo tres cambios de primer ministro en menos de un año (Lima, 2012).

Jango, heredero político de Getúlio Vargas, fue el responsable de importantes y drásticas políticas concebidas para los trabajadores, como la que aumentó el salario mínimo en un 100 %. Además, pertenecía a la corriente nacionalista de la política, que prefería valorizar la acción del Estado como promotor de la industrialización y que era partidaria a la realización de reformas de base en la sociedad brasileña. Todo eso contrariaba poderosos intereses políticos y del empresariado antinacionalista, que querían la aceleración del desarrollo económico por medio de la asociación con el capital internacional (Del Priore y Venancio, 2010: 270-272).

Cada vez más aislado entre las élites, fracasando en promover una política moderada entre los partidos de apoyo y oposición y en medio de una situación de crisis económica, inflación, huelgas y organizaciones de la derecha que condenaban un supuesto avance del comunismo en Brasil, Jango intentó extender una movilización sindical a los cuarteles y apoyó una revuelta de los marineros, que querían participar de

⁵⁰ A partir de: CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Resolução no. 190, de 1966: Aprova as conclusões da Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar os fatos relacionados com a organização Rádio e TV e jornal "O Globo" e as empresas estrangeiras dirigentes das revistas "Time" e "Life". (da CPI criada pela Resolução n.º 7 185, de 1966). Diário do Congresso Nacional. Brasília, 7 de junho de 1967. p.28 (testimonio de Roberto Marinho).

la elección del nuevo ministro de la Marina. El rompimiento de la jerarquía militar fue la gota que derramó el vaso y, el 31 de marzo de 1964, João Goulart fue derrocado por un golpe militar (Del Priore y Venancio, 2010:276-277).

A pesar de llevar a los militares al poder, el golpe era el resultado de una alianza entre liderazgos civiles y oficiales militares. A diferencia de otras dictaduras militares en América Latina, el régimen militar en Brasil gobernó como una institución (Mattos, 1982:13).

El derrumbe de 'Jango' tuvo un doble significado para el país: marcó el fin del período populista de Getúlio Vargas, iniciado en 1945; la intervención militar, a su vez, significó el regreso de la práctica salvacionista⁵¹ originaria de los primeros tiempos de la República y de la opción extraconstitucional para resolver conflictos políticos (Neptune Nordahl, 2011:16).

Una intervención militar en el gobierno brasileño había sido discutida por muchos años en instituciones como la Escuela Superior de Guerra (ESG), creada en 1948, y en el Instituto de Investigaciones y Estudios Sociales (Ipes), fundado en 1962 por líderes empresariales (Del Priore y Venancio, 2010: 277).

Cuando se da el golpe, tres grupos componían las fuerzas anti-Goulart: i. Castelo Branco junto a oficiales y técnicos civiles asociados a la ESG, ii. Políticos civiles, iii. Oficiales militares que no eran de la ESG. El régimen de Castelo Branco luego fue dominado por el grupo de la ESG. Políticos civiles como Adhemar de Barros y Carlos Lacerda⁵² perdieron su influencia. Oficiales Generales⁵³ del Ejército simpatizantes con el golpe, pero que no hacían parte de la ESG, fueron purgados. La dominancia de oficiales y civiles con objetivos esenciales de la ESG⁵⁴ en el diseño de políticas públicas (*policymaking*) pos-golpe fue facilitada por una robusta participación de civiles en la Escuela Superior de Guerra (Mattos, 1982:16⁵⁵).

Y de hecho, como explica el historiador Sergio Mattos en su tesis sobre el impacto del golpe de 1964 en la televisión de Brasil, durante la dictadura:

El régimen militar promovió el desarrollo nacional por medio de la adopción de un nuevo orden económico y político basado en la Doctrina de Seguridad Nacional. Según Wayne A. Selcher, mucho de la filosofía que guiaba el gobierno revolucionario [*sic*] es un resultado intelectual de la Escuela Superior de Guerra (ESG), que graduó muchos de los secretarios de Estado del régimen militar, y en la cual ambos presidentes, Humberto de Alencar Castelo Branco (1964-1967) y Ernesto Geisel (1974-1979), fueron instructores (Mattos, 1982:13-14).

⁵¹ *Salvationism*, según el diccionario Merriam-Webster de inglés, es una enseñanza religiosa que da énfasis a la salvación del alma.

⁵² El mismo periodista-político que sufrió un atentado que resultó en el suicidio del presidente Getúlio Vargas, como ha sido narrado en algunos apartados atrás.

⁵³ El más alto puesto de la jerarquía militar.

⁵⁴ Según Schneider (Schneider, José Odelso; Matias Martinho Lenz; and Almiro Petry (s.f.). *Realidade Brasileira*. Porto Alegre: Livraria Sulina Editora, en Mattos, 1982:16), "El Consejo Nacional de Seguridad (CNS) es la institución que determina los objetivos nacionales. El presidente de Brasil es el presidente del consejo, que opera como una agencia de alto nivel. Para entender cómo la Doctrina de Seguridad Nacional es transformada en política, uno debe examinar los objetivos de la Escuela Superior de Guerra (ESG). (...) De acuerdo con Selcher, los seis objetivos de la ESG son: i. La integración nacional; ii. Soberanía; iii. Desarrollo, progreso y prosperidad de la Nación; iv. Democracia; v. Integridad territorial; y vi. Paz social". Es bastante importante tener en cuenta estos objetivos de los líderes militares en el poder, una vez que las inversiones estatales en las telecomunicaciones fueron hechas a partir de los objetivos 1, 3 y quizás 5, una vez que mejorar las telecomunicaciones en el país resultaría también en un mejor control de sus fronteras. El objetivo 4, la democracia, es uno de los argumentos por los cuales militares y conservadores siguen llamando al golpe brasileño "revolución democrática". Y el objetivo 6, la paz social, acabó sirviendo como argumento para la destitución de derechos políticos, de la libertad de reunión y asociación, para el estado de sitio y para la censura.

⁵⁵ A partir de Ames, Barry. *Rhetoric and Reality in a Militarized Regime: Brazil Since 1964*, p.8.

Volviendo a Globo: se ha dicho que el aporte de *Time-Life* fue hecho en 1962. El golpe militar de Estado fue perpetrado en 1964. Aunque la inversión haya sido ilegal y los militares no hayan sancionado a la emisora por muchos años, las Organizaciones Globo usan esa cronología para defenderse de la acusación de haber sido beneficiados por el gobierno durante la dictadura para, por ejemplo, sobrevivir frente al colapso de tantas otras emisoras.

Claudio Mello e Souza, exasesor de Roberto Marinho, afirma que:

Mucha gente dice, y lo dice con malicia, lo dice más por ignorancia que por información, que la TV Globo fue hecha por la dictadura. Eso no es verdad desde el punto de vista cronológico. Los primeros movimientos de piezas en el tablero del negocio de la TV Globo fueron hechos, [o más bien] fueron jugados en el tablero del [acuerdo] *Time-Life*, mucho antes de que el Sr. Castelo Branco⁵⁶ pudiera soñar con llegar a ser el Presidente de la República (Braga & Netto, 2011:15'55”).

Pero es válido recordar que la primera transmisión de Globo fue hecha en abril de 1965, ya un año después del golpe del 31 de marzo de 1964. A partir de un estudio de Elizabeth Fox (1990:72) en el que afirma que no solamente TV Globo y la dictadura militar en Brasil nacieron prácticamente juntas, la primera fue una herramienta para el “proyecto militar de modernización conservadora”. Mastrini y Becerra (2001:5) explican que:

Por su parte los militares no pusieron mayores obstáculos para que los acuerdos de Marinho con el grupo norteamericano *Time-Life* siguieran su curso pese a la prohibición de la participación de capital extranjero en radiodifusión. A partir del aporte de las inversiones norteamericanas Globo pudo desplazar a sus principales competidores como Rede Tupi (que había iniciado las transmisiones en 1950). Con el apoyo de los militares Globo comenzó su expansión hasta alcanzar cobertura nacional y prácticamente acabar con la competencia. Su crecimiento interno se realizó aprovechando las cuantiosas inversiones que realizó el Estado para desarrollar las telecomunicaciones a través de EMBRATEL (Empresa Brasileña de Telecomunicaciones). El grupo supo generar un producto con denominación de origen: las telenovelas. Al igual que Televisa con ellas no solo aprovechó su integración horizontal y vertical sino que además las telenovelas constituyeron la materia prima con la que Globo encararía su entrada en el mercado internacional (Mastrini & Becerra, 2001:5).

Comentando la relación entre los cambios políticos en Brasil y las telenovelas –el principal producto de TV Globo– Straubhaar (1989a) afirma que esta modalidad de dramaturgia:

Reflejan los cambios en la estructura de la televisión bajo el gobierno militar: la consolidación de una forma de organización de la televisión basada en una red comercial; la penetración de la televisión en virtualmente todas las partes de Brasil, usando una red de microondas construida por el gobierno; la ascensión del Estado a principal anunciante; la ‘Brasilianización’ del horario estelar; y la consolidación del monopolio virtual de la audiencia por la TV Globo, con el apoyo del gobierno (Straubhaar, 1989a:2).

Roberto Marinho decía apoyar a los militares por coincidir con sus planes de desarrollo económico para el país. Y de hecho, los gobiernos autoritarios posteriores a 1964 hicieron grandes inversiones públicas en infraestructura y servicios públicos de telecomunicaciones que han modernizado el sector, creando demanda para la

⁵⁶ El primer presidente militar de la dictadura que empezó con el golpe de 1964.

producción de la industria electrónica transnacional que se había instalado en el país, además de establecer “las condiciones económicas e institucionales para el desarrollo de un sistema nacional de telecomunicaciones y de radiodifusión compatible con las nuevas exigencias del capitalismo internacional” (Herz, 1985:84).

“La interferencia del gobierno no puede ser despreciada, una vez que estaba en juego la continuidad de un régimen que sufría gran resistencia” (Kurth, 2006:73). Además de la “intervención negativa” en el caso *Time-Life* –por la aquiescencia de los gobiernos Castelo Branco (1964-1967) y Costa e Silva (1967-1969), quienes regalaron a Marinho un plazo para adecuarse a la ley, sin sufrir cualquier sanción– y el fomento al desarrollo de los servicios e infraestructura de telecomunicaciones –incluso con el subsidio a tarifas de transmisión a emisoras en todo el país, por 20 años–, también hay que tener en cuenta que los militares de alguna forma ayudaron a disminuir la competencia en el mercado en la década de 1970, revocando la concesión a la *TV Excelsior* (Kurth, 2006:74 y 78) por insolvencia, algo que nunca volvió a pasar en el país. También se puede señalar que la *Excelsior* había sido la única emisora de TV a oponerse al golpe militar de Estado (Ellis & Hartog, 1993: 34’), y los “revolucionarios” tomaron sus medidas para que la emisora fuera a quiebre (Straubhaar, 1989b:141).

Pero, ¿qué tan cercano era Roberto Marinho de los militares? Como se mencionó en el apartado anterior, la diplomacia brasileña en Estados Unidos enseñó el camino de las oficinas del grupo Globo a los inversionistas del grupo *Time-Life*, en una acción fundamental para que la empresa de Marinho sobresaliera frente a las otras emisoras existentes en Brasil. No obstante, también es bastante significativo el contacto de Roberto Marinho con la diplomacia estadounidense en tierras brasileñas.

Con todos sus medios de comunicación dedicados al apoyo a la “revolución”⁵⁷, Roberto Marinho también se hizo interlocutor de los militares junto a Lincoln Gordon, el embajador de los Estados Unidos de América en Brasil entre 1961 y 1966.

Aunque lo haya negado hasta su muerte, en diciembre del 2009, Gordon fue pieza fundamental del golpe de estado militar en Brasil. Antes de ser embajador, él fue parte de un grupo especial de trabajo (*task force*) de los gobiernos de los presidentes John Kennedy y Lyndon Johnson para la creación de un programa llamado Alianza para el Progreso, que dentro de un paquete de apoyo a inversiones en infraestructura y reformas sociales, “proporcionó medios para disuadir revoluciones y socialismo en América Latina” (McFadden, 2009), en una política de contención a otras iniciativas como la Revolución Cubana.

Una de las pruebas de la conexión entre Gordon, Marinho y los militares está en un telegrama confidencial –ahora ya abierto a consulta pública⁵⁸– de agosto de 1965, entre el embajador americano y la Casa Blanca, comentando un encuentro entre los dos

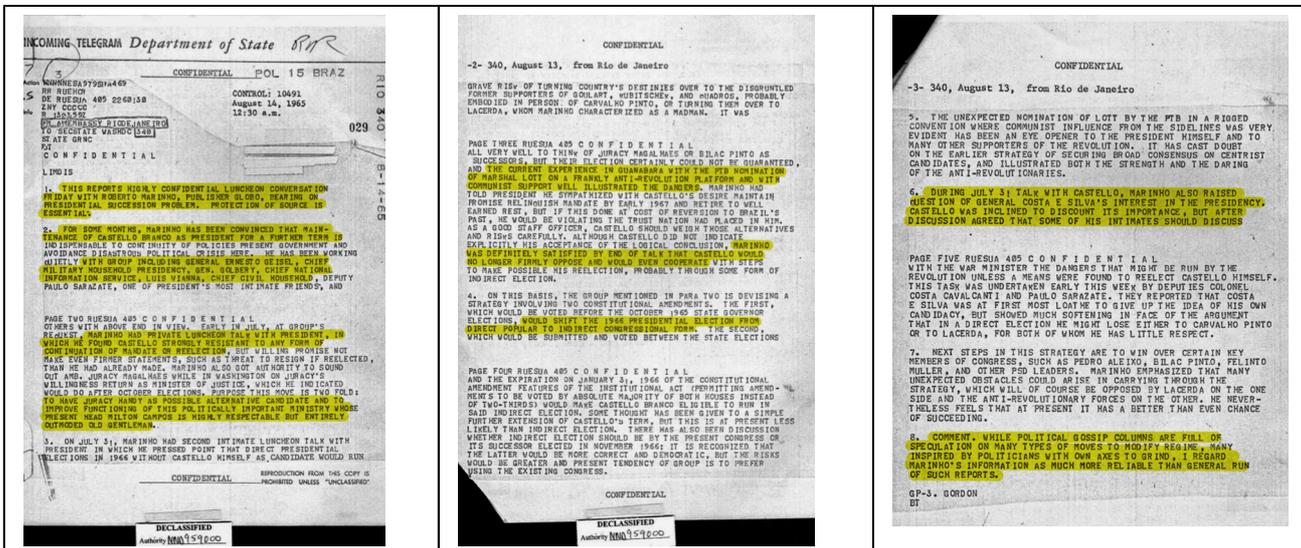
⁵⁷ Hasta hoy, los militares y los sectores más conservadores de Brasil no reconocen que lo que hubo en 1964 fue un golpe militar de Estado; prefieren llamarlo “revolución democrática de 1964”.

⁵⁸ Diversos documentos estadounidenses que mencionan la dictadura militar de Brasil fueron entregados al gobierno brasileño después de acuerdos de cooperación como forma de apaciguar el Estado brasileño después de la revelación de espionaje del gobierno de los EUA sobre Brasil por la *National Security Agency* denunciado en las páginas de Wikileaks.

primeros en la embajada estadounidense en Brasil para tratar la sucesión presidencial por golpe de Estado, con la directa influencia de Marinho en la decisión por el golpe.

1. THIS REPORTS HIGHLY CONFIDENTIAL LUNCHEON CONVERSATION FRIDAY WITH ROBERTO MARINHO, PUBLISHER GLOBO, BEARING ON PRESIDENTIAL SUCCESSION PROBLEM. PROTECTION OF SOURCE IS ESSENTIAL.
2. FOR SOME MONTHS, MARINHO HAS BEEN CONVINCED THAT MAINTENANCE OF CASTELO BRANCO AS PRESIDENT FOR A FURTHER TERM IS INDIPENSABLE TO CONTINUITY OF POLICIES PRESENT GOVERNMENT AND AVOIDANCE DISASTROUS POLITICAL CRISIS HERE. [...]
8. COMMENT. WHILE POLITICAL GOSSIP COLUMNS ARE FULL OF SPECULATION ON MANY TYPES OF MOVES TO MODIFY REGIME, MANY INSPIRED BY POLITICIANS WITH OWN AXES TO GRIND, I REGARD MARINHO'S INFORMATION AS MUCH MORE RELIABLE THAN GENERAL RUN OF SUCH REPORTS (Sthephanowitz, 2014).

Figura 3: Telegrama confidencial entre la Embajada Estadounidense en Brasil y el Departamento de Estado sobre la posibilidad de un golpe de estado.



Imágenes: Sthephanowitz, 2014

Sin embargo, aun con el apoyo al golpe y la política de *apoyar a todos los gobiernos*, la fuerte censura de los militares a todos los medios de comunicación causó desacuerdos entre Roberto Marinho y el poder vigente. Las contrariedades empezaron ya en el gobierno del primer presidente militar, Castelo Branco (1964-1967).

Los militares gobernaban por medio de normas supraconstitucionales llamadas Actos Institucionales (que eran conocidas como los AI). El primer acto, de 1964, entre otras reglas, revocaba derechos políticos y sancionaba a militares que apoyaran a partidos de oposición. Los 33 artículos del AI-2, de 1965, entre otras pautas, abolían los partidos políticos y las elecciones directas para presidente, gobernador y presidentes municipales (Del Priore y Venancio, 2010:277), además de imponer controles sobre la prensa.

El responsable de la censura a los medios era el ministro de Justicia de Castelo Branco, Juracy Magalhães. Cuenta João Roberto Marinho, hijo de Roberto Marinho y

hoy presidente del Consejo Editorial y vicepresidente del Grupo Globo, que en 1965 el ministro convocó a los directores de periódicos para explicarles directamente el AI-2. Su intención era hacer que los periodistas de izquierda –a quienes llamaba “claramente comunistas”– fueran expulsados de las redacciones. La recomendación no agradó en nada a Julio de Mesquita, dueño del periódico *O Estado de S. Paulo*, y a Roberto Marinho, quien declaró: “de mis comunistas cuidó yo” (Braga y Netto, 2011:32’20”).

Sin embargo, entre altas y bajas, la buena relación entre Globo y los militares siguió hasta mediados de los años 1970. Esta década estuvo llena de contradicciones en las acciones de los militares. El año de 1973 fue escenario de dos hechos históricos importantes: la crisis del petróleo y el fin del “milagro económico” del gobierno militar. Ambos sucesos desencadenaron presiones de la sociedad civil por la redemocratización.

Para Priolli Netto (1982:113), dichas presiones compelen la televisión a cambiar su comportamiento de instrumento de propaganda del régimen militar. Straubhaar (1989b) explica que:

La TV Globo cambió de lado en el momento más crítico, cuando un fuerte impulso hacia un gobierno civil ya había sido creado y la voluntad de resistir había menguado. Cuando la élite se fragmentó cuanto al tema del gobierno civil, los directivos de la TV Globo percibieron la dirección hacia donde iba la mayoría y cambiaron a apoyar una nueva coalición, siguiendo así sus propios intereses. (...) Una hipótesis discrepante, o quizás suplementaria, es que la TV Globo estaba perturbada por la posibilidad de quedarse muy atrás de las otras emisoras en la audiencia. La cobertura de la campaña por elecciones directas estaba siendo ‘masiva’ en los periódicos impresos y en los noticieros de otras emisoras, una tendencia que hacía notable la falta de cobertura de la TV Globo. Los equipos y automóviles de TV Globo empezaban a ser atacados por piedras en las calles durante manifestaciones que apoyaban las elecciones directas. Esta omisión contrastaba distintamente con la habilidad usual que la TV Globo tenía para anticipar o rápidamente adecuarse a nuevos intereses de las audiencias (Straubhaar, 1989b:145-146).

La articulación de la sociedad civil, junto a la articulación de los trabajadores de comunicación (no de los magnates) permitió a Brasil llegar a un proceso de reapertura política en los primeros años de la década de 1980.

No obstante, si por un lado el Presidente General Ernesto Geisel inició en 1974 un proceso de redemocratización *lento, gradual y seguro*⁵⁹, por otro lado la censura a la prensa y las prisiones políticas seguían.

En 1975, la censura atacó al más rentable producto de TV Globo: la telenovela *Roque Santeiro*, que debía ser transmitida en el horario estelar de la emisora, tuvo su estreno prohibido⁶⁰. Roberto Marinho escribió personalmente un editorial leído en el *Jornal Nacional* –que en aquel entonces ya era el noticiero más importante del país– y publicado en el periódico *O Globo*, contra la censura a la prensa (Braga y Netto, 2011:33).

⁵⁹ Este era casi un eslogan del proceso de redemocratización conducido por Geisel.

⁶⁰ Explica Straubhaar (1989a:6) que “antes que empezara la *abertura*, los gobiernos militares colocaban un mínimo de cuatro tipos de restricciones y directrices en los contenidos de las telenovelas: la necesidad de restringir críticas políticas o económicas; la necesidad de crear o reforzar la moral y el comportamiento social convencionales; la necesidad de crear o reforzar una identidad brasileña que condujera a un desarrollo capitalista; y la necesidad de presentar una imagen positiva del régimen, especialmente del ‘milagro económico’. Dichas restricciones al contenido pueden ser notadas si se observan casos repetidos de censura por el gobierno y autocensura por las emisoras de televisión”.

Esta primera versión de *Roque Santeiro* ya contaba con 36 capítulos grabados –o seis semanas de exhibición, cuando las telenovelas generalmente son transmitidas por ocho meses en Brasil–, que los militares nunca permitieron que fueran transmitidos⁶¹, lo que generó a TV Globo un prejuicio de 500,000 dólares y consecuentemente, a los militares, un inestimable prejuicio político junto a Roberto Marinho. La segunda versión de *Roque Santeiro* se estrenó en TV Globo el 24 de junio de 1985, año en que caía la censura en Brasil. La producción es hasta hoy uno de los mayores fenómenos de audiencia en la historia de las telenovelas en Brasil.

En los primeros días de 1984, Roberto Marinho llamó por teléfono al embajador Luiz Gonzaga do Nascimento e Silva, amigo de larga fecha que servía en París desde 1979. Además de felicitarlo por el nuevo año, Marinho contaba al amigo que apoyaría, en las elecciones directas del proceso de redemocratización de Brasil, a Aureliano Chaves, el candidato más orientado hacia la derecha, “aún reconociendo los riesgos para mis intereses” (Herz, 1987:28), decía.

El embajador Luiz Gonzaga no era una persona cualquiera que escuchaba al azar la decisión de Marinho. Nascimento e Silva llevaba más de 40 años de amistad con Roberto Marinho, apoyando activamente sus decisiones políticas y sus negocios. Además de sus años como destacado militante del Instituto de Pesquisas Económicas y Sociales (IPES), brazo civil formado por empresarios nacionales, multinacionales, parlamentares e intelectuales que apoyó al golpe de 1964, fue el abogado que representó a Roberto Marinho cuando los contratos con el grupo *Time-Life* fueron firmados (Herz⁶², 1985:28,106).

Luiz Gonzaga Nascimento e Silva fue para Roberto Marinho, entonces, lo mismo que José Luis Fernández fue para Azcárraga Vidaurreta. Nascimento e Silva consolidó la inversión que posibilitó a Globo triunfar sobre la competencia, mientras Fernández protegía las inversiones de Azcárraga Vidaurreta de potenciales obstáculos legales durante el Cardenismo⁶³.

Aureliano Chaves se convirtió en vicepresidente de João Figueiredo, también orientado hacia la derecha. El 7 de octubre de 1984, ya al final del régimen, Roberto Marinho publicó un editorial en la portada del periódico O Globo, llamado “El juzgado de la Revolución”, en el cual hizo un recapitulado de la actuación de sus medios de información durante los años de la dictadura en Brasil. Lo primero que destaca el texto era exactamente el hecho de que Marinho seguía llamando “revolución” al golpe, algo quienes apoyan al golpe militar nunca han dejado de hacer.

⁶¹ De acuerdo con el grupo Globo, la primera versión de la telenovela *Roque Santeiro* fue censurada por tratarse de una adaptación de un texto escrito para el teatro que ya había sido censurado anteriormente (Grupo Globo, 2008d). Según Reis Silva (2010), la obra de teatro *O Berço do Herói*, original de Dias Gomes (que también era el autor del guión de *Roque Santeiro*) hablaba del mito del héroe militar en tono cómico e irónico, algo que no fue aceptado por los censores de la dictadura militar en 1963 (año de publicación de la obra de teatro) ni en 1975 (año de la primera producción de la telenovela *Roque Santeiro*). (Reis Silva, 2010:85).

⁶² Con informaciones de ISTO É (1984) “O fazedor de reis”, en Revista Isto é, São Paulo, n. 416. 12 dez. 1984, p.22.

⁶³ Como señalado en una cita en la p.40.

En el editorial, Roberto Marinho reiteraba que el proceso revolucionario se inició por “exigencia del pueblo de Brasil; sin pueblo, no habría revolución, solamente un ‘pronunciamiento’ o un ‘golpe’ con el cual no estaríamos solidarios” (Grupo Globo, 2008a:§2). Marinho seguía destacando los méritos económicos de la dictadura, y el objetivo (según él) “supremo de la preservación de los principios éticos e del restablecimiento del Estado de Derecho” (Grupo Globo, 2008a:§2), aunque celebraba el fin de los actos institucionales, el fin de la censura, y el fin del poder del presidente de cerrar en Congreso, de revocar derechos políticos, de expulsar del país y decretar la prisión perpetua y la pena de muerte (Grupo Globo, 2008a:§2).

Roberto Marinho siguió por algunos años dando señales de que aunque el Grupo Globo dejó de defender la dictadura, no lo hizo por ideología. En una entrevista a un periódico competencia suya, la *Folha de São Paulo*, en 1988, Marinho enfatizó que hizo todo para no recibir favores de los militares, pero admitió haber apoyado la *acción constructiva* (en sus palabras) de estos gobiernos (Grupo Globo, 2008a).

Comenta Daniel Herz que la conexión entre política y negocios no nació en Brasil, no es algo reciente y mucho menos es un sendero recurrido solamente por las Organizaciones Globo.

Sin embargo, sí es una conexión que sirvió por décadas a Roberto Marinho. “La *república en uniforme verde-olivo* [cursivas añadidas] se fue, llegó una nueva en manos civiles, y no obstante el Dr. Roberto se ha mantenido en la cima de los sucesos fundamentales de la Nación” (Herz, 1987:26).

Con relación al sentido en el cual se dio la injerencia de la Red Globo en la política de Brasil, dos características de la empresa de la familia Marinho llaman la atención cuando revisamos la producción académica acerca del tema. Primero, su capacidad de adaptación a los discursos hegemónicos, pasando de una posición a otra completamente opuesta cuando el mantenimiento de su proximidad con el poder central y de su legitimidad frente a la población fueran necesarias. Es de esta forma que TV Globo puede, en un momento dado, defender una cierta posición y entonces, a continuación, hacer oposición a esta misma posición inicial. En estos momentos de adaptación, la emisora se ajustaba, por un lado, a las expectativas de gran parte de su audiencia, y por otro lado, a los discursos de un grupo político emergente o en reconfiguración, aún cuando eso significara chocarse con los intereses de fracciones del bloque político gobernante. El caso de las *Diretas Já!*⁶⁴ Durante el proceso de instauración de la Nueva República y los episodios de la ascensión y caída de Collor de Mello⁶⁵ son paradigmáticos (Braga Jr., 2007:39-40).

Sucesiones: *Le Roi est mort. Vive le Roi!*

El 6 de agosto de 2003 murió Roberto Marinho, a los 98 años. Sucumbió en su casa, víctima de un edema pulmonar, resultado de una trombosis.

⁶⁴ “La campaña *Diretas Já* defendía la inmediata realización de elecciones directas para la Presidencia de la República, hecho que sería constitucionalmente permitido con la aprobación de la reforma presentada por el diputado Dante de Oliveira” (Herz, 1987:29, nota-pié 31)

⁶⁵ Fernando Collor de Mello fue el primer presidente civil electo por elecciones directas, después de la redemocratización. La TV Globo fue acusada de editar un debate de forma que Collor pareciera mejor que el otro candidato, Luiz Inácio Lula da Silva. El debate fue decisivo para las elecciones de 1989, que Collor ganó. Sin embargo, en 1992, después de un diluvio de denuncias de corrupción y de un movimiento popular inflamado en grande parte por la TV Globo, Collor renunció, algunos días antes de sufrir un proceso de *impeachment* (impedimento).

Se dice que la transición del control del grupo Globo a los herederos del “Doutor Roberto” – Roberto Irineu, João Roberto y José Roberto– fue más bien un *fade out* del empresario. Muy discretamente, desde los años 80, los tres hermanos empezaron a operar una “sucesión en vida”, como se dice con la monarquía. Fue “una lenta transición de padre a hijos, sin que hubiera cualquier sombra o sospecha de abdicación, sustitución o el mínimo cuestionamiento acerca de la autoridad máxima del padre” (Bial, 2004:328-329).

En la transición, Roberto Marinho dividía con sus hijos la dirección de las organizaciones Globo. Sin embargo, hasta los años 1990, él se mantenía informado de todo y era él quien daba la última palabra en las decisiones. Dejó el mando del Grupo Globo –que en aquél entonces contaba con la TV, cuatro periódicos, radios, una imprenta, grabadoras y canales de TV por paga, un proveedor de internet, una editora de libros y otra de revistas semanales y mensuales– solamente en 1998, a los 94 años.

Cedió la presidencia de las Organizaciones Globo a su primer hijo, Roberto Irineu Marinho (1947-). João Roberto (1953-) es el presidente del Consejo Editorial y vicepresidente de Relaciones Internacionales. José Roberto (1955-) es el vicepresidente de Responsabilidad Social y controla la Fundación Roberto Marinho (Mattos, 2007:8).

La sucesión en México

Emilio Azcárraga Milmo había empezado en los negocios de la familia en los medios de comunicación en 1950, en los departamentos de ventas de publicidad y de producción de la XEW-Radio (Fernández y Paxman, 2013:118).

Cuando regresó de Europa, en 1952, después de la muerte de su primera mujer – que comentan Fernández y Paxman, le impactó de por vida– *El Tigre* recibió varios nombramientos importantes de Azcárraga Vidaurreta. Fue promovido a jefe del departamento de ventas de la XEW-Radio y, después, obtuvo un cargo de gerente en Telesistema Mexicano. Tenía entonces 24 años. En la jerarquía de la empresa, sólo estaba por debajo de su padre y de Rómulo O’Farrill Sr. Era responsable de la supervisión de la programación, de la producción y de la venta de publicidad en Telesistema Mexicano. Pero el comportamiento veleidoso e inmaduro asumido después de la muerte de su esposa, Gina, y la total falta de compromiso con los negocios de la familia hacía atribulada la relación entre padre e hijo: “A mi hijo le exijo mucho por dos razones: porque es Emilio y porque es Azcárraga” (Fernández & Paxman, 2013:156-158).

Algunos años después, a inicios de los años 1960, la salud de Azcárraga Vidaurreta ya era frágil. Por recomendación médica, el patriarca debía trabajar menos; por ese motivo, se quedaba en su casa por las mañanas, y cedió gran parte de la operación diaria de Telesistema Mexicano a Azcárraga Milmo y a Luis de Llano Palmer, que era jefe de producción de la emisora (Fernández & Paxman, 2013:220). A partir de entonces, *El Tigre* enseñó sus garras en los negocios de la familia y de la

radiodifusión hasta llegar, a los 40 años de edad, a ser el hombre más poderoso de los medios de comunicación en México.

En 1972, con Azcárraga Vidaurreta ya prácticamente retirado, Azcárraga Milmo tenía toda la posibilidad de moverse contra la propuesta del presidente Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) de nacionalización⁶⁶ de la televisión. Azcárraga Milmo y los otros empresarios de la televisión tuvieron éxito en frenar la propuesta, después de una acalorada discusión en Los Pinos, como se explica más adelante.

Tres meses después, el 23 de septiembre de 1972, murió Emilio Azcárraga Vidaurreta, de un ataque al corazón, después de algún tiempo ya enfermo. Un Azcárraga Milmo aliviado y empoderado después de despedirse de:

Su maestro más estricto y su enemigo más implacable, [que] no estaba más en la posición de castigarlo y humillarlo delante de otros, [emocionado] ante la perspectiva de ser capaz de salir de una vez y para siempre de la sombra de su padre (Fernández y Paxman, 2013:457).

Ahora podría tomar decisiones que no agradaban a Azcárraga Vidaurreta, como la fusión con Televisión Independiente de México (Grupo TIM, de la familia Garza Sada).

Poco más de dos meses después del deceso de Azcárraga Vidaurreta, el convenio de fusión entre Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México fue firmado, el 28 de noviembre de 1972, con la aprobación del presidente (Fernández & Paxman, 2013:460).

Paradójico. Solo así podría describirse que el monopolio de la televisión comercial, el más poderoso en el mundo de las comunicaciones de habla hispana, fuera autorizado por el gobierno que más cuestionó a la televisión privada desde su creación, por el presidente que públicamente se irguió como su abierto oponente: Luis Echeverría (Fernández y Paxman, 2013:464).

El 8 de enero de 1973, la empresa Televisión Vía Satélite fue oficialmente constituida. En la historia, quedó conocida por su acrónimo: Televisa.

Con 80 estaciones, cuatro redes, dos complejos de estudios, un personal de tiempo completo de 2,350 personas y una nómina mensual que incluía a 4,200 actores y 1,100 músicos, Televisa era por mucho la empresa de televisión más grande de Latinoamérica (Fernández & Paxman, 2013:472-473).

El Tigre y el poder

Azcárraga Milmo no ocultaba su entusiasmo por el PRI y fue un aliado incondicional de diversos presidentes de la República, a quienes apoyó con dinero o imagen. Llegaba a hacer declaraciones públicas cerca de los períodos electorales. Según Fernández y Paxman (2013), el discurso era a menudo esencialmente: “Somos del PRI, nuestro jefe es el presidente de la República, y somos parte del sistema” (Fernández & Paxman, 2013:84).

⁶⁶ Nacionalización, en este caso, se refiere a la acción de hacer con que el control accionario de alguna empresa privada se vuelva estatal. Hay también la modalidad de nacionalización en la cual el Estado vuelve nacionales empresas que estaban bajo control extranjero, pero ese no era el caso de la televisión en los años de Echeverría en la presidencia.

Así como el apoyo de Roberto Marinho a la dictadura que había ayudado a instituir, “el consorcio de Azcárraga fue, durante más de 25 años, una pieza fundamental para la estabilidad política del país” (Fernández & Paxman, 2013:85).

Además de la audiencia conquistada con sus diversos productos televisivos, TV Globo y Televisa cuentan con dos herramientas bastante específicas para determinar qué es noticia y que no: en México, el noticiero nocturno *24 horas*, y su análogo brasileño, el *Jornal Nacional*⁶⁷.

Hasta muy recientemente, en época de elecciones, Televisa difundía la información del partido oficial e ignoraba los candidatos de oposición y sus clamores de fraude, lo que fue mermando la credibilidad de la televisora. Esta actitud se hizo más patente en los comicios locales de Chihuahua, en 1986, donde el PAN y alguna organizaciones civiles protestaron fuertemente por las manipulaciones que Televisa había hecho con la información. De las protestas, la gente se enteró por la prensa; jamás existieron para la televisión. Lo mismo ocurrió en las elecciones presidenciales de 1988, en las que imperó la impresión de que el triunfo de Salinas había sido resultado de un burdo fraude. Las multitudes gritaban: ‘Muerte a Televisa’; el PAN repartía calcomanías para los autos con leyendas contra sus noticieros; e incluso en el norte del país se organizó un boicot contra los productos que se anunciaban en la televisora (Fernández & Paxman, 2013:86).

En Brasil, los dos casos más emblemáticos del sesgo impuesto por los editores de periodismo de las Organizaciones Globo son la cobertura tendenciosa de las manifestaciones populares que pedían volver a instituir el voto directo para presidente de la República, entre 1983 y 1984; y la edición del debate para presidente de la República, en 1989.

En marzo de 1983, fue presentado en el Congreso Nacional un proyecto de ley para el regreso de las elecciones directas para presidente de la República. En los meses siguientes, la gente empezó a organizarse en marchas con algunos miles de personas por las principales capitales del país. Roberto Marinho decidió que las manifestaciones no debían ser relatadas en los noticieros de TV Globo. “El presidente de las Organizaciones Globo temía que una amplia cobertura por parte de la televisión pudiera volverse un factor de inquietud nacional”, explica la empresa hoy (Grupo Globo, 2008b).

El 25 de enero de 1984, aniversario de la fundación de la ciudad de São Paulo –la más grande e importante económicamente del país– cerca de 300 mil personas se juntaron en la *Praça da Sé*, una de las más simbólicas de la ciudad, para manifestarse a favor del movimiento llamado “Diretas Já!”. El *Jornal Nacional* anunció el mitin como uno de los eventos de celebración de los 430 años de la ciudad.

La ley por el voto directo fue aprobada, y la primera elección directa después del fin de la dictadura militar fue realizada en 1989. En diciembre de ese año, entre la primera y la segunda vuelta de las elecciones, una edición del debate hizo al candidato

⁶⁷ El principal noticiero de TV Globo, transmitido de lunes a sábado empezando el horario estelar, tiene la misma envergadura en Brasil desde su estreno, en 1969, inaugurando la transmisión por red en Brasil. (Kurth, 2006:59, a partir de KEHL, Maria Rita. *Eu vi um Brasil na TV*. In: SIMÕES, Inimá et al. *Um País no Ar – História da Televisão Brasileira em 3 Canais*. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 173.)

Fernando Collor de Mello parecer haber sido inconmensurablemente mejor que el otro candidato, Luiz Inácio Lula da Silva, repudiado por Roberto Marinho.

El Grupo Globo (2008b) cuenta que el Partido de los Trabajadores (PT), de Lula, llegó a interponer un demanda contra la emisora en el Tribunal Superior Electoral pidiendo derecho de respuesta en tiempo igual al presentado en el *Jornal Nacional*. El recurso fue negado. Globo se defiende con los siguientes argumentos: 1. El debate en vivo, transmitido por tres emisoras, tuvo audiencia mayor que el *Jornal Nacional* con la edición (66 vs. 61 puntos Ibope, respectivamente) y 2. El propio PT reconoció que Collor salió mejor que Lula en el debate.

Los editores de periodismo de la emisora declararon, entonces, que la edición fue como la de un partido de fútbol, en el cual el equipo vencedor aparece más que el otro. Al final, Globo tuvo su imagen bastante dañada con el episodio y decidió no hacer más ediciones de debates presidenciales. A partir de las elecciones subsecuentes, cada candidato es invitado para una entrevista en vivo en los estudios del *Jornal Nacional*.

En México, habiendo elecciones o no, el esquema informativo de Televisa era incesante: si había conflictos locales en el país, en los noticieros prevalecía la información internacional (Fernández & Paxman, 2013:86).

Emilio Azcárraga Milmo llegó a cobrar una muy clara noción de su poder político en un episodio en 1973, en lo que podría haber sido un nuevo intento de la Presidencia de la República de nacionalizar⁶⁸ la TV. Curiosamente, el suceso mexicano también involucra un atentado, como en el caso del ataque al periodista y político de oposición Carlos Lacerda, que culminó con el suicidio del presidente Getúlio Vargas (1930-1945 y 1951-1954). En este sentido, Fátima Fernández Christlieb comenta los hechos de 1973:

La muerte de Azcárraga Vidaurreta no detiene este objetivo político que ya era consustancial a la empresa. En 1972, al hijo del primer Emilio le toca hacer frente a un conflicto gestado gratuitamente desde la Presidencia de la República. Luis Echeverría había declarado que la nacionalización de la radio y la televisión se consumaría en su sexenio. Obligó al concesionario del Canal 13 a venderlo al Estado y durante los primeros siete meses de ese año las amenazas y declaraciones desde el gabinete contra los medios electrónicos no cesaron. Entre el 28 de junio y el 18 de julio de 1972 se produjo la fase más intensa de críticas a la televisión privada por parte del Poder Ejecutivo. El Tigre Azcárraga Milmo entró curtido a dirigir la empresa. Echeverría, al dar palos de ciego contra la televisión, le fabricó escenarios inmejorables para una rápida capacitación en el ejercicio del poder.

El 23 de septiembre de 1972 muere Azcárraga Vidaurreta y un año después ocurre un incidente con el que El Tigre cobra conciencia de su propia fuerza política. El 17 de septiembre de 1973 un comando de la Liga Comunista 23 de Septiembre intenta secuestrar al empresario regiomontano Eugenio Garza Sada, quien se defiende con el arma que portaba. Se desata una balacera entre guerrilleros y guardaespaldas y el hombre de negocios es abatido. En el sepelio, al que asisten miles de personas, entre ellas Luis Echeverría, habla el empresario Ricardo Margáin Zozaya y dirigiéndose al presidente de la República y al gobernador de Nuevo León dice:

Cuando se ha propiciado, desde el poder, a base de declaraciones y discursos el ataque reiterado al sector privado, del cual formaba parte destacada el occiso, sin otra finalidad aparente que fomentar la

⁶⁸ Así como mencionado en la página 81, la nacionalización en este momento tiene que ver con el cambio a estatal de una empresa privada, no con el cambio a nacional de una empresa bajo control extranjero.

división y el odio entre las clases sociales [...] Es duro decir lo anterior, pero creemos que es una realidad que salta a la vista. Por doquier vemos el desorden instituido que casi parece desembocar en la anarquía, se suceden hechos sangrientos.

Este discurso y el acto fúnebre fue transmitido por Televisa varias veces. Echeverría, enojado, le ordenó a Fausto Zapata, subsecretario de información de la presidencia, que le pidiera a Azcárraga detener las retransmisiones. Zapata hizo varias llamadas. El Tigre no le obedeció y ahí, desafiando al titular del Ejecutivo, se percató de su gran poder, a solo un año de distancia de fungir como cabeza de Televisa.

A partir de ese momento El Tigre se movió a sus anchas hasta 1997, año de su muerte (Fernández Christlieb, 2009: 233-235).

Emilio Azcárraga Milmo también tenía un impresionante nivel de influencia en los tres poderes de México. Desde la muerte de Azcárraga Vidaurreta, la Presidencia nunca ignoraba “las opiniones, peticiones o quejas de Azcárraga” (Fernández & Paxman, 2013:80). Se llegaba a decir que Televisa era una siempre confiable oficina alterna de la oficina de comunicación de Los Pinos.

Para entender las relaciones entre Televisa y el gobierno hay que conocer una larga historia. El estado ha buscado de manera intermitente ejercer su hegemonía cultural y su control político sobre la comunicación masiva –a través de los canales estatales 7, 11 y 13, y al menos tres amenazas de nacionalización de Televisa–, solo para ser constantemente derrotado o comprometido por los intereses empresariales de Emilio Azcárraga. Los canales estatales fueron incapaces de competir con Televisa y demostraron también que el Estado no tenía la voluntad ni la visión para manejar una televisión alternativa. Tampoco hubo necesidad: Televisa cumplía con los requerimientos gubernamentales en términos de comunicación.

La cercanía de Televisa con el gobierno ha sido de tal forma, que hubo un momento en que irónicamente le llamaron la Secretaría de Información. No solo por el control que ejercía –y aún ejerce– sobre la información que recibe la mayoría de la población todos los días, sino porque durante décadas ha ido cambiando a diarios patrones de consumo, modelos sociales, aspiraciones, lenguaje cotidiano y opiniones políticas (Fernández & Paxman, 2013:87-88).

También después del fallecimiento de Azcárraga Vidaurreta, en 1972, Azcárraga Milmo empezó a poner en práctica estrategias de expansión de Televisa por Iberoamérica, ya fuera por asociación con otros grupos como Univisión (dirigida al público hispanohablante de Estados Unidos) y Cisneros (de Venezuela), o adquiriendo negocios como Megavisión en Chile, o ATB Red Nacional en Bolivia (Mastrini & Becerra, 2006:215).

En sus ímpetus por internacionalizar a Televisa y realizar el sueño de la televisión satelital, Azcárraga Milmo se fue a Estados Unidos en los años 80 y dejó la presidencia del Grupo Televisa a Miguel Alemán Velasco, llevando consigo al presentador de *24 Horas*, Jacobo Zabłudovsky, para comandar una agencia de noticias internacionales para la televisión, que incorporaría la *Spanish International Network* (SIN), que en los años 1980 producía el único noticiero nocturno en lengua hispana transmitido en Estados Unidos. En aquel entonces, Azcárraga Milmo tenía 58 % de las acciones de Televisa, y había comprado lo que le faltaba de los 75 % de SIN que ya tenía (Nordheimer, 1986).

En una entrevista al periódico *The New York Times* un poco antes de la fusión de ECO con SIN, el entonces vicepresidente y director de noticias de SIN, el cubano Gustavo Godoy, se mostraba preocupado con la llegada de Zabłudovsky. “Hay mucho

temor e incomodidad entre el grupo. La percepción en muchos sectores en México y en este país es que '24 Horas' es un vehículo del Gobierno de México; no es visto como un noticiero objetivo” (Nordheimer, 1986:§7). Sin embargo, en el mismo reportaje, el vicepresidente ejecutivo de SIN disminuyó la preocupación, llamándola “una injustificada ansiedad” (Nordheimer, 1986:§8).

El *Times* describía a Azcárraga Milmo como uno de los personajes de más influencia en América Latina, un ejecutivo de la radiodifusión también bastante identificado con el gobierno mexicano (Nordheimer, 1986:§10).

El reportaje también cuenta que Azcárraga era uno de los socios mayoritarios de la *Spanish International Communications Corporation*, que contaba en 1986 con 10 emisoras que transmitían en español en Estados Unidos, hasta que la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) descubrió que la empresa violaba las restricciones en cuanto a la propiedad de extranjeros. Azcárraga Milmo y sus socios ofrecieron las estaciones a dos grupos (*Hallmark Cards of Kansas City* y a la *First Capital Corporation of Chicago*) (Nordheimer, 1986).

La venta fue impugnada judicialmente, y en 1987 el sistema de justicia de Estados Unidos falló “en contra del esfuerzo de Azcárraga Milmo por establecer un monopolio de habla hispana, tal como lo había hecho en su país” (González de Bustamante, 2015:27).

No obstante, resulta interesante la comparación de Azcárraga y Marinho y sus problemas con las leyes de restricciones a participación de extranjero en el directivo de empresas: mientras en Brasil Marinho tuvo que responder en el Congreso sobre la participación de ejecutivos de la *Time-Life* en Globo, Azcárraga Milmo tuvo que responder judicialmente sobre su propia participación en empresas estadounidenses.

Aún a mediados de los años 80, Azcárraga Milmo empezó también negociaciones con el magnate australiano Rupert Murdoch. El interés se asentaba en el lanzamiento de la plataforma de televisión satelital DHT (Televisión Directa al Hogar, en su traducción del inglés). Esto permitiría la transmisión de decenas de canales vía satélite de forma más eficaz que la TV por cable (Villamil, 2011).

La DHT era un sueño antiguo de Azcárraga Milmo. Sin embargo, en los años 1990 la negociación se volvió un drama, pues eran tres los magnates de medios involucrados en la negociación por traer el DHT a América Latina por medio de la News Corp.: *El Tigre* Azcárraga Milmo, *Doutor* Roberto Marinho y Rupert Murdoch.

“Se topaban con el asunto del control. A Murdoch (de News Corp. Fox y Sky) le gustaba estar a cargo, tanto como a Azcárraga y lo mismo sucedía con Roberto Marinho, de Globo” (Fernández & Paxman, 2013:68-69). Y era un hecho que los negocios en los cuales Televisa fuera socia igualitaria o minoritaria no eran duraderos (Fernández & Paxman, 2013:1146-1149).

El éxito de Azcárraga agobiaba a Roberto Marinho. El magnate brasileño llegó a explicar sus estrategias de mercado comparándolas con las de los narcotraficantes.

Para entrar y ganar este mercado [el internacional] tuvimos que enfrentarnos a Televisa, que produce 26 horas diarias de programas en español de calidad menos elaborada que la nuestra. Aún así, conseguimos vender nuestros programas –hasta las telenovelas, aún con los costos de doblaje– 50 % más baratos que los precios de Televisa. ¿Cómo? Usando lo que llamé de ‘estrategia de la droga’: prácticamente se los regalas, esperas el éxito y después los vendes por el mejor precio que se te ocurra. Igualito leemos en los periódicos que se hace con la cocaína (Herz⁶⁹, 1987:22).

La explicación para la pericia en los negocios de expansión de Televisa es más similar a la mercadotecnia de productos masivos: “Soledad Robina Bustos [1996] señala que su estrategia [de Televisa] se basa en desarrollar productos propios y distribuirlos a través de una gama completa de medios de comunicación. Se constituyó en un grupo altamente concentrado que aprovechó al máximo su integración horizontal y vertical” (Mastrini & Becerra, 2001:4).

Los años 1980 fueron de un amplio crecimiento para Televisa, pero también de mucho trabajo para su despacho jurídico. Aún en esa década, Azcárraga Milmo tenía un amparo contra la entrada de una empresa de TV de paga de otro empresario mexicano de los medios, Joaquín Vargas Gómez (Fernández & Paxman, 2013:80).

“La única explicación que el presidente Miguel de la Madrid dio a don Joaquín fue que tendría que esperar porque Televisa le era ‘muy importante’. Días antes de que finalizara su sexenio, De la Madrid autorizó que entrara en operación la concesión de Multivisión” (Fernández & Paxman, 2013:81), es decir, ya cuando al imperio Azcárraga no le podía perjudicar la gestión al antecesor de Salinas de Gortari.

Era el regreso de Azcárraga a navegar por mares tranquilos, después de la tensión de 1982, cuando el presidente López Portillo (1976-1982) decidió nacionalizar la banca, causando la cólera del *Tigre*, que temía una nacionalización también de la televisión, usando el mismo modelo. “No tenía una convicción política muy firme porque su espíritu capitalista se transparentó en el momento de prueba, cuando la nacionalización de la banca –dice ahora el ex presidente López Portillo–. Ahí conocí a Emilio Azcárraga.” (Fernández & Paxman, 2013:83), pero estos desacuerdos fueron excepciones en las relaciones de Azcárraga con el poder.

A fines de la década de los 1980, con el país aún en crisis, aunque Televisa ya tuviera en todo el mundo el mayor catálogo de programas en español, una devaluación en la moneda mexicana, más la pesada carga deudora de Televisa y la robusta inversión necesaria (1,500 millones de dólares, y que al final acabarían siendo del doble) hicieron que Azcárraga buscara el apoyo de News Corp. y de Globo (Fernández & Paxman, 2013:1151).

⁶⁹ A partir de Bizinuver, Ana Lucia (1985) *Status. Globo for export*. São Paulo, jan. 1985, p.48.

En los primeros años de esa década, decenas de concesiones que permitieron a Televisa transmitir en cadena a casi todo México fueron logradas cuando Azcárraga buscó directamente al presidente Carlos Salinas de Gortari, después de obtener una negativa del secretario de Comunicaciones y Transportes, Andrés Caso Lombardo (Fernández & Paxman, 2013:80-81).

El Tigre se movió a sus anchas hasta 1997, año de su muerte. (...) Dentro y fuera de la empresa se había establecido un *modus operandi* que parecía normal. Televisa se opuso a las modificaciones al artículo sexto constitucional –en la época de la reforma política de 1977– como a los ajustes que posteriormente planeó el Ejecutivo Federal para los medios electrónicos. En la década de 1980, cuando necesitó un satélite nacional de comunicación no dudó en hacer gestiones para que el Estado lo adquiriera, y en 1991, cuando la empresa sintió que había llegado el momento de cotizar en la bolsa de valores, el gobierno de Carlos Salinas no creyó pertinente plantear restricción alguna pese al carácter finito de toda concesión o a la posibilidad de una revocación. Ya para entonces Televisa era una pieza funcional al sistema político mexicano. Los espacios informativos del consorcio se constituyeron, paulatinamente, en fuente de poder cotidiano. Esto ocurre a partir del 13 de febrero de 1970, cuando se crea la Dirección de Información y Noticieros. Hoy hemos llegado a un punto tal, que los funcionarios públicos agradecen la oportunidad de ser entrevistados, como si agradecieran su existencia pública (Fernández Christlieb, 2009:233-235).

Era bastante raro que saliera a la luz pública alguna divergencia de Azcárraga Milmo con el gobierno, aunque hacía saber a los canales oficiales cuando había alguna incompatibilidad de agenda. Lo más común era que:

Hablaba con los presidentes de tú a tú y sus asuntos los trataba con la primera línea del gabinete, no con ceremonia ni reverencia, sino como si estuviera cerrando un negocio más con algún socio o cliente, y en cierta medida así era: Televisa servía al sistema y el sistema servía a Televisa (Fernández & Paxman, 2013:82).

Cuentan Andrew Paxman y Claudia Fernández (2013) que en una cena privada del presidente Salinas con “la crema y nata” de la clase empresarial mexicana, en febrero de 1993, el líder del PRI pidió 25 millones de dólares para la próxima campaña para presidente de México. Azcárraga ofreció el triple, “como pago a todo lo que como empresario había recibido gracias al partido y al gobierno” (Fernández & Paxman, 2013:83-84).

[Emilio Azcárraga Milmo] Era un entusiasta seguidor del Partido Revolucionario Institucional (PRI), pero tras la crisis de 1994-1995, su sutil distancia hacia el partido sugiere que hasta entonces había sido un priista no por convicción sino porque apoyar a este partido convenía a sus negocios e intereses. Públicamente se hizo notoria esta ligera evolución en su discurso: en 1990 se autoproclamó ‘soldado del PRI y del presidente’; cinco años más tarde manifestó ser ‘soldado del presidente’, únicamente. Tras bambalinas, sin embargo, y prácticamente hacia el final de su vida, tuvo acercamientos con miembros de los partidos de oposición. Carlos Castillo Peraza, expresidente del conservador Partido Acción Nacional (PAN), estuvo en la nómina de Televisa como asesor político. Otro acercamiento ocurrió con Andrés Manuel López Obrador, cuando éste era presidente del Partido de la Revolución Democrática (PRD), centro-izquierdista. Después de algunos encuentros con Azcárraga, y para su sorpresa, fue entrevistado en vivo en Televisa cuando fue nombrado presidente de ese partido (Fernández y Paxman, 2013:59-60).

A lo largo de la década de 1990, en el negocio para arrancar con la DHT, *News Corp.*, Globo y Televisa participarían *a priori* cada uno con 30 %. Televisa controlaría

Sky Latin América en México, Marinho en Brasil y Murdoch se haría cargo del resto de la región (Fernández & Paxman, 2013:1152-1153).

En 1990 se formó en Gran Bretaña el consorcio British Satellite Broadcasting (BSB), formado por varias compañías de televisión y Pearson, la poderosa editorial inglesa. Lanzaron un satélite construido por Hughes Communications y despertaron el interés en todo el mundo por este nuevo negocio de televisión de paga.

Los altos costos de operación de BSB forzaron a una fusión con su competencia, Sky Television, creada por Murdoch, con el amplio beneplácito del gobierno conservador inglés. Entre 1993 y 1994, el dueño de News Corporation demostró a través de canales deportivos, de películas y de noticiarios de corte sensacionalista (ya era dueño de los estudios Fox en Estados Unidos) que podía desafiar a la legendaria BBC, la cadena pública inglesa. Tres millones de británicos se suscribieron a sus servicios y más de 30% de los hogares con televisión de 17 países europeos contrataron los servicios de la llamada BSkyB. En 1998 fue el primero en ofrecer 200 canales.

El éxito europeo quiso replicarse en América Latina. Murdoch se asoció con los magnates de medios en la región: Azcárraga Milmo, de Televisa; Roberto Marinho, del consorcio brasileño O Globo, y Liberty Media, para crear Sky Latinoamérica.

En México la empresa se denominó Innova. Televisa tuvo 60%, News Corporation 30% y Liberty Media el 10% restante (Villamil, 2011).

A finales de la negociación, Televisa sí salió con ventaja en el acuerdo, aunque la corporación mexicana se enfrentaba con “el desafío de consolidar las posiciones de liderazgo a partir de la expansión basada en Internet, pero dentro de un marco de endeudamiento que ha llegado a la suma de 2,000 millones de dólares” (Mastrini & Becerra, 2006:215).

La negociación para tener mayoría accionaria en un *pool* junto a Marinho y Murdoch fue uno de los últimos hechos empresariales de Azcárraga Milmo, que mantuvo discreta su enfermedad hasta fallecer, el 16 de abril de 1997.

Así como pasaba en las Organizaciones Globo, *todas* las decisiones, de las más fundamentales a las más triviales, debían pasar por el magnate jefe. Sin embargo, mientras nadie nunca protestaba por el casi autoritarismo de Roberto Marinho en centralizar todas y cualquier decisión del Grupo Globo –ni entre los pasillos y oficinas de TV Globo, mucho menos frente a él–, en México, el casi despotismo de Azcárraga Milmo causaba tensiones con el grupo empresarial y ocasionales bajas en las acciones de la compañía, principalmente cuando la salud del magnate mexicano se debilitó.

El resultado es que Roberto Marinho pudo conducir entre las décadas de 1980 y 1990 un proceso de “sucesión en vida”, que culminó con la formación de un consejo de gestión conformado solamente por él y por sus hijos, para tratar cuestiones estratégicas de la empresa en 1998 (Grupo Globo, 2008c), en un discreto *fade out* del magnate consumado con su muerte, en 2003.

Por otro lado, en México, mientras se extinguía su luz, Emilio Azcárraga Milmo parece no haberse sentido lo suficientemente cómodo como para delegar todo el poder de las empresas a su hijo, Emilio Azcárraga Jean. Mientras Azcárraga Jean sería el responsable por la operación ejecutiva del consorcio, Guillermo Cañedo White, hijo de uno de los amigos más cercanos del *Tigre* –y cuya familia participó por décadas de la operación de la empresa; su hermano, José Antonio, también era accionista– fue

nombrado presidente del Consejo de Administración de Televisa, mientras el entonces senador Miguel Alemán Velasco –hijo del ex presidente Miguel Alemán Valdés– seguía como uno de los copropietarios –y generalmente vocero– de la empresa. Para completar el cuarteto de familias que tenían acciones de Televisa a finales de los años 1990 estaba Alejandro Burillo, primo de los Azcárraga, con un 14% de acciones (Trejo Delarbre, 2008).

Sin embargo, en el crepúsculo de su vida, *El Tigre* logró hacer un encargo al presidente Ernesto Zedillo Ponce de León: ayudar y mirar por Azcárraga Jean (Trejo Delarbre, 2008). Aunque la relación entre Azcárraga Milmo y Zedillo no fuera tan cercana como con el presidente anterior, Carlos Salinas de Gortari, Azcárraga Milmo había sido el primer representante de la iniciativa privada en ofrecer ayuda al candidato del PRI en su campaña a la presidencia después del asesinato del candidato original, Luis Donald Colosio, en contra de los candidatos Cuauhtémoc Cárdenas y Diego Fernández de Cevallos (del PRD y PAN, respectivamente) y Televisa lo hizo con toda su maquinaria (Fernández & Paxman, 2013:1068).

Entre articulaciones personales de Ernesto Zedillo y las hechas por el secretario de Gobernación, Emilio Chuayfett, más las estrategias propias de reordenamiento de las acciones de Televisa, las familias asociadas a Azcárraga Jean se fueron desvaneciendo del Consejo del consorcio.

Guillermo Cañedo White solo se quedó hasta julio de 1997, cuando vendió todas sus acciones y las de su familia a Azcárraga Jean. En abril de 1999, la familia Alemán vendió a Azcárraga Jean su 14 %. El hijo de Miguel Alemán Velasco –que en aquel momento era el gobernador de Veracruz–, Miguel Alemán Magnani, también dejó el cargo ejecutivo que tenía en las empresas. Alejandro Burillo, que había llegado a tener un 25 % de acciones, renunció a la Vicepresidencia de Asuntos Internacionales del corporativo en octubre de 1999, y en julio de 2000 vendió sus acciones a Azcárraga Jean, “a un grupo encabezado por María Asunción Aramburuzabala, copropietaria de la Cervecería Modelo [...] y a la operadora financiera de Carlos Slim”, que ya tenía 24% de Televisión (Trejo Delarbre, 2008:§26).

Finalmente, el proceso de reorganización del corporativo Televisa llegó a sus emprendimientos internacionales. A inicios de los años 2000, el Grupo Clarín, de Argentina, estaba a punto de rebasar a Televisa como la compañía de medios en español más grande del mundo. Además, las pérdidas acumuladas con el canal internacional de noticias ECO eran estimadas en aproximadamente 350 millones de dólares. Azcárraga Jean canceló el proyecto en 2001 (Fernández y Paxman, 2013:18).

Ya estando recapitalizada la empresa con el reordenamiento de las acciones de las demás familias, algunas inversiones fueron redistribuidas entre los empresarios Roberto Hernández y Alfredo Harp, expropietarios de Banamex, que compraron algo de las acciones de Aramburuzabala y Slim entre 2005 y 2006, y hasta Bill Gates compró

paquetes accionarios que llegaban a poco más de 5 % del capital de Televisa, en 2007 (Trejo Delarbre, 2008).

Para diciembre de 2007, Azcárraga Jean y Murdoch firmaron un acuerdo con *Orbital Sciences Corporation* para la construcción y puesta en marcha de un satélite para servicios exclusivos de *Sky* en México y Brasil. Televisa informó en aquella ocasión a la Bolsa Mexicana de Valores que ese satélite duplicaría la capacidad actual de *Sky* México (Villamil, 2011:§14).

Televisa sigue como la más grande empresa de telecomunicaciones y radiodifusión en la República mexicana, aunque sufra de altas y bajas de ganancias entre sus empresas. En el tercer trimestre de 2014, *Sky* México logró un récord de ingresos, alcanzando 4,500 millones de pesos mexicanos, aunque los accionistas hayan sufrido una pérdida neta de 182.8 millones, “resultado principalmente de una pérdida no recurrente, que no requirió de flujo de efectivo, por el acuerdo de venta de nuestra participación de 50% en *GSF Telecom Holdings*, S.A.P.I. de C.V. (‘GSF’), la empresa controladora de *Iusacell*” (Grupo Televisa, 2014a:§4). Aún así, con la ayuda de *Sky*, las ventas netas del corporativo Televisa aumentaron de \$18,763.1 millones en el tercer trimestre de 2013 a \$19,829.7 millones en el tercer trimestre de 2014 (+5.7 %) (Grupo Televisa, 2014a).

En enero de 2015, el grupo de Azcárraga Jean consumó la venta de *Iusacell* al Grupo Salinas, dueño de TV Azteca. Con parte de los recursos, concluyó la compra de 100 % del capital de Cablevisión Red y subsidiarias (Grupo Televisa, 2015).

TV Globo también ha tenido una trayectoria inestable, pero sigue siendo el más grande conglomerado de medios en Brasil. En 2013, las ventas del conglomerado Globo generaron más de 75 mil millones de pesos, 13.15% más que en 2012, aunque hubo una caída de 15.09% en las utilidades netas en el mismo período (Meio&Mensagem, 2014). Sin embargo, en 2014, año en que la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA fue realizada en Brasil, las ganancias del Grupo Globo subieron un 11 % con relación a 2013, aunque hayan sufrido una caída en el último trimestre (después del Mundial) (Possebon, 2015).

En cuanto a sus negocios internacionales, João Roberto, uno de los herederos de Roberto Marinho, se hizo cargo directamente de ellos, y aunque no representa una fracción robusta de las ganancias de la corporación, es parte importante de la consolidación de Globo en el mercado internacional, como explica el presidente del Grupo, en una entrevista a la WSN – World Screen News, una revista segmentada a empresarios y anunciantes de la televisión:

Por más de 30 años, Globo TV Internacional ha distribuido programas a más de 130 países. Su catálogo ofrece más de 300 obras. En 2009, ha vendido 65 producciones a 83 países en 21 idiomas. Hemos autorizado para la venta más de 25,000 horas de programación. Nos gustaría destacar las ventas para los Estados Unidos y para Corea, que transmitieron 16 programas diferentes, y para Ecuador, que difundió 15 programas.

Estas utilidades son pequeñas comparadas a la totalidad de ganancias de las Organizaciones Globo, pero nuestros negocios internacionales continuarán creciendo. Coproducciones internacionales realizadas localmente son un nuevo negocio para nosotros. Ejemplos representativos son el lanzamiento internacional de la coproducción [de la telenovela] “*El Clon*” en español, junto a Telemundo; “*Lazos de Sangre*”, con la emisora SIC, de Portugal; y “*Entre el Amor*”

y el Deseo”, con TV Azteca de México. Creemos que estas asociaciones son una excelente oportunidad para expandir nuestra presencia en el mercado internacional.

Además, distribuimos canales con contenido en portugués por todo el mundo. TV Globo Internacional es el primer canal brasileño con programación 24 horas transmitido digitalmente a otros continentes vía satélite, cable e IPTV. Lanzado en 1999, el canal tiene 550 mil suscriptores *premium* en 115 países en los cinco continentes. Su programación consiste en noticieros en vivo, deportes, telenovelas, miniseries, programación infantil y shows de variedad, además de eventos exclusivos como el Día de la Amistad Angola-Brasil, y ediciones del *Brazilian Day* producidos desde Nueva York, Toronto, Tokio y Londres.

También tenemos un canal *premium* exclusivo dedicado al fútbol brasileño, el PFC Internacional, que ya cuenta con más de 200,000 suscriptores en 22 países (Carugati, 2011).

Conclusiones iniciales a partir de las crónicas

El filósofo y especialista en medios de comunicación y cultura Jesús Martín-Barbero, a finales de los años 1980, preveía que ciudades sin agua corriente estarían saturadas de emisoras de radio, y barrios de invasión estarían llenos de antenas de televisión (Martín-Barbero, 1987:195). Así se cumplió. Lo que Martín-Barbero no pudo (¿y quién podría?) prever era que en algunos países más hogares contarían con televisores que con refrigeradores; tampoco pensó que en algún momento los niños pasarían más horas frente a una pantalla que en la escuela. Sin embargo, sí, desde hace muchos años logró ver la relación entre desarrollo, economía y política. Así la describe:

Versión renovada de la idea de progreso, el desarrollo es concebido como un avance objetivo, esto es, un crecimiento que tendría su exponente cuantificable en el crecimiento económico y su consecuencia ‘natural’ en la democracia política. Natural en el sentido de que al aumentar la producción aumentará el consumo que redistribuye los bienes asentando la democracia. La democracia resulta así ‘subproducto de la modernización’, pues depende del crecimiento económico y éste a su vez es fruto de una reforma de la sociedad en la que el Estado es concebido ‘ya no como encarnación plebiscitaria-personalista de un pacto social, sino como una instancia técniconeutral [*sic*] que ejecuta los imperativos del desarrollo (Martín-Barbero, 1987: 193-194).

El desarrollo de la televisión en México y principalmente en Brasil está intrínsecamente enlazado al avance de la modernización en los dos países. En la región latinoamericana, “la modernización económica es producto de una convergencia entre el Estado y el mercado” (Carmagnani, 2004:228) desde fines del siglo XIX. Socialmente, la modernización llegó a los hogares, mentes y corazones por la pantalla chica; políticamente, robustos fueron los esfuerzos para expandir las radiocomunicaciones por las dos Repúblicas –y beneficiarse del alcance logrado–.

Eso a partir del empeño empresarial desde la iniciativa privada.

Históricamente en América Latina, y salvo contadas excepciones como la televisión colombiana y chilena, el sector privado tuvo una clara supremacía sobre el Estado en la producción y distribución de los productos culturales. Esta primacía derivó en una fuerte influencia del financiamiento publicitario de los medios masivos de comunicación⁷⁰. Por otra parte, las ramas no vinculadas al soporte publicitario mostraban un desarrollo sustantivamente menor. De esta forma se verificó un consumo acotado a los medios masivos en las clases populares y un consumo de mayor diversidad en las clases más acomodadas. La expansión del mercado en los 1990 no

⁷⁰ Nota de Mastrini y Becerra en ese extracto de texto: “En algunos países como la Argentina, incluso la televisión bajo la gestión estatal en régimen de monopolio (desde 1951 hasta 1960) tuvo como estrategia de financiamiento la emisión de publicidad comercial.”

parece haber modificado sustantivamente este rasgo inherente a la evolución del sector en la región.

La televisión abierta es la que recibe el mayor flujo de la inversión publicitaria, seguida por la prensa. La televisión abierta es, consecuentemente, el sector que mayor facturación aporta al conjunto de las industrias culturales y la más importante de ellas en términos económicos (Mastrini & Becerra, 2006:292).

Entonces, si por un lado gobiernos y gobernantes se beneficiaban en gran medida de la televisión como medio de difusión de contenidos –y, consecuentemente, de opiniones y ideologías–, por otro, no han logrado desde el Estado construir instituciones de radiodifusión tan robustas y exitosas como las erigidas por los grandes magnates.

Hasta hoy nunca hubo una TV pública ni cercanamente tan fuerte como TV Globo o Televisa. Tal vez porque Azcárraga Milmo era soldado del PRI, y Roberto Marinho se decía listo para ayudar a todos los gobiernos, estos aceptaban lo que las grandes emisoras les ofrecían y no hacían inversiones para fortalecer a las emisoras del Estado. Tal vez porque los administradores de los países ven el esfuerzo hercúleo y el gasto público descomunal que serían necesarios para equipar una emisora capaz de competir de igual a igual con los dos gigantes de América Latina.

Sin embargo, una diferencia clave entre los orígenes de la televisión en Brasil y en México es el origen del dinero que posibilitó la implementación de los medios.

En México, la televisión fue erigida a partir de las inversiones de empresarios de los más variados negocios –puertos, oro, coches– que entraron en el mundo de los medios a través de la radio, la cual veían como nada más que una nueva inversión, y así llegaron a la televisión. Los Azcárraga llegaron a magnates de los medios casi al azar. Cualquier otro medio de especulación financiera se les pudo cruzar en el camino (como ellos han intentado por años, en sus otras empresas y emprendimientos).

En Brasil, los visionarios de la televisión ya había incursionado, con éxito, en el mundo de los periódicos. Tenían a la radio como un medio complementario, y el sueño vuelto realidad fue la pantalla chica. Los magnates que tuvieron otros negocios, al opuesto de México, tenían los medios de comunicación como prioridad, y el restante de las inversiones como especulación.

En común, Roberto Marinho y Emilio Azcárraga Milmo gobernaron sus empresas siempre con mano de hierro, aunque supieron cuándo ponerse guantes de seda. En sus trajes de gala, comandaban fiestas que formaban parte de la *high society* de los dos países; en sus trajes de trabajo, tenían libre acceso a las oficinas presidenciales. Megalómanos, se hacían cargo de todas las decisiones de empresas imperiales, uno buscando eliminar a la competencia –aunque agregándola a sus superpotencias, haciéndolos desvanecer con el tiempo– el otro, haciéndose indiferente frente a los adversarios, pero trabajando incesantemente para verlos desde arriba. Se enfrentaron sin sacar armas. TV Globo y Televisa nunca chocaron por las audiencias. Crecieron cada uno en su rincón.

Fueron sociables personas de la *high society*, de las fiestas, pero también de las fundaciones. Eran queridos por los poderosos y por los “jodidos” o los soñadores⁷¹. Acumularon romances, esposas, y más amigos que enemigos (aunque los rivales hayan sido muchos, no siempre declarados y explícitos), pero las amistades y los negocios les abrieron las puertas a salones presidenciales y diplomáticos. Tenían la libertad de comentar, sugerir, pedir, demandar y hasta para encolerizarse frente a jefes de Estado, aunque autoritarios.

Tenían los medios para eso. Medios financieros y medios de comunicación, herramientas suficientes para construir y destruir. Aunque mucho se exagere sobre su efectivo poder de decisión sobre el curso político de sus países son, indudablemente, parte fundamental para entender el proceso de desarrollo de los dos gigantes latinoamericanos, México y Brasil, en el siglo XX.

En otra entrevista a la *World Screen News*, narrada por el historiador Sergio Mattos, Roberto Irineu Marinho, el heredero presidente de las Organizaciones Globo enumera tres importantes lecciones que dejó su padre: siempre creer en el país; trabajar siempre con los mejores y más talentosos profesionales, sin importar las amistades, lazos familiares o divergencias ideológicas; la tercera lección es de amor por las telecomunicaciones, construir una relación con las audiencias, buscar innovaciones y mantener la calidad del producto final – éste es el camino para las altas utilidades. No conformarse, no descansar, aunque fueran los grandes líderes del mercado (Mattos⁷², 2007:8-9).

Analizando punto a punto esta receta para el éxito, se puede ver que hay otros condicionantes e ingredientes para que la masa crezca. ¿Azcárraga Milmo creía en México? Declaraciones de amor por el país son bastante menos frecuentes en sus biografías que las declaraciones de lealtad al PRI y/o al presidente. ¿No dar importancia a diferencias ideológicas? Roberto Marinho no daba importancia a las diferencias con sus empleados, pero “mandaba a Siberia” a enemigos de otros frentes de batalla, como el político Leonel Brizola. Ya Azcárraga Milmo hacía desaparecer del imaginario popular hasta artistas que habían sido creación suya.

Quizás en radiodifusión y comunicaciones, la enseñanza más atinada de la lista de los Marinho sea el “no dormirse en sus laureles”. No conformarse, no descansar. Además, seguir en la búsqueda incesante por innovaciones, más hoy, en un momento donde la televisión, pasados 50 años de hegemonía, empieza a ser seriamente retada por los productos de la Internet, que hace 30 años, cuando Assis Chateaubriand dejó de invertir en su medio y la TV Tupi se ahogó en deudas.

⁷¹ Cuentan Fernández y Paxman (2013:657-658) que en 1985, Azcárraga Vidaurreta no quería revivir el clásico *Gutierritos* (1958, 1965), aunque otros accionistas estuvieran entusiasmados con la idea. “No –les dijo Azcárraga terminantemente–. Hoy en día ya hay muchos sufridos en este país. No queremos más jodidos. Lo que necesita este país son sueños”. Sin embargo, la frase que se quedaría más famosa sería la de 1993, sobre la misión recreativa de Televisa de sacar a una clase modesta muy jodida de su triste realidad (Fernández & Paxman, 2013:62, 983-984).

⁷² A partir de Carugati, Anna (2004) *Interview: Globo's Roberto Irineu Marinho*. Disponible originalmente en: www.worldscreen.com/interviewscurrent.php?filename=0504marinho> Ahora en < www.worldscreen.com/articles/display/9977> bajo suscripción.

En el mismo artículo mencionado anteriormente, el profesor Sergio Mattos sigue con la lista de ejemplos de vida de Roberto Marinho, pero que pueden ser aplicados a la vida de los dos magnates, de forma más o menos incisiva, dependiendo de la historia y del momento. Enlista Mattos:

- . Siempre se mantuvo actualizado con las tendencias políticas y económicas, además de acompañar el desarrollo tecnológico en el mundo;
- . Fue osado y corría riesgos. Como empresario, apostaba en ideas revolucionarias e importaba nuevas prácticas gerenciales y profesionales. Como periodista, nunca tuvo miedo a la confrontación, haciendo oposición, o apoyar, uniéndose a presidentes o a corrientes partidarias;
- . Supo ejercer el poder en defensa de sus principios e ideales. Nunca buscó el aplauso fácil, pero tenía conciencia de su poder y sabía que todos los que lo buscaban siempre lo hacían para pedir algo, defendiendo intereses personales. Exactamente por eso, sabía dosificar su apoyo;
- . Supo mantener la unión familiar alrededor del negocio, entrenando a sus hijos en el arte y en el oficio, exigiendo que todos conocieran y supieran hacer de todo dentro de las empresas;
- . Supo identificar el momento exacto de irse y cómo conducir personalmente su sucesión;
- . Tuvo el sentido de la oportunidad y ha aprovechado todas las oportunidades que le han sido presentadas. Sabía el momento exacto de avanzar o de retroceder para adoptar nuevas actitudes y desafíos empresariales, por ejemplo, las sociedades firmadas incluso con la competencia;
- . Fue un gran negociador y con flexibilidad supo sacar partido para beneficiar a sus empresas;
- . Reconocía sus propios límites y por eso siempre buscó trabajar con los más competentes, independientemente de ideología, raza o creencia religiosa. Creía y apostaba en las buenas ideas y propuestas revolucionarias;
- . Respetaba a sus adversarios, pero sólo entraba en una competencia para ganar;
- . Era un líder nato. No agredía ni humillaba a los subordinados, pero conducía sus negocios con mano de hierro: todos sabían de quién era la última palabra;
- . Buscaba ver a profundidad los hechos (económicos y políticos), nunca limitándose a las burbujas de la superficie;
- . Siempre buscó estar en el lugar indicado a la hora indicada;
- . Exigía fidelidad a la empresa, a su misión y al cumplimiento de los objetivos planeados;
- . La diversidad de actuación empresarial fue la receta para la construcción del mayor conglomerado de comunicación de Brasil (Mattos, 2007:10-11).

Sin embargo, lo que hace Sergio Mattos aquí, quizás sea nada más que describir un empresario de éxito, de cualquier rama de la economía. Como magnates, los Azcárraga, los O’Farrill, Roberto Marinho y Assis Chateaubriand supieron emprender. Algunos eran hombres de mucha cultura, pero ninguno era excepcionalmente inteligente. Sin embargo, usaron la inteligencia que tenían para hacer crecer sus negocios.

Los Azcárraga, los O’Farrill y los Marinho, en diferentes etapas de sus historias y de sus negocios, supieron cuándo retroceder. Chateaubriand nunca bajó la ametralladora que era su pluma; llegó a senador, a embajador, acumuló una cantidad enorme de medios de comunicación y casi al final de la vida desistió de todo –menos de la pluma ametralladora–.

La metáfora de la ametralladora de Chateaubriand se puede ver como el opuesto simétrico a la declaración de Roberto Marinho después del suicidio del presidente Getúlio Vargas: “apoyar a todos los gobiernos”.

Estas decisiones (“apoyar a todos los gobiernos”, “ser soldado del PRI o del presidente en turno”) fueron fundamentales para el desarrollo de las dos emisoras, aunque expliquen mejor parte del éxito de TV Globo una vez que, de hecho, es la gran diferencia entre el *modus operandi* de Marinho y Chateaubriand.

Por otro lado, la fusión, la unión, la adquisición de empresas competentes –es decir, la concentración en su forma más explícita– ha sido lo más frecuente en la historia de Televisa. El éxito de la emisora sí se explica por un lado por el apoyo a los gobiernos en turno, pero la concentración económica y de frecuencias juega un papel esencial en el despliegue del Canal de las Estrellas hacia el cielo de las mayores emisoras del mundo.

Cap.3. Relación legal entre Estado y medios

i. Legislación en los dos países (régimen legal de medios) 1920-1960

El capítulo anterior se centró en resumir las historias de TV Globo, Televisa y parte de la biografía de sus magnates, con el objetivo de presentar una visión general de cómo las relaciones personales, económicas y políticas de los Azcárraga y de Roberto Marinho posibilitaron la creación y la consolidación de las dos emisoras.

En este capítulo serán analizados los marcos jurídicos de Brasil y México hasta la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) de México (1960) y de la Ley del Código Brasileño de Telecomunicaciones (CBT), de 1962.

En el primer apartado serán expuestos los avisos, decretos, leyes y otras normas legales anteriores a la LFRT de 1960 y al CBT, que han sido las primeras legislaciones **consolidadas** sobre la radiodifusión en incidir directamente sobre la televisión. La intención es destacar otras normas legales anteriores a las dos leyes, que han regulado de alguna forma el funcionamiento de la TV por el Estado.

Vale la pena recordar que la televisión arrancó en México y en Brasil en los años 1950, a partir del modelo comercial estadounidense. La LFRT de México y el CBT fueron promulgados en los 1960s.

Con esto, parecería legítimo afirmar que el mercado disfrutó de tiempo suficiente para fijar de hecho las estrategias que más le conviniera en el sector hasta que el Estado interviniera con un marco regulatorio ajustado a lo que los empresarios ya habían erigido (Mastrini & Becerra, 2001:3). Esta hipótesis será trabajada a lo largo de este capítulo.

A través del comentario de las leyes que incidían sobre la radiodifusión entre 1920 y 1960 y del análisis de la Ley mexicana y del Código brasileño, el objetivo de este capítulo es contestar la siguiente pregunta:

¿Es posible demostrar que los primeros marcos jurídicos de la televisión, tanto en Brasil como en México, formularon reglas que favorecieron los intereses de las empresas de televisión comercial por encima de la función primordial de regulación del sector?

A continuación, como se ha mencionado, serán presentados algunos análisis de la construcción del marco jurídico en México y en Brasil, entre las décadas de 1920 y 1960, a partir de autores ya mencionados en otros apartados y otros que han tratado específicamente el tema del marco jurídico.

El segundo apartado de este capítulo presenta un análisis comparativo de los artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión, de 1960 (México) y la Ley del

Código Brasileño de Telecomunicaciones, de 1962 (Brasil). Al final, será hecha una conclusión parcial de este capítulo.

Los primeros marcos jurídicos de la radiodifusión en México

Un análisis de la historia de la legislación de radio y TV en México puede señalar que, aunque el Poder Ejecutivo Federal por mucho tiempo haya gozado de una discrecionalidad desmedida en su autoridad para otorgar concesiones de la radiodifusión, el rol del Estado, por mucho tiempo, no ha sido más que de mero administrador y, en muchos casos, hasta agente de los intereses de los empresarios de este ramo. Eso les ha permitido estructurar un poder casi monopólico, una vez que la mayoría de las disposiciones reglamentarias son meramente técnicas o facultativas, actuando poquísimas veces como real mediador de conflictos entre lo público y lo privado (Berrueco García, 2006: 82; Fernández Christlieb, 1982:107), como sintetiza Fátima Fernández Christlieb:

El Estado no ha hecho sino organizar e impulsar la industria de radio y televisión, y solo en momentos en que la estabilidad social se ve amenazada, el Estado intenta controlar legalmente a los industriales, sin conseguirlo (...) Este hecho se explica por el poder político –que poseen los industriales de radio y televisión– no sólo como dueños de las mencionadas industrias, sino de aquéllas ubicadas en otras relevantes ramas de la producción, donde igualmente aparecen como propietarios. La importancia de las acciones o inacciones de los industriales de radio y televisión es, así, decisiva en aspectos fundamentales de la política económica nacional. De aquí que todo gobierno que pretenda realizar reformas, en la propiedad o en el funcionamiento de radio y televisión debe aceptar una reducción de su margen de acción por parte de los empresarios y dedicarse a legislar de manera administrativa o facultativa, sin limitar en términos generales, los privilegios de las industrias que nos ocupan (Fernández Christlieb, 1982:107,116).

Esta revisión del marco legal de la radiodifusión mexicana empieza un poco antes de década de 1920. El antecedente tecnológico de la radiodifusión fue la telegrafía sin hilos (radiotelegrafía), que era usada para la transmisión de mensajes por código Morse.

Ya en 1916, el presidente Venustiano Carranza (1917-1920) dictó un primer intento de organizar las radiocomunicaciones, a través del *Decreto sobre Estaciones Radiotelegráficas*. Aunque incipiente, el desarrollo de las comunicaciones por radiotelegrafía era bastante importante, y este Decreto del 31 de octubre de 1916 las sometía a autorizaciones gubernamentales y establecía multa para los infractores (Silva Guerrero, 2011:207-208).

Las primeras emisiones radiofónicas en México se realizaron en 1921 (Fernández Christlieb, 1982:88). Uno de los sucesos de la década de 1920 en México fue el *boom* de estaciones de radio, acompañada de igual diseminación de organizaciones de radiodifusores. La intención de los empresarios, obviamente, era establecer el modelo comercial como el dominante de la industria (Fernández Christlieb, 1982:89), lo que de hecho han logrado.

Son también de esta década los primeros reglamentos del sector de la radiodifusión. Regresando a estas fechas, se puede tener una idea de cómo nace la discrecionalidad que el Poder Ejecutivo Federal tiene sobre el régimen de concesiones y

cómo se fue estructurando el poderío monopólico de los empresarios de este sector (Berrueco García, 2006:82).

En 1923, la fusión de la Liga Nacional de Radio con el Club Central Mexicano de Radio y con el Centro de Ingenieros originó la Liga Central Mexicana de Radio (LCMR). Aunque bastante diminuta, la Liga fue de alguna forma el embrión de lo que vendría a ser la grande e importante Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión en la década siguiente.

Entre otras actividades, la LCMR se dedicaba a construir propuestas jurídicas para reglamentar la radiodifusión a modo de los empresarios. Y con la intercesión del Poder Ejecutivo, una vez que fue el propio presidente Álvaro Obregón (1920-1924) quien encomendó a la Liga la elaboración de un proyecto legal para “conciliar los intereses privados y los generales en materia tan importante” (Fernández Christlieb, 1982:98).

Con eso, Fátima Fernández Christlieb (1982) afirma que:

Desde el primer proyecto de ley por [las emisoras privadas] elaborado, es notoria la primacía que sus emisiones tendrán sobre las de cualquier instancia gubernamental. (...) Esta tónica de presión al Estado por la vía legislativa es retomada por los industriales de la radiodifusión cada vez que las disposiciones jurídicas vigentes se ven rebasadas por los avances técnicos o por los acontecimientos políticos (Fernández Christlieb, 1982:89).

El 24 de octubre de 1923, la administración de Obregón volvió a publicar el Decreto sobre estaciones radiotelegráficas de 1916 como forma de reiterar su validez, bajo el extenso nombre de “Aviso poniendo en conocimiento del público que está vigente el Decreto sobre estaciones radiotelegráficas, expedido el 19 de octubre de 1916” (Silva Guerrero, 2011:208).

Además de las reglas sobre autorizaciones, el *Aviso* determinaba que las concesiones para implementación de estaciones de radio deberían ser emitidas, a partir de aquel momento, por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y que aquellos que hubieran empezado a transmitir antes del *Aviso* tenían un mes para tramitar el permiso que regularizaría su situación, o verían su estación clausurada, además de recibir una multa. Otra regla destacada del *Aviso* sostenía que la nacionalidad mexicana era obligatoria para que uno pudiera ser propietario de una estación de radiodifusión (Berrueco García, 2008:83).

El *Aviso* fue suplido por la Ley de Comunicaciones Eléctricas (LCE) de abril de 1926 (publicada el 6 de mayo de ese mismo año), durante el gobierno de Plutarco Elías Calles (1924-1928). En este momento, las radiocomunicaciones ya sufrían problemas de saturación de frecuencias e interferencia en señales; por eso, el Congreso de la Unión había concedido facultades extraordinarias al Presidente de la República para elaborar la LCE, entre otras normas (Berrueco García, 2006:83; Luz Álvarez, 2012:384), .

El artículo 1º de la LCE establecía que:

Las comunicaciones eléctricas comprenden, para los efectos de esta Ley, la telegrafía, la radiotelegrafía, la telefonía, la radiotelefonía y cualquier otro sistema eléctrico de transmisión y recepción con o sin hilos conductores de sonidos, signos o imágenes (López Olvera, 2011:232).

Esta descripción posibilitaba a los dirigentes oficiales tener autoridad de aplicar la regla a la radiodifusión y ya asentaba las bases para organizar el funcionamiento de medios con imagen –en aquel momento, la transmisión de fotos, una vez que la primera transmisión de TV estaba a algunas décadas de distancia–.

Como ha sido señalado en el capítulo anterior, mientras el presidente Plutarco Elías Calles (1924-1928) se ocupaba de centralizar el país y recuperar la economía – además de todos otros grandes retos pos Revolución Mexicana para estabilizar al país– los capitales extranjeros presentes en la República se movilizaban para encontrar nuevas formas de acumulación de capital. La radiodifusión era una de esos recursos (Fernández Christlieb, 1982:90-91).

Sin embargo, la legislación callista buscaba fortalecer la idea de que los intereses particulares que actuaban por concesión deberían estar subordinados al Estado, mediante autorización requerida al presidente de la República, que la otorgaría (o no) a través de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. Seguía la regla de que los operadores de instalaciones de comunicaciones eléctricas deberían tener nacionalidad mexicana. La Ley de Comunicaciones Eléctricas confirió diferentes conceptos para instalaciones radiodifusoras y estaciones de experimentación⁷³, pero no clasificó a estaciones comerciales por sus ingresos económicos ni mencionó a radioemisoras culturales y oficiales, que ya operaban en ese año. Esta Ley fue la primera en establecer algunas reglas para los contenidos transmitidos; una prohibición a:

Transmitir noticias o mensajes cuyo texto fuera contrario a la seguridad del Estado, al orden público⁷⁴, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje o que causaran escándalo o que atacaran en cualquier forma al gobierno o a la vida privada de las personas (Berrueco García, 2006:84).

Además de establecer el sistema de concesiones, la Ley fijó en su artículo 26 que éstas no serían otorgadas en condiciones de competencia nacional, o que pudieran constituir monopolio a favor del concesionario. Sin embargo, dejó en manos del Poder Ejecutivo la discrecionalidad de decidir el plazo de la concesión, una vez que no excediera **los 50 años** (Berrueco García, 2006:84; Fernández Christlieb, 1982:99).

En los cortos mandatos de Emilio Portes Gil (1928-1930) y Pascual Ortiz Rubio (1930-1932), fueron firmadas algunas regulaciones estatales: una sobre anuncios comerciales por la radio, en conexión con la red telegráfica nacional –un generoso permiso de uso de instalaciones públicas nacionales para que actores particulares

⁷³ “Esta ley definió las instalaciones radiodifusoras como: aquellas que se establecieran para divulgar conferencias, conciertos y noticias varias de interés general. En tanto, consideró a las estaciones de experimentación como: aquellas que se dedicaran exclusivamente a trabajos de investigación científica de la radiocomunicación”, explica Adriana Berrueco García (2006:84).

⁷⁴ Estas reglas llegaron a reflejarse en la LFRT, que dice en el inciso I del Artículo 64 que “[No se podrán transmitir] noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o el orden público”.

podrían comercializar espacio-aire– y otra sobre la obligación de la radiodifusión de prestar cuentas al fisco.

En mayo de 1929, un decreto aprobó la Convención Radiotelegráfica Internacional realizada en Washington en ese mismo año. Entre 1931 y 1932, fueron promulgadas respectivamente la primera y la segunda Leyes de Vías Generales de Comunicación, en las cuales la radio se encuadraba entre otros tipos de medios (Fernández Christlieb, 1982:99,102,109,114).

La Ley de Vías Generales de Comunicación de 1931 tiene como puntos destacados la adjudicación a la jurisdicción del Ejecutivo Federal de todo lo relacionado a vías generales de comunicación –incluso el otorgamiento de concesiones y permisos– y también el establecimiento de contribuciones, tarifas, impuestos y horarios de funcionamiento de las estaciones radiofónicas. La Ley seguía con la regla del plazo máximo de *50 años* para las concesiones, con la posibilidad para el Ejecutivo de negarlas “cuando a su juicio no conviniera a los intereses nacionales” (Berrueco García, 2006:86).

Los artículos 538, 539 y 540 definían que las estaciones comerciales eran aquellas: “establecidas para la explotación de propaganda comercial, mediante la divulgación de conferencias, conciertos y servicios varios de interés general”, mientras las de experimentación eran “las dedicadas exclusivamente a trabajos de investigación científica de la radiocomunicación” y las culturales deberían exclusivamente tener fines de divulgación cultural. Era vedada la explotación comercial tanto de las instalaciones como de la programación de estas últimas (Berrueco García, 2006:86).

Menos de un mes después de la promulgación de la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1931, fue publicado un Decreto que estableció el Servicio de Anuncios Comerciales por Radiodifusión en Conexión con la Red Telegráfica Nacional, uno de los más claros antecedentes del intercambio comercial entre el gobierno mexicano y los industriales de los medios de comunicación (Berrueco García, 2006:87).

El 28 de septiembre de 1932, fue publicada una nueva Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte, a partir de facultades extraordinarias concedidas por el Congreso de la Unión al presidente Ortiz Rubio. Uno de los (pocos) cambios venía en el artículo 1º, que incluía la radiodifusión como una de las vías generales de comunicación (Berrueco García, 2006:88), aunque las transmisiones radiofónicas ya eran realizadas en México desde 1921, pero como Comunicaciones Eléctricas.

Otro punto interesante de la Ley de 1932 era que la autoridad podría negar la concesión bajo la existencia de condiciones que pudieran resultar en monopolio del concesionario (Berrueco García, 2006:86), aunque fuera algo ya previsto en la Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926. Los monopolios en México ya eran prohibidos desde la Constitución de 1857. Sin embargo, los primeros cuestionamientos robustos a la práctica en telecomunicaciones no llegaron sino hasta los años 1990 (Fernández Christlieb, 2009: 231).

Además, los concesionarios de radiodifusoras comerciales eran obligados a transmitir gratuitamente “los mensajes de cualquier autoridad que se relacionaran con la seguridad o defensa del territorio nacional, a la conservación del orden o cualquier calamidad pública”⁷⁵ (Berrueco García, 2006:88).

En la también corta presidencia de Abelardo L. Rodríguez (1932-1934), el día 10 de julio de 1933 fueron publicados el reglamento del capítulo VI del libro quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, y la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras. Dedicado exclusivamente a la radiodifusión, el reglamento otorgaba “todo tipo de facilidades para la expansión de la radio comercial”, en consonancia con la Ley Federal de Comunicaciones estadounidense, anunciada en 1934, y con las reglas callistas, que ya permitían a los concesionarios trabajar por el modelo de radiofonía comercial del vecino del norte (Fernández Christlieb, 1982:99, 109).

La Ley establecía que todas las radiodifusoras instaladas en el territorio mexicano estaban obligadas a pagar un 5 % anual sobre sus ingresos brutos (arts. 2º y 3º), determinados trimestralmente por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Los arts. 5º y 6º conferían poderes a la Secretaría de Hacienda para ser la responsable por la auditoría de estas empresas. Existía la previsión de inhabilitación de permisos para radiodifusores con adeudos por concepto del impuesto; sin embargo, una vez pagada la deuda, cesaba el impedimento (Berrueco García, 2006:88-89).

En 1936, el primer Reglamento de las Estaciones *Radioeléctricas* Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados fue expedido por el presidente Lázaro Cárdenas del Río (1934-1940). Entró en vigor el 1º de enero del año siguiente y derogó el Reglamento anterior. No traía grandes cambios en relación a la legislación anterior, solamente actualizaciones técnicas, aunque puede ser considerado un importante antecedente de la LFRT de 1960. El 28 de diciembre de 1938, un Decreto aprobó el Convenio Regional Norteamericano de Radiodifusión (Fernández Christlieb, 1982:99, 109,114).

Con todo lo anteriormente mencionado, la importancia del sexenio de Cárdenas en el sector –pese al frustrado intento del entonces Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Francisco J. Múgica, de frenar el avance comercial de la radiodifusión en México, comentado en el capítulo anterior– radica también en la promulgación de la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, en 1936. Dicha Ley resultó en la creación de la Asociación Mexicana de Estaciones Radiofónicas Comerciales (AMERC), en 1937, antecedente inmediato de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (Berrueco García, 2006:92), de 1941, que tenía Emilio Azcárraga Vidaurreta al frente (Fernández Christlieb, 2009: 228-229).

La Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión fue creada entonces para adecuarse a la ley cardenista que obligaba a industriales de diferentes ramas económicas a unificarse en una cámara para colaborar con el Estado (Fernández Christlieb, 1982: 99

⁷⁵ Regla que también se vio reflejada en la LFRT (Artículo 60).

y 102). “Puede decirse que la intención de Cárdenas fue que los empresarios participaran en la maquinaria del gobierno, de una manera distinta, si bien equivalente a la de los sectores que integran el partido político oficial” (Fernández Christlieb, 1982:102). Arnaldo Córdova (1986) afirma que:

Con la promulgación de la Ley de Cámaras de 1936, las asociaciones patronales se convirtieron (...) en sectores políticos elitarios [sic] que mantenían una relación con el gobierno, exclusiva, cuasi-secreta, de oficina. Éste sería el caso de los empresarios dedicados a la explotación de la radio (Berrueco García, 2006:90).

Como ha sido mencionado en el capítulo anterior, la intención del presidente Cárdenas era tener la participación y el apoyo de los empresarios de la radiodifusión en su gobierno, cercano a lo que había conseguido con la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y con la Confederación Nacional Campesina (CNC). Sin embargo, los empresarios construyeron su propia agenda para la CNIR: en vez de ser herramientas del cardenismo, los empresarios usaron la Cámara como llave para abrirse las puertas del Estado y poder influenciar los Poderes a su favor.

El mandato cardenista también fue escenario de dos años de discusiones entre el Ejecutivo, el Legislativo y la industria de la radiodifusión sobre el texto de una nueva Ley de Vías Generales de Comunicación, la tercera con la misma denominación. La Ley fue consolidada en diciembre de 1939, y entró en vigor el 19 de febrero del primer año de gobierno de Manuel Ávila Camacho (1940-1946). El Reglamento y la Ley cardenistas fueron adoptadas por varios gobiernos posteriores como pilares de otros marcos jurídicos (Fernández Christlieb, 1982:110).

También bajo el gobierno de Ávila Camacho, México entró plenamente en la etapa de industrialización y consecuentemente se aceleró el crecimiento de la industria radiofónica (Berrueco García, 2006:93). Se dice que a partir de entonces el sector privado pasó a percibir un gran amparo de los gobiernos mexicanos, a través de políticas monetarias, fiscales, comerciales y laborales (Fernández Christlieb, 1982:103).

Después de más de una década de inversión en el sector, fue en el sexenio de Ávila Camacho que se consolidaron las empresas que se dedicaban a la radio comercial. El número de estaciones aumentó de 125, en 1941, a 240 en 1946. La inversión en el sector aumentó en un 600 % en relación a 1936. En estos años, México llegó a ser el segundo mayor país del continente en materia de radio, detrás de Estados Unidos (Berrueco García, 2006:94⁷⁶).

Un apoyo tácito a la industria de la radiodifusión permeaba la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1940. Aún en vigencia, aunque con decenas de reformas, principalmente por el progreso de las tecnologías de las telecomunicaciones (Berrueco García, 2006:92; López Olvera, 2011:233), la Ley de 1940 traía reglas más complejas, poco claras y que concedían amplia discrecionalidad a la autoridad (Hernández Ochoa, 2011:5).

⁷⁶ A partir de datos de Leyva, Juan, (1992) *Política educativa y comunicación social. La radio en México 1940- 1946*. México, UNAM, Centro de Estudios Sobre la Universidad, pp. 41 y 42.

El artículo 80 de la Ley de 1940 establecía la obligatoriedad de que concesiones o permisos para establecer y explotar vías generales de comunicación deberían ser requeridas al Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Comunicaciones, solamente por ciudadanos mexicanos o sociedades constituidas conforme a las leyes del país (Berrueco García, 2006:92). El art. 9º aclaraba que estaciones radiodifusoras culturales, de experimentación científica y las de aficionados no necesitaban concesión, sino permiso (López Olvera, 2011:234).

Bartolomé A. Fiorini (1944) explica la distinción entre concesión, autorización y permiso:

La primera es la transferencia a un particular para que desarrolle, por su propia cuenta y a nombre del Estado, la actividad de un servicio público. La autorización es el reconocimiento por la administración a un particular para que desarrolle una actividad de necesidad pública. El permiso es la ventaja excepcional que la administración permite a un particular de los beneficios de un servicio público (Márquez Gómez, 2011:41-42).

El artículo 15 de la Ley de 1940, a su vez, establecía que el interesado en una concesión debería presentar estudios técnicos (sin especificar cuáles) que servirían de base para el dictamen (a favor o en contra) de la autoridad, que podría aún determinar modificaciones a la solicitud del requirente (Hernández Ochoa, 2011:5). Dicha discrecionalidad concedida al dirigente responsable por la concesión posibilitaba la toma de decisiones poco transparentes o bastante subjetivas, lo que abría, a su vez, camino a negociaciones entre las partes interesadas (el potencial concesionario y la autoridad).

Una diferencia importante de la Ley de 1940 a legislaciones anteriores es que los presidentes Cárdenas y Ávila Camacho no contaron con facultades extraordinarias para expedición de la Ley; en su lugar, varios integrantes del Poder Legislativo intervinieron activamente para modificar el proyecto original elaborado por Cárdenas (Berrueco García, 2006:93).

En 1942, el Reglamento de las Estaciones *Radioeléctricas* [cursivas añadidas] de Cárdenas fue actualizado con la promulgación del Reglamento de Estaciones *Radiodifusoras* [cursivas añadidas] Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados, que garantizó la expansión de esta industria (Fernández Christlieb, 2009: 229).

Los cinco artículos de la Ley se dedicaban a especificar cuál era cada modalidad del título. Seguía fijando 50 años como fecha tope de las concesiones para las emisoras comerciales, mientras a las otras variedades les era permitido transmitir nada más con permisos de la Secretaría de Comunicaciones. Seguían también las obligaciones en las que las concesiones solamente serían otorgadas a aspirantes con nacionalidad mexicana, fueran ellos individuos o participantes de sociedades. La misma regla valía para anunciadores, narradores, cronistas y críticos, aunque extranjeros “con reconocida capacidad” sí podían actuar (Berrueco García, 2006:94).

A su vez, desde la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, Azcárraga Vidaurreta intentaba organizar la unificación de la legislación del sector. Durante el sexenio de Ávila Camacho:

Se redactan los “puntos básicos para la legislación de radio”, entre los que se encuentran la definición de este medio de difusión como un servicio de *interés público [cursivas añadidas]* –en contraposición al *servicio público europeo [cursivas añadidas]*–, la naturaleza privada de la actividad radiofónica y el *otorgamiento de licencias por tiempo indeterminado [destacadas añadidas]*. Para la defensa del modelo comercial de la radio, Azcárraga Vidaurreta organiza, en octubre de 1946, el Congreso de Radioemisoras de las Américas que se celebró en la Ciudad de México con radiodifusores de 19 países del hemisferio. Ahí se decidió crear un organismo, la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR)⁷⁷, (...) que durante años tuvo como objetivo presionar a los gobiernos que intentaban intervenir en la radio o en la televisión a través de alguna ley (Fernández Christlieb, 2009: 229-230).

Emilio Azcárraga Vidaurreta fue el tercer presidente de la AIR. En una declaración hecha para su primera asamblea, la Asociación proclamaba:

La radiodifusión es un servicio de interés público, es una actividad privada y libre que no puede ser monopolizada por el Estado u otras personas jurídicas de derecho público y privado. La libertad de pensamiento e información debe ser garantizada por el Estado (Fernández Christlieb, 1982:114)⁷⁸.

Como bien señala Fernández Christlieb (1982), la protección a la libertad de pensamiento, información y expresión es enfáticamente usada por los grandes dueños de medios cada vez que un gobierno manifiesta algún intento de regulación sobre el sector hasta nuestros días.

El siguiente jefe del Poder Ejecutivo Federal, Miguel Alemán Valdés (1946-1952) fue el presidente que otorgó las primeras concesiones para la implantación de la Televisión en México. Primer presidente civil después de la Revolución Mexicana de 1910, un modernizador, fue el que más representa el poder de discrecionalidad que gozan los jefes del Ejecutivo (Berrueco García, 2006:95; Fernández Christlieb,1982:110).

Rómulo O’Farrill, el primer agraciado con una concesión de TV en México, la había solicitado en 1948. La recibió al año siguiente. Emilio Azcárraga Vidaurreta, aunque la requirió antes, tuvo que esperar cuatro años (entre 1946 y 1950) hasta ser beneficiado. González Camarena había sido el primero en pedir una concesión, en 1947. Fue solamente el tercero en obtenerla.

La radiodifusión tuvo unos meses bastante concurridos en el año de 1950: en febrero, “como medida preparatoria al advenimiento de las primeras transmisiones televisivas” (Berrueco García, 2006:95); Miguel Alemán publicó en 11 de febrero el “Decreto que fija las normas a las que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión”.

⁷⁷ Fátima Fernández Christlieb resalta en su texto original, de 1982, que la AIR aún existía. Y sigue en plenos trabajos en 2015. Entre 1984 y 1985, como resultado de eventos en Madrid y Buenos Aires, la AIR decide recibir la participación de radiodifusores de otras regiones del mundo y pasó a llamarse Asociación Internacional de Radiodifusión.

⁷⁸ Fernández y Paxman (2013:131) comentan que en 1946, Azcárraga Vidaurreta “fundó Televisión Asociada, una organización latinoamericana dedicada a presionar a los gobiernos para la obtención de concesiones comerciales”.

Puramente técnico, el Decreto declaradamente se basaba en el Reglamento de Estaciones Radiofónicas de 1937 (Fernández Christlieb, 1982:110-111), pero también era la consolidación legal de la parte de las recomendaciones hechas por la comisión formada por Salvador Novo y González Camarena que planteaba la compatibilidad técnica con el modelo estadounidense. El Decreto también declaraba que la actividad de la radiodifusión en México debería tener un carácter “eminente social” y que la televisión debería llegar a ser un “verdadero servicio de utilidad pública” (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:84).

La gestión de Alemán también hizo algunas modificaciones secundarias a la Ley de Vías Generales de Comunicación, que quedaron como legado jurídico técnico de este presidente a la radio y a la TV (Fernández Christlieb, 1982:110-111).

El presidente Alemán se exculpaba de no presentar un proyecto de ley que regulara en forma amplia y detallada a la televisión, con el argumento de que un ordenamiento de tal naturaleza pronto sería obsoleto por los frecuentes cambios que las técnicas sobre televisión generarían (Berrueco García, 2006:96).

En julio de 1950, Azcárraga Vidaurreta recibió la concesión para su XEW-TV (Canal 2) (Fernández & Paxman, 2013:138). El 1º de septiembre, la XH-TV (Canal 4) de Rómulo O’Farrill inauguró la TV en México, con la transmisión en vivo del cuarto informe del presidente Miguel Alemán Valdés (González de Bustamante, 2015:31), como ya se ha mencionado.

Cada vez más durante este sexenio se intensificaba la dependencia económica de México hacia los Estados Unidos. De forma concomitante, fueron promulgados tres decretos y un acuerdo⁷⁹ con base en convenciones internacionales. La controversia aquí es que dichas convenciones son generalmente instauradas por los propios actores de la industria de la radiodifusión a través de asociaciones internacionales, como la ya mencionada AIR (Fernández Christlieb, 1982:98-99,103,111).

Sólo en el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958) comenzaron a aparecer medidas jurídicas que limitaban la actuación del sector empresarial (Fernández Christlieb,1982:100).

En octubre de 1953 fue publicado el Reglamento de los Certificados de Aptitud para el Manejo de Estaciones Radioeléctricas y su Anexo. Este reglamento catalogaba a las estaciones de radio en siete modalidades⁸⁰, y definía los conocimientos que debían poseer los operadores de las estaciones y las normas de responsabilidad profesional de los mismos (Berrueco García, 2006:98).

⁷⁹ Decreto del 10 de febrero de 1948, que aprobaba la Convención Internacional de Radiocomunicaciones firmada el 25 de septiembre de 1945 en Río de Janeiro; Decreto del 25 de febrero de 1948, promulgado algunas semanas después, el 17 de marzo, que aprobaba un convenio para regularizar el uso de la banda normal de radiodifusión de la región norteamericana; Acuerdo internacional firmado en México en 1949 (publicado en 21 de junio de 1951) sobre radiodifusión por altas frecuencias; y un Decreto del 22 de junio de 1951 que aprobaba el Acuerdo anterior (Fernández Christlieb, 1982:114).

⁸⁰ Las siete modalidades de estaciones son: de radiodifusión, de aficionados, de comunicación privada, de aeronáutica, marítimas, de servicios especiales y oficiales. Además, “por estaciones de radiodifusión se entendía a aquellas que efectuaran emisiones destinadas a ser recibidas directamente por el público en general. Se dividían en estaciones de modulación de amplitud, de frecuencia modulada, de televisión y de facsímil (artículo 20).” (Berrueco García, 2006:97-98).

Un decreto de 1955 establecía algún control gubernamental sobre las transmisiones, con la previsión de intervención y supervisión del Estado. Con esto, salieron a la luz los primeros reclamos públicos de los industriales de radio y televisión en contra de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, a través de la voz de Guillermo González Camarena, tercer concesionario de la televisión en México y cuarto presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (Fernández Christlieb, 1982:100,112); es decir, los ataques nunca fueron directamente contra el Presidente, aunque esto “de ninguna manera [haya alterado] la orientación y finalidad que los industriales privados diseñaron para la radio y la televisión” por décadas (Fernández Christlieb, 1982:98).

La respuesta de los empresarios vino en marzo de ese mismo 1955, con la fusión de las concesiones de los canales 2, 4 y 5 (de Azcárraga, O’Farrill y Camarena) en un totalmente nuevo Telesistema Mexicano, que antes de 1956 ya se había organizado para exportar su programación a otros países de habla hispana (Berruero García, 2006:97).

En 1961, ya complementando las disposiciones de la LFRT de 1960, una nueva ley⁸¹ con reglas para el cobro de impuestos a las empresas de radio y TV fue publicada. Sin embargo, esta ley más bien sirvió de presión o moneda de cambio del gobierno a los empresarios de la radiodifusión, quedándose casi sin efectos hasta la publicación de un decreto en 1969, que determinaba la cesión de 12.5 % de tiempo-aire de los medios al Estado, “que ha sido considerado un impuesto fiscal *sui generis* a las empresas de medios y ha dado pie a mucha polémica” (Hernández Lomelí & Orozco Gómez, 2007:51).

A parte de eso, lo que destacó al final de la década de los 1950 es que cuando Adolfo López Mateos (1958-1964) llegó a la Presidencia, los industriales de la radio ya conformaban un grupo fortalecido por su cohesión y por el poderío financiero conquistado con sus negocios intrínsecos por varias ramas de la economía⁸². Además, a finales de la década de 1950, tenían a su favor a senadores que cambiaron el proyecto de la Ley de Federal de Radio y Televisión aprobado en la Cámara de Diputados⁸³ (Fernández Christlieb, 1982:104-105,157).

La confrontación velada entre un Estado que intentaba controlar legalmente a la radiodifusión e industriales que intentaban ejercer presiones sobre el Estado para proteger a sus intereses duraría por varias administraciones estatales (Fernández Christlieb, 1982:105).

⁸¹ “Ley de Impuestos para las Explotadoras de Radio y Televisión”, abrogada el 1 de enero de 1980.

⁸² A diferencia de Brasil, donde los magnates construyeron sus fortunas con los medios de comunicación, que eran su principal negocio (y no uno más en un portafolio de capitales).

⁸³ Fátima Fernández Christlieb menciona a Antonio Castro Leal (1969, “Radio y Televisión”, en *Los medios de comunicación de masas en México*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Serie Estudios núm. 10, UNAM, México) para confirmar que los senadores actuaron a favor de los empresarios de la radiodifusión durante las discusiones para la aprobación de la LFRT. Decía Castro Leal: “Los diputados nos consideramos un poco traicionados por el Senado, el cual reformó algunos de los puntos que nosotros considerábamos fundamentales. En primer lugar, en el proyecto preparado por nosotros, se establecía un máximo de minutos dedicados a los anuncios intercalados en los programas de radio y televisión. Los señores senadores –acaso por influencia de las empresas de esos servicios– sustituyeron nuestro texto por las siguientes palabras: ‘La propaganda comercial deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación’. Esta frase vaga, destruyó por completo nuestro propósito de impedir que se multiplicaran los anuncios”.

A finales de la década de 1950, el escenario en México era de desarticulación de la estructura de cohesión entre gobiernos y gremios consolidada casi dos décadas antes por el presidente Cárdenas. Crecía a cada día la indignación de ferrocarrileros, petroleros, telegrafistas, electricistas y profesores frente a las constantes peticiones rechazadas por el gobierno.

En 1954, uno de los fundadores de la Confederación de Trabajadores de México – y que se convertiría en líder vitalicio del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Música de la República Mexicana– el entonces diputado federal por el PRI-DF, Juan José Osorio Palacios, presentó un proyecto para una Ley Federal de Radio y Televisión. El proyecto se quedó en la Comisión de la Industria de la Radio y Televisión de Cámara de Diputados hasta 1958, cuando finalmente fue desechado como “carente de actualidad”. Solo en 1959 esta comisión se juntó a la de Estudios Legislativos de la Cámara de Diputados *y con abogados radiodifusores* para redactar el Proyecto de Ley definitivo (Cervantes, 1997; Fernández Christlieb, 1982:156-158).

Como era de esperarse, el texto aprobado en el Senado fue alabado por la CIRT y por industriales de la radio *de todo el continente*, que acompañaban el proceso legislativo con gran interés, a través de su participación en la AIR (Fernández Christlieb, 1982:159).

La Ley Federal de Radio y Televisión, de 1960, “marca la etapa moderna de la regulación de ambos medios de comunicación, por ser la primera que de manera autónoma dictó disposiciones específicas respecto al régimen de concesiones y permisos y demás temas relativos a la radiodifusión” (Berrueco García, 2006:81). No obstante, “resultó ser del completo agrado de los empresarios debido a modificaciones sugeridas por ellos mismos” (Fernández Christlieb, 1982:116).

Diferente a los medios impresos, como el dominio de su espacio territorial, y en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, es inalienable e imprescindible de la Nación (LFRT, 1960, art. 1º), “el gobierno tiene el derecho y la obligación de aprobar las concesiones de las estaciones, regular la industria y monitorear el contenido transmitido” (González de Bustamante, 2015:47), pudiendo intervenir y controlar la radiodifusión “de una forma mucho más directa de lo que es posible con los medios impresos” (González de Bustamante, 2015:47).

Uno de los intentos de control sería a través de las reglas sobre la publicidad vehiculada en la radiodifusión⁸⁴, pero que una vez que carece de firmeza en las sanciones, realmente no limita el poderío económico de los empresarios del sector (Fernández Christlieb, 1982:117).

Otra incorporación importante de la LFRT fue reiterar una intención ya existente del Estado en participar como emisor, aunque con la limitación de hacerlo por canales privados (Fernández Christlieb, 1982:100).

⁸⁴ Artículos 12, 67, 68, 69, 70 y 72 de la LFRT.

La injerencia de los industriales en la Ley consta de varios anales en la radiodifusión en México, como lo muestra el libro “Derecho de la Radiodifusión”, también de 1960, de José Luis Fernández Soto, presidente de la CIRT entre 1961 y 1962. En el libro, cuenta Fátima Fernández Christlieb que Soto era enfático en las opiniones sobre algunos temas polémicos que circundaban la radiodifusión. Una de ellas era sobre si la radio y la TV serían o no servicios públicos. Para él, no. “Quedamos pues, en que la radiodifusión es una actividad de interés público, pero no un servicio público. *Es un servicio al público, pero no un servicio público*⁸⁵” (Fernández Christlieb, 1982:160).

Otra notable injerencia trata del proceso legislativo. Si por un lado el texto que salió de la cámara baja no era tan hecho a modo como les gustaría a los representantes de la radio y de la televisión, éstos encontraron quiénes los oyeran en el Senado.

Cuenta Antonio Castro Leal (1966), exrector de la UNAM, diputado de la XLIV Legislatura y uno de los redactores de la LFRT en 1959, que:

“Mi proposición fue aprobada por la Cámara de Diputados y el proyecto de ley pasó al senado. Los senadores de ese tiempo, más sensibles a los intereses de las empresas, establecieron los 30 minutos, continuos o discontinuos, con lo que se nulificó el espíritu de la proposición” (Fernández Christlieb, 2009: 232).

Sin embargo, en el caso de los Azcárraga, las negociaciones con el Poder Legislativo han sido menos energéticas que otras dos prácticas: tratar directamente con integrantes de Los Pinos, y tener a sus propios legisladores. Ya desde hace décadas es posible “identificar a los legisladores fieles a la industria televisiva” entre “concesionarios [también] de radio, empleados de las televisoras y líderes sindicales” (Fernández Christlieb, 2009: 231-232).

En el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), el Estado mexicano comenzó a participar en la radiodifusión como emisor de radio y televisión, como una forma de control adicional a la legal. Dice Fátima Fernández Christlieb que:

El régimen de Díaz Ordaz es importante para comprender el estado actual de las relaciones de los concesionarios con el Estado por tres motivos:

Primero, porque a la aplicación de la ley, el Estado agrega su participación en las transmisiones programadas.

Segundo, porque ante las disposiciones gubernamentales (cuyo fin real pudo haber sido no el dominio de los medios sino una reivindicación pública del régimen diazordacista) los industriales de radio y televisión ejercen una de las presiones más claras y eficaces, de cuyo análisis se desprenden importantes conclusiones sobre el funcionamiento de los industriales de radio y televisión como grupo de presión.

Tercero, porque bajo el gobierno de Díaz Ordaz, el Estado da la concesión para un canal de televisión al grupo industrial de Monterrey, con lo que se suma un grupo económico diferente al que maneja la industria de radio y televisión desde su inicio (Fernández Christlieb, 1982:105).

⁸⁵ Fernández Soto, José Luis, (1960) *Derecho de la Radiodifusión*. México, p. 44. Las cursivas son del autor.

Además, el Estado diazordacista pasó a dictar medidas⁸⁶ que podrían no sólo administrar, sino organizar la industria. Un ejemplo era el acuerdo que constituyó una Comisión Intersecretarial para regir el tiempo de transmisión del que dispone el Estado en radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales (Fernández Christlieb, 1982:112). No obstante, al cierre del sexenio de Díaz Ordaz, el 17 de diciembre de 1969, un decreto reformó los artículos 17 y 19 de la LFRT de 1960, disminuyendo las reglas para solicitud y trámites para las concesiones: los interesados en una autorización pasaban a tener que esperar por un aviso publicado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en el Diario Oficial para presentar su solicitud, que sería analizada por la SCT y publicada en el D.O. y en un periódico de circulación nacional, para que personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presentaran objeciones.

Sin embargo, si la LFRT y los decretos diazordacistas aparentemente beneficiarían las clases media y baja, en verdad no eran más que herramientas por las cuales “los industriales de radio y televisión manifiestan un poder real frente al Estado en contraposición al poder formal que éste ejerce frente a aquéllos” (Fernández Christlieb, 1982:117-118).

Aún así, las presiones sobre los radiodifusores siguieron en el sexenio de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976). Además de crear una Subsecretaría de Radiodifusión en la estructura de la Secretaría de Comunicación y Transportes en su primer día de gobierno, la gestión de Echeverría montó un canal de televisión del Estado, con ambiciones educacionales, y luchó por el uso estatal del tiempo completo de programación en canales comerciales –12.5 %, beneficio concedido por el gobierno de Díaz Ordaz, que implementó la regla pero no la aplicó por completo⁸⁷–, la instalación de un canal estatal de TV y, una de las más graves confrontaciones con los empresarios: la posibilidad de la estatización de la industria de la radiodifusión (Fernández Christlieb, 1982:123).

La nacionalización⁸⁸ de la radio y de la TV fue planteada en noviembre de 1971, por declaraciones de un consejero de la Presidencia de la República publicadas en diarios, en medio de una campaña para mejorar la educación en el país. Inmediatamente, los empresarios participantes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión empezaron a organizarse para el contraataque (Fernández Christlieb, 1982:106, 119, 121,122).

En junio de 1972, los radiodifusores, liderados por Emilio Azcárraga Milmo y organizados como grupo de presión, se fueron directamente a Los Pinos para discutir cara a cara con Echeverría la nacionalización de sus medios. Salieron de una acalorada discusión con la certeza del mantenimiento de sus negocios en la esfera comercial (Fernández Christlieb, 1982:132-133, Fernández y Paxman, 2013:446-455).

⁸⁶ “Díaz Ordaz intentó obligar a los radiodifusores a pagar 25% de impuestos, como forma de presión del gobierno *sobre* la industria; después de seis meses de discusión, los impuestos acabaron transformados en 12.5% de tiempo aire.

⁸⁷ “En realidad, hacia julio de 1971 sólo se utilizaba 2.9% de ese tiempo de transmisión” (Fernández & Paxman, 2013:449).

⁸⁸ Como explicado en la p. 81, nacionalización aquí significa pasar el control de una empresa privada al Estado, es decir, no tiene que ver con hacer nacional una empresa bajo el control extranjero.

Cinco meses después, se fortalecerían aún más con la fusión de Telesistema Mexicano y de Televisión Independiente de México –el grupo de Monterrey– en una nueva razón social: Televisa S.A. (Fernández y Paxman, 2013:460; Fernández Christlieb, 1982:106).

Como cierre a este período legal analizado, se recurre una vez más a los estudios de Fátima Fernández Christlieb:

Este triunfo empresarial⁸⁹ es posible, no únicamente por la organización y unidad de intereses existente entre los industriales de radio y televisión, sino por la desorganización e inexistencia de un plan de acción por parte del sector gubernamental. La desorganización de este sector, en lo que toca a radio y televisión, se manifiesta principalmente en la multiplicidad de dependencias y funcionarios encargados de regular, administrar o vigilar los medios a que hemos hecho referencia.

La política informativa, en lo relativo a medios masivos, fue delineada por el gobierno del Presidente Echeverría, sobre la marcha: no existió, –hasta donde hemos investigado– un proyecto establecido para radio y televisión. Existió, eso sí [...] un interés especial por parte del Ejecutivo, en los medios de información masiva. En segundo lugar existían, como antecedente insoslayable las medidas dictadas y después rectificadas por el gobierno de Díaz Ordaz. E influyó, en tercer lugar, la sistemática crítica que algunos articulistas del periódico Excelsior, hicieron a radio y televisión comercial, a principios del sexenio de Luis Echeverría. Estas críticas que contenían acusaciones concretas a concesionarios, productores y anunciantes identificados, fueron objeto de atención por parte del Presidente de la República (Fernández Christlieb, 1982:145-146).

Un breve análisis sobre los primeros marcos jurídicos de la radiodifusión en Brasil

El primer ladrillo de la Radio en Brasil fue la fundación de la Radio Club de Pernambuco, en Recife, en 6 de abril de 1919. La primera transmisión masiva fue en 1922, en Rio de Janeiro, como parte de las celebraciones por el primer centenario de la Independencia de Brasil (Paiva Rodrigues, 2008).

Las primeras reglamentaciones en el sector de la radiodifusión se originan hasta la dictadura de Getúlio Vargas, el *Estado Novo*, en los años 1930. Desde entonces, la conducta habitual de los gobiernos ha sido la de implantar reglamentos y políticas públicas que benefician económicamente a los empresarios de la radio y de la TV, mientras el Estado tenga el control político de la radiodifusión (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:46,48).

Como dictador, Vargas legislaba por decretos presidenciales. Dos de ellos (el 20.047, de 1931, y el 21.111, de 1932) son los pilares de la consolidación de la radio en Brasil. Es a partir de dichas normas que la radiodifusión en el país pasó a ser considerada de interés nacional y, por eso, sujeta a control estatal (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:49,52). Las dos normas también evidencian una práctica común en la República Federativa, tanto en períodos de democracia como de autoritarismo: la reglamentación de la radiodifusión fue hecha por decretos presidenciales con mucho más frecuencia que por leyes construidas en el Legislativo.

⁸⁹ De los industriales de la televisión.

Los Decretos 20.047 y 21.111 determinaban que la radio era un privilegio exclusivo del Estado; era un bien público, pero que concesiones temporales podrían ser otorgadas a empresas del sector privado, bajo control permanente. Fue así que Brasil adoptó el modelo de otorgamiento de concesiones de radiodifusión que había sido consagrado en la legislación estadounidense (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:49). Los criterios para la concesión eran aparentemente técnicos, pero fundamentalmente políticos (Herz, 1987:78).

Por otro lado, los Decretos de 1931 y 1932 también establecieron las bases para la influencia de ideologías nacionalistas en las reglas, que llegaron a afectar la Ley 2.083 de 1983, que regulaba la libertad de prensa, y la Ley del Código Nacional de Telecomunicaciones, de 1962. Según Guedes-Bailey y Jambeiro Barbosa (2008), las principales interferencias de estos decretos en la industria de la televisión son:

(a) la preferencia, en las decisiones presidenciales, por solicitantes que presentan el mayor porcentaje de equipos para las emisoras hechos en Brasil; (b) la preferencia, en las decisiones presidenciales, por solicitantes que presentan el mayor porcentaje de tiempo en su programación diaria a temas, autores y artistas brasileños; (c) son prohibidos acuerdos entre emisoras de televisión y compañías u organizaciones extranjeras; (d) no es permitido a las emisoras de televisión tener representantes de organizaciones extranjeras en sus actividades administrativas; (e) emisoras de televisión no pueden tener empleados, accionistas, directores y gerentes extranjeros (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:52).

Sin embargo, una vez que se analiza la historia de TV Globo, como fue hecho en el capítulo anterior, se observa que no solamente Globo y Tupi tuvieron ayuda extranjera en sus orígenes, sino también representantes del grupo *Time-Life* trabajaron en Globo por muchos años.

Según Daniel Herz (1987:75), una de las gran características de la evolución económico-social de Brasil en el siglo XX fue la dependencia externa. En cuanto a la radiodifusión, las relaciones internacionales han sido determinantes para la configuración de la comunicación masiva en el país.

La presión de las potencias internacionales ha generado en Brasil una tendencia 'modernizadora' de las relaciones capitalistas, con la imposición de un perfil empresarial, tecnológico y político para las empresas de comunicación. Así, la dependencia externa se refleja de modo particularmente intenso en la organización de los medios de comunicación masiva. Y se manifiesta de forma claramente evidente en la utilización económica y política de las modernas tecnologías de comunicación.

En esta línea de observación, constatamos tres grandes fases de la radiodifusión brasileña. En la primera, la tecnología fue introducida en el país; en la segunda, fue creado el primer grande sistema nacional de comunicación, promovido y controlado por el Estado; en la tercera, cuando se internacionaliza la economía, se internacionalizan también los medios de comunicación masivos que se expanden violentamente, afirmando progresivamente la hegemonía de la actuación privada-comercial (Herz, 1987:75).

Y esto se ve reflejado en las leyes. Aunque los dos decretos del *Estado Novo*⁹⁰ hayan influenciado la Ley Federal de 1962, el texto de esta última ya no hace mención a *empleados*; solamente acota la participación de *directores* y *gerentes* que no hubieran

⁹⁰ La dictadura de Getúlio Vargas, entre 1937 y 1945.

nacido en Brasil. Los técnicos encargados de la operación de equipos transmisores podían ser extranjeros con residencia exclusiva en el país, pero solamente en carácter excepcional y con autorización expresa del órgano de control de las telecomunicaciones, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones⁹¹.

Contenidos de la Ley del Código Nacional de Telecomunicaciones están siendo adelantados en este apartado para llamar la atención hacia una característica en común entre los marcos legales de México y de Brasil: la protección o la prioridad dada a los nacidos en cada uno de los países, lo que daría señales de un nacionalismo típico de los gobiernos populistas de los años 1930 a los 1950 en América Latina.

Mientras por un lado las legislaciones tengan un sesgo nacionalista y proteccionista y un afán por promover un *desarrollo hacia adentro*, Adriana Berruco García (2006) propone una interesante visión paralela de las reglas nacionalistas:

Sobre la nacionalidad de los concesionarios, se determinó que éstos deberían ser ciudadanos mexicanos o empresas que contando con socios extranjeros, señalaran en sus escrituras constitutivas que dichos socios se considerarían como nacionales respecto a la concesión y, que por lo tanto, no podrían invocar la protección de sus gobiernos si se suscitaba alguna inconformidad relacionada con la concesión; además se prohibía la admisión como socio de la concesionaria, de algún Estado extranjero (artículos 12 y 16) (Berruco García, 2006:86).

Es decir, además del proteccionismo, el amparo contra la participación extranjera también manifestaba una preocupación por proteger los intereses nacionales contra disputas diplomáticas causadas por motivos comerciales.

La primera Constitución brasileña en decretar que el Estado tiene la competencia privativa⁹² de explorar o dar en concesión los servicios de telecomunicaciones fue la de 1934. Las constituciones siguientes (1937, 1946, 1967 y la actual, 1988) siguen el mismo precepto.

La Constitución de 1937 fue la primera en usar la expresión *radiodifusión*. La diferenciación frente a otros servicios de telecomunicaciones tenía como intención la implementación de la censura, una vez que los poderes Ejecutivo y Legislativo estaban subyugados a la Presidencia de la República en los años del *Estado Novo* (Neptune Nordahl, 2011:9).

La Constitución Federal de 1946 fue escrita bajo la presión de grupos económicos para la apertura a capitales extranjeros y venta de insumos del Estado (Herz, 1987:80). Esta Carta Magna atribuía al Estado la incumbencia en cuanto a la organización y explotación de los servicios de radiodifusión en el ámbito de los estados y municipios.

Este modelo fue inspirado en los de otras dictaduras mundiales de la década de 1930, cuyo rol primordial era la propaganda y el culto a la personalidad del dictador, a través del caudillismo, destinada a la clase menos intelectualmente favorecida de la población y, al mismo tiempo,

⁹¹ Ley 4.117/62, art. 38a.

⁹² "Competencia privativa" significa que la legislación debe ser federal, pero puede ser delegada a otros entes federativos (estados, municipio y el Distrito Federal).

imponiendo y fabricando noticias para alcanzar a la clase formadora de opinión, más preparada intelectualmente, pero no menos susceptible a estos métodos de publicidad recién aplicados mundialmente (Neptune Nordahl, 2011:10).

Sin embargo, aunque la dictadura de Vargas no tuviera problemas en usar la radiodifusión como herramienta oficial, no implantó un sistema controlado por el Estado. En cambio, prefirió adoptar una política liberal de naturaleza conservadora, que beneficiaba la iniciativa privada y alejaba a gran parte de la población del acceso y de la participación en las telecomunicaciones (Neptune Nordahl, 2011:10).

Durante el gobierno de Eurico Gaspar Dutra (1946-1951) fue realizada la Convención Internacional de Telecomunicaciones en Atlantic City (EUA), en un contexto de lucha por la conquista de más espacio electromagnético de frecuencias. Brasil participó en la ratificación de las bases conceptuales para Telecomunicación, Radiocomunicación y Radiodifusión. Las definiciones de la Convención de 1947 (revisadas en Buenos Aires en 1952 y Ginebra, 1992) quedaron como:

- Telecomunicación es toda transmisión o recepción de símbolos, señales, facsímiles, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por cable, radioelectricidad, medios ópticos u otras señales electromagnéticas;
- Radiocomunicación es toda telecomunicación por medio de ondas hertzianas;
- Radiodifusión es un servicio de radiocomunicación que efectúa emisiones destinadas a la recepción directa por el público en general. Este servicio puede comprender emisiones sonoras, de televisión o de facsímiles y otros tipos de emisión (Neptune Nordahl, 2011:11)

Es decir, mientras los Poderes Ejecutivo y Legislativo de Brasil aún examinaban tratados internacionales con definiciones, los empresarios de los medios ya tenían sus industrias de radio consolidadas y se movían para conseguir sus primeras concesiones de TV. Sin embargo, dichas definiciones sí son parte del Decreto de 1963 que Reglamenta el Código Nacional de Comunicaciones (52.026/63).

El gobierno de Gaspar Dutra también fue el escenario de los primeros intentos de formar una comisión –ya conformada por civiles y militares– para elaborar el borrador para una Ley de Telecomunicaciones (Kurth, 2006:30). No obstante, en este momento, el foco de la reglamentación era el sector de la telefonía, que pasaba por un momento de precariedad.

De todos modos, fueron nueve años de negociaciones hasta que la Ley del Código Nacional de Telecomunicaciones fuera promulgada, el 27 de agosto de 1962, durante el turbulento gobierno de João Goulart (1961-1964), que fue destituido por el golpe militar de 1964.

En este momento, diferentes gobiernos ya habían otorgado más de 30 concesiones a emisoras de televisión, siendo de suma importancia tener finalmente reglas generales y una organización legal estructuradas en una Ley (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008: 51).

Teniendo al *Communications Act* de 1934 (la Ley federal estadounidense de Telecomunicaciones) como uno de sus modelos, la Ley del Código Brasileño de

Telecomunicaciones dejaba completamente en manos del Poder Ejecutivo las decisiones sobre otorgamiento, renovación y derogación de concesiones (licencias y permisos también), además de la auditoria y aplicación de sanciones, por medio de la creación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONTEL).

Otra influencia del *Communications Act* puede ser vista en el mantenimiento de la radiodifusión afuera de la categoría de servicio público, así como sucedió en México. Como señalan Hernández Lomelí y Orozco Gómez (2007)⁹³, aunque el concepto de interés público sea algo vago, significaría al menos “que los intereses de la colectividad deben ser considerados antes que los intereses de los propietarios” (Lomelí y Orozco Gómez, 2007:84).

Originariamente, la resolución sobre *el interés público, la conveniencia y la necesidad* de la radiodifusión apareció en el *Radio Act* estadounidense de 1927. Dicha ley determinaba las exigencias técnicas, de programación y para la concesión de frecuencias por plazos limitados. El *Radio Act* de 1927 fue expandido al *Communications Act* de 1934, que abarcaba las industrias de telefonía y telegrafía, y con el tiempo también la TV y los medios por cable. Además, fue la jurisprudencia que consolidó el paradigma del *trusteeship*⁹⁴ en las reglas de Telecomunicaciones (Zechowski, s/f).

Así como en México las organizaciones empresariales lograron mantener la radiodifusión como *interés público*, en Brasil las reglas decían lo mismo. Los dos decretos que sirven de pilar para la radio en Brasil trataban el tema con el mismo texto: “El servicio de la radiodifusión es considerado de interés nacional y finalidad educacional” (Art. 12 del Decreto 20.047, de 1931, y Art. 11 del Decreto 21.111, de 1932)⁹⁵.

El texto sufrió un gran cambio en la Ley de 1962, que pasaba a decir, en su art. 38d que “los servicios de información, diversión, propaganda y publicidad de las empresas de radiodifusión están subordinadas a las finalidades educativas y culturales inherentes a la radiodifusión, teniendo como finalidad los intereses superiores del país”.

Aunque extendido, el concepto seguía demasiado general e impreciso. El Decreto del Reglamento de los Servicios de Radiodifusión, publicado un año después de la Ley, en 1963, retomó el termino expreso “interés”, pero no agregó detalles (Herz, 1987:210).

Dice el Decreto 53.795/63, en su Art. 3º: “Los servicios de radiodifusión tienen finalidad educacional y cultural, aún en sus aspectos informativo y recreativo, y son considerados de *interés nacional* [cursivas añadidas], siendo permitida la exploración

⁹³ A partir de Miriam Baer (1992) *Television and political control in Mexico*. Tesis doctoral, Universidad de Michigan, pp.95-96.

⁹⁴ “El paradigma *trusteeship* es usado para justificar la reglamentación de la radiodifusión por parte del gobierno. Sustenta que el espectro electromagnético es un recurso limitado que pertenece al público, y solamente a aquellos más capaces de servir al interés público debe ser confiada una concesión de radiodifusión” (Zechowski, s/f)

⁹⁵ Decreto 20.047/31, Art. 12; y Decreto 21.111/32, Art. 11.

comercial de los mismos, en la medida que no perjudique ese interés y aquella finalidad”.

El artículo 4° de la Ley Federal de Radio y Televisión de México declara que “La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”.

Otra influencia internacional, los tratados y acuerdos, como el de 1947, agregaron conceptos y definiciones al Código, pero no impidieron que una sola Ley tratara a una gran variedad de servicios de transmisión y recepción por símbolos escritos, sonidos e imágenes, es decir: servicios de naturalezas y tecnologías distintas se revolvían en una misma disposición (Kurth, 2006: 32).

El art. 6° del Decreto de 1963 brinda una visión de la extensión del problema: son **61** los términos que tienen sus significados definidos por ser abarcados por la Ley de 1962.

Además del *Communications Act*, se dice que la Ley del Código Nacional de Telecomunicaciones fue también influenciada con las directrices de integración nacional, seguridad y desarrollo propagadas por la Escuela Superior de Guerra (Neptune Nordahl, 2011:14), en un momento en el cual los militares aún no habían empezado su régimen, pero ya participaban activamente en todas las decisiones tomadas en el país.

Aparte de tener en su vientre un golpe en gestación, la coyuntura de Brasil era de un país con hiperinflación y devaluaciones de cambio, que generaban desinterés en los inversionistas extranjeros y así beneficiaban una marea de estatizaciones (Kurth, 2006: 32). Aún así, la Ley de 1962 no traía grandes injerencias del poder público en la economía de las industrias de la radiodifusión.

La gran audacia del CBT era planear la construcción de un Sistema Nacional de Telecomunicaciones. Del plan formaban parte el Código de 1962 y el Decreto de 1963, responsables de la parte de regulación y normas de las Telecomunicaciones en el país. El CBT creó el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, para fiscalización y sanción. El CNJ tenía la incumbencia de elaborar un Plan Nacional de Telecomunicaciones (y también revisarlo cada cinco años, mandando el texto para aprobación del Congreso Nacional) y también de planear un Sistema Nacional de Telecomunicaciones, con vistas a contemplar intereses de seguridad nacional, mientras fomentaba el crecimiento de las industrias de equipos de *telefonía* (Kurth, 2006: 32).

Las grandes consecuencias del Plan fueron la creación de la Empresa Brasileña de Telecomunicaciones (EMBRATEL), que sería responsable de toda la red básica de transmisión; la nacionalización⁹⁶ de dos (las principales) operadoras de telefonía extranjeras en el país y la creación del Ministerio de las Comunicaciones, ya en 1972 (Kurth, 2006: 33).

⁹⁶ Al opuesto del caso mexicano, en el caso brasileño, la nacionalización realmente significó traer para el país el control de empresas que eran extranjeras.

Al contrario de las dos telefónicas y del gobierno de Echeverría en México, la industria de la televisión en Brasil nunca sufrió una amenaza de nacionalización. Eso no significa que el Estado brasileño en algún momento haya dejado de acompañar de cerca las acciones de las emisoras de TV.

El CONTEL, creado por el CBT, era constituido por representantes del Poder Ejecutivo, del Ejército, de la Marina y de la Aeronáutica y de los partidos políticos, nombrados por libre discrecionalidad por el Presidente de la República, que también tenía libre poder de decisión sobre la concesión de canales (Priolli Netto, 1982: 112).

Si por un lado esta norma disminuía la influencia de los industriales de la telecomunicación sobre el Consejo, les dejaba alguna flexibilidad para actuar junto a los representantes de partidos políticos, como ha pasado en México, donde los medios encontraron en los senadores actores que hicieran caso a sus observaciones sobre la LFRT.

En el mismo año de la promulgación del Código, el sector privado se organizó oficialmente en la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (ABERT), en búsqueda de combatir los vetos del presidente Goulart al CBT. Fue una acción eficiente. Todos los 52 vetos presidenciales a la Ley promulgada el 27 de agosto de 1962 fueron rechazados por el Congreso cuatro meses después. Goulart sancionó la confirmación del Congreso el 14 de diciembre de 1962.

El Código aprobado no aminoró las facilidades en pedir una concesión. Facilitando la ocupación de frecuencias disponibles, abrió espacio para un enorme crecimiento del sector privado, que no se acortó ni con la promulgación del Decreto-Ley de 1967 que determinó las condiciones para el otorgamiento de TVs educativas (Intervezes, 2007: 5).

El régimen militar, iniciado con el golpe de 1964, mantuvo los preceptos de Vargas de beneficiar económicamente a los inversionistas privados de la radiodifusión, mientras mantenían el control político de los medios.

El otorgamiento de concesiones era esencialmente una cuestión de acuerdos ideológicos y [de crear] una viabilidad económica y de financiamiento. Una infraestructura nacional para servicios de telecomunicaciones sería implementada para apoyar la integración nacional, para generar un mercado masivo de bienes nacionales, para diseminar la ideología militar y para generar una estabilidad económica y financiera en la industria de la televisión (Guedes-Bailey & Jambeiro Barbosa, 2008:54).

Las reglas para el control político fueron intensificadas durante la dictadura. El Consejo Nacional, provisto de una serie de instrumentos jurídicos, y actuando por medio del Departamento Nacional de Telecomunicaciones (DENTEL) –la secretaria-ejecutiva del CONTEL– pasó a actuar no solamente sobre las concesiones, sino a vigilar las 24 horas del día todo el funcionamiento de las emisoras de radio y TV, con el apoyo del Departamento de Censura de la Policía Federal, que examinaba (y aprobaba o no)

todo el material preparado por la radiodifusión para ser transmitido (Priolli Netto, 1982: 112).

Pero cada lado ganaba un round del juego de la cuerda. Jalando por un lado, el régimen autoritario mantenía control intenso sobre los medios de comunicación. Por el otro lado, los militares, además de invertir en la infraestructura el sector de telecomunicaciones, promulgaron varias normas que favorecían las inversiones privadas. Un ejemplo es la Ley 4.419, de septiembre de 1964 (el golpe había sido en marzo), que exentó del impuesto de importación y de consumo, equipos y accesorios de una estación transmisora de televisión y máquinas de videotape a la Radio Globo S.A. con el valor *Free on Board (Fob)* de US\$85,216.40 – más de 14 veces el PIB per cápita de Estados Unidos en 1964, que era de US\$6 mil, por ejemplo–.

Menos de un año después, la Ley 4.622⁹⁷ de mayo de 1965 concedía más exenciones para la importación de bienes a diversas empresas, entre ellas una vez más la Radio Globo. La Ley contiene una lista de alrededor de 10 cuartillas de equipos para la instalación de emisoras de la Televisión Globo [sic], de la cual constan transmisores, antenas, lentes, micrófonos y hasta una camioneta diesel equipada para transmisión VHF.

También en 1965 fue creada la EMBRATEL, como una empresa pública. En siete años, la empresa concluyó la estructura de la Red Básica de Telecomunicaciones que cubría todo el territorio brasileño. A partir de esa Red, surgió el Sistema Nacional de Televisión, como un subproducto de la infraestructura montada para la telefonía, para utilizar más de la parte ociosa de la red de microondas. La EMBRATEL compró los primeros equipos del SNT en 1968, y en 1971 inauguró los primeros 26 Centros de Televisión (VCTs), que monitoreaban la distribución de los señales de TV por la misma ruta de la telefonía (Kurth, 2006:36⁹⁸).

La industria de la radiodifusión nunca dejó de crecer. “En el último gobierno militar, del general João Baptista Figueiredo (1979-1985), fueron concedidos nada menos que 634 frecuencias de radiodifusión, 295 radios AM, 299 radios FM y 40 emisoras de televisión” (Intervozes 2007:5).

A continuación, las dos leyes serán analizadas en profundidad. Aunque un análisis cuantitativo sea presentado, este sirve más bien de ilustración o introducción al examen cualitativo al fondo de cada artículo, su contexto y sus significados.

⁹⁷ La Ley completa, en portugués, está disponible en < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/L4622.htm > [Consultada el 7 de abril de 2015]

⁹⁸ A partir de información de BRASIL. Embratel. Interligando o Brasil ao Infinito: memória histórica da Embratel 1965/1997. Rio de Janeiro: Imprinta Gráfica e Editora Ltda., 1998.

ii. Análisis de la Ley Federal de Radio y Televisión y del Código Brasileño de Telecomunicaciones

Para analizar y comparar la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 (México) a la Ley del Código Brasileño de Telecomunicaciones (1962), los 105 artículos de la primera y los 129 de la segunda han sido divididos en 13 temas, a partir de la similitud de sus contenidos. Las leyes completas están en los apéndices de la tesis, y cada artículo presentado puede ser consultado en notas a pie en el texto.

Serán discutidos los artículos que traen reglas **antimonopolio**, otros que establecen las **áreas de actuación** del Estado (como el espacio, las ondas electromagnéticas, etc.); otros que definen quiénes son las **autoridades competentes** para actuar sobre la industria de la telecomunicación; también las reglas que imponen normas a los **contenidos** que pueden (o en algunos casos, deben) ser transmitidos por las emisoras; artículos que **conceptúan** las telecomunicaciones y la radiodifusión; otros que tratan de reglas específicas sobre **concesión, autorizaciones y permisos**. También hay reglas que hablan de la **infraestructura** necesaria, otras que tratan de sanciones y otros tipos de **injerencia de la autoridad pública en las empresas**; por su importancia, los artículos que **limitan la participación extranjera** en las empresas de radiodifusión y aquellos que hablan de la **obligación de cesión de tiempo aire** son discutidos por separado –pero no de forma desconectada– de la cuestión más general de injerencia pública en las empresas. También serán analizadas las reglas sobre **comercialización de espacio aire, publicidad y propaganda**, y serán mencionados los artículos que hablan de la atención dada a **tratados internacionales** del sector. Las dos leyes traen artículos que **tratan específicamente de otros medios** diferentes de la televisión comercial (emisoras educativas o culturales, de telefonía, de radio, correos, telégrafo); éstos serán señalados, pero no serán discutidos.

Para empezar, serán presentadas las estructuras de las dos leyes.

Ley Federal de Radio y Televisión⁹⁹, 1960, México

La Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 19 de enero de 1960, está conformada por 105 artículos, divididos en cinco títulos.

. **Título primero: principios fundamentales**, con un capítulo único, de siete artículos (1º-7º).

. **Título segundo: jurisdicción y competencias**, también con un capítulo único, con cinco artículos (8º-12).

. **Título tercero: Concesiones, Permisos e Instalaciones**, con tres capítulos:

. El capítulo primero trata de **Concesiones y Permisos**, en 16 artículos (13-28).

⁹⁹ Para el análisis y la justificación de los artículos de la LFRT de 1960, se toma como base parte de la obra de Raúl Cremoux (1982), "La legislación mexicana de radio y televisión", en la cual el autor también ofrece comentarios sobre diversos fragmentos de la Ley original de 1960.

- . El capítulo segundo, de **Nulidad, Caducidad y Revocación**, a través de 11 artículos (29-39).
- . El capítulo tercero cuida las **Instalaciones**, con seis artículos (40-45).
- . El **Título cuarto: funcionamiento**, cuenta con cinco capítulos.
 - . El capítulo primero regula la **Operación** de las difusoras, en siete artículos (46-52).
 - . El capítulo segundo se ocupa de las **Tarifas** que cobran las difusoras por sus diversos servicios, en cinco artículos (53-57).
 - . El capítulo tercero, de la **Programación**, en 23 artículos (58-80), que también tratan de reglas de publicidad.
 - . El capítulo cuarto trae reglas sobre **Las escuelas radiofónicas** en tres artículos (81-83) y
 - . El capítulo cinco, seis artículos sobre **Los locutores** (84-89).
- . El **Título quinto: Coordinación y Vigilancia**, tiene dos capítulos:
 - . Capítulo primero: sobre el **Organismo coordinador**; con tres artículos (90-93).
 - . Capítulo segundo: sobre **Inspección y vigilancia** en ocho artículos (93-100).
- . El **Título sexto: Infracciones y sanciones**, cuenta con un capítulo único, de cinco artículos (101-105).

La Ley Federal de Radio y Televisión siguió vigente hasta la creación de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014. Su reglamentación salió hasta 1973, junto a la Ley Federal de la Industria Cinematográfica. Antes de su sustitución, la LFRT de 1960 sufrió algunas modificaciones el 27 de enero de 1970, 31 de diciembre de 1974, 10 noviembre de 1980, 11 de enero de 1982, 13 de enero de 1986, 30 de noviembre de 2000, 11 de abril de 2006, 19 de junio de 2009 y por la Acción de Inconstitucionalidad publicada en el DOF el 20 de agosto de 2007.

Cuadro I: Artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, por tema

Temas	Cantidad ¹⁰⁰	Artículos
Antimonopolio	0	
Área de Actuación	7	1, 2, 4, 6, 7, 8, 43.
Autoridad competente	34	9, 10, 11, 12, 19, 35, 42, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 53, 54, 61, 62, 64, 65, 69, 70, 71, 73, 89, 90, 91, 92, 93, 96, 97, 98, 99, 100, 105.
Conceptualización	3	3, 5, 74.
Concesión, Autorización, Permiso	24	14, 116, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 53, 79.
Contenido	7	58, 63, 64, 65, 66, 73, 77.
Infraestructura	15	40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 76, 88, 102.
Injerencia de la autoridad pública en las empresas	34	14, 18, 26, 27, 34, 45, 46, 47, 53, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 77, 80, 84, 85, 86, 87, 89, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104.
Limitación a la participación extranjera	8	14, 23, 24, 27, 38, 75, 85, 89.
Obligación de cesión de espacio (tiempo aire)	4	59, 60, 61, 62.
Publicidad / Propaganda / Comercial	8	54, 55, 56, 67, 68, 69, 70, 71.
Tratados internacionales	2	28, 46.
Trata de otros medios ¹⁰¹	3	15, 25, 81

Fuente: Elaboración propia

Con la división por temas, se puede ver que los artículos con reglas que definen las autoridades y sus competencias, junto a las que determinan los casos en que el poder público puede intervenir en las decisiones o acciones de los concesionarios, son los más abundantes.

Mientras tanto, pocas son las reglas que tratan sobre conceptos, aunque una buena cantidad detalle alguna parte referente a la infraestructura de las telecomunicaciones; las reglas que obligan a los medios comerciales a ceder espacio-aire ocupan casi la mitad del número de artículos que tratan de temas más generales de contenido; y la cantidad de reglas que limitan alguna particularidad de la participación extranjera en la radiodifusión mexicana es la misma que la de normas para la publicidad, propaganda y otros tipos de comercialización de tiempo-aire.

¹⁰⁰ No corresponde con el número de artículos de la LFRT pues algunas de las reglas encajan en más de una clasificación por tema.

¹⁰¹ Otros medios que no son la TV comercial.

**Código Brasileño de Telecomunicaciones,
promulgado Ley (4.117¹⁰²) el 27 de agosto de 1962.**

La Ley 4.117 del 27 de agosto de 1962, que instituyó el Código Brasileño de Telecomunicaciones, está conformada por 129 artículos, divididos en ocho capítulos, una sección de disposiciones generales y transitorias y una de disposiciones finales (común para casi todas las leyes en Brasil).

- **Capítulo I:** Introducción, con tres artículos (1º-3º).
- **Capítulo II:** de las definiciones, con seis artículos (4º-9º).
- **Capítulo III:** de la competencia de la Unión, con cuatro artículos (10-13).
- **Capítulo IV:** sobre el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, con 16 artículos (14-29).
- **Capítulo V:** de los servicios de Telecomunicaciones, con 21 artículos (30-50).
- **Capítulo VI:** del Fondo Nacional de Telecomunicaciones, con un artículo (51).
- **Capítulo VII:** de las Infracciones y Sanciones, con 48 artículos (52-99).
- **Capítulo VIII:** de las Tasas y Tarifas, con 14 artículos (100-113).
- Las **Disposiciones Generales y Transitorias** también son 14 (Arts. 114-127) y dos son los artículos de las **Disposiciones Finales**.

Cuadro II: Artículos del Código Brasileño de Telecomunicaciones, por tema.

Temas	Cantidad	Artículos
Antimonopolio	2	35, 38g
Área de Actuación	6	1, 5, 12, 31, 52, 53
Autoridad competente	44	9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 36, 37, 38b, 38c, 60, 66, 67, 68, 70, 71, 91, 92, 94, 98, 99, 101, 116, 119, 120, 121, 123, 125, 127.
Conceptualización	3	4, 6, 80.
Concesión, Autorización, Permiso	15	4§2, 30, 32, 33, 34, 36, 37, 38a, 45, 74, 76, 77, 78, 117, 118.
Contenido	13	38d, 38h, 48, 53§unico, 54, 55, 56, 57, 69, 82, 83, 87, 97.
Infraestructura	4	7, 8, 114, 115.
Injerencia de la autoridad pública en las empresas	37	29, 38f, 38g, 38§unico, 44, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 65, 72, 73, 74, 75, 76, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 93, 95, 96, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 121.
Limitación a la participación extranjera	3	29n, 29r, 44.
Obligación de cesión de espacio (tiempo aire)	3	38e, 38h, 39.
Publicidad / Propaganda / Comercial	2	41, 124.
Tratados internacionales	3	2, 3, 50.
Trata de otros medios ¹⁰³	17	13, 40, 42, 43, 46, 47, 49, 51, 106-113, 122, 126.

Fuente: Elaboración propia

¹⁰² Disponible en http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4117.htm. El contenido disponible en esta página deja visibles los textos originales que han sido modificados por disposiciones legales posteriores.

¹⁰³ Otros medios que no son la TV comercial.

La Ley 4.117 sigue vigente, aunque haya sufrido algunas modificaciones por el Decreto-Ley 236 de 1967; por la Ley 5.535 de 1968; por la Ley 6.127 de 1974; por el Decreto-Ley 2.186 de 1984; por la Ley 10.610 de 2002; por la Ley 12.872 de 2013 y por la Medida Provisional¹⁰⁴ 648 de 2014, que caducó después de 90 días por no haber sido aprobada por el Congreso Nacional; sin embargo, las mayores modificaciones al CBT se dieron en la Reforma Constitucional 08 de 1995 y en la Ley General de Telecomunicaciones (9.472) de 1997, que separan las Telecomunicaciones (telefonía e internet) de la Radiodifusión (Radio y TV), en un arreglo legal para posibilitar la privatización de las operadoras de telefonía en el país.

Los temas más tratados en la Ley brasileña son la instauración y aclaración de las **autoridades** gubernamentales competentes para concertar las telecomunicaciones y su *modus operandi*, seguido por temas de injerencia de la acción pública sobre los concesionarios, permisionarios y autorizados, que refleja la larga extensión del capítulo sobre infracciones y sanciones.

Por otro lado, los artículos que cuentan con reglas para acotar monopolios son apenas dos (el 35 y el inciso “g” del Art. 38). El Art. 35 decreta que concesiones y autorizaciones no tienen carácter de exclusividad y destacan que incluso el Estado puede ejecutar un servicio igual al concesionado. El inciso g del Art. 38 determina que una misma persona no puede participar en la dirección de más de una concesionaria o permisionaria del mismo tipo de servicio de radiodifusión, en la misma localidad. Se comentará más sobre este inciso a continuación, adelantando que las expresiones “persona” y “dirección” permiten que esta regla sea nada más que un juego de apariencias.

Son solamente dos también los artículos que tratan sobre reglas de comercialización de espacio aire, publicidad y propaganda. El art. 41 determina que las estaciones de radio y televisión no podrían cobrar *en la publicidad política*¹⁰⁵ precios superiores a aquellos en vigencia, en los seis meses anteriores, cobrados en la publicidad común. Ya el artículo 124 es uno de los más duros de la Ley 4.117 contra los empresarios: determina que el tiempo destinado en la programación de las estaciones de radiodifusión a la publicidad comercial no puede exceder el 25 % (veinticinco por ciento) del total.

A continuación, se hará una comparación los temas de las dos leyes.

Análisis y comparación

Los 13 grupos mencionados anteriormente fueron contruidos a partir del ejercicio de crear conjuntos de artículos que trataban un mismo asunto durante el análisis de contenido de los dos textos completos de las leyes, como forma de optimizar

¹⁰⁴ En la legislación brasileña, las Medidas Provisionales son una de las herramientas con las cuales cuenta el Presidente de la República para legislar. Una vez promulgada, tiene efecto de 90 días, plazo en el cual debe ser aprobada por las dos Cámaras del Congreso Nacional, o pierde sus efectos (aunque no retroactivamente).

¹⁰⁵ El término “publicidad política” se refiere al tiempo aire vendido a partidos políticos y candidatos en tiempos de elecciones.

el ejercicio siguiente, el de la comparación. No obstante, también ha sido tomado en consideración que hay algo específico a ser buscado: posibles beneficios a los empresarios de la televisión que permitieron la concentración de poder dentro de marcos jurídicos establecidos por el Estado, a partir del Poder Legislativo.

Los tres temas más importantes normalizados por la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) de 1960 y por el Código Brasileño de Telecomunicaciones (CBT) estipulan reglas sobre **concesiones, autorizaciones y permisos**, determinan quiénes son las **autoridades competentes** para imponer el orden y comprobar su cumplimiento y las que establecen sanciones y los casos de **injerencia de la autoridad pública en las acciones de las empresas**. En este apartado, como ha sido comentado anteriormente, será hecho el análisis de las leyes a partir de 12 de los temas propuestos¹⁰⁶.

No obstante, este análisis comienza con el caso de las reglas antimonopolio. Una vez que el objetivo de esta tesis es buscar indicios de incentivo a la concentración de poder en dos mercados televisivos dominados por emisoras comerciales, es interesante señalar los intentos del Poder Público en acotar las prácticas monopólicas.

Aunque los monopolios en México ya estaban prohibidos desde la Constitución de 1857 y la Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte de 1932 establecía que la autoridad podría negar la concesión bajo la existencia de condiciones que pudieran resultar en monopolio del concesionario (Berrueco García, 2006:86), la Ley Federal de Radio y Televisión de México simplemente no trae ninguna mención a acciones que podrían ser tomadas por el Estado para impedir la formación de monopolios. Un inciso del Art. 79 de la LFRT hasta podría acotar *la competencia* entre varios actores, una vez que determina que “no se cree una innecesaria multiplicación del mismo servicio”¹⁰⁷.

A su vez, el Código Brasileño de Telecomunicaciones presenta un artículo y un inciso que pretenden impedir la concentración de mercado. El Art. 35¹⁰⁸ de la Ley 4.117 determina que concesiones y autorizaciones no gozan de exclusividad, y reitera que la Nación también tiene el derecho a ser competencia. A nivel personal respecto a los concesionarios, el inciso g del Art. 38 establece que “la misma persona no podrá participar de la dirección de más de una concesionaria o permisionaria del mismo tipo de servicio de radiodifusión, en la misma localidad”.

Sin embargo, este texto trae una deficiencia legal. La mala redacción del inciso g del artículo 38 es probablemente una de las principales responsables por la incapacidad

¹⁰⁶ Una vez que el 13º solamente señala los artículos de las leyes que no tratan directamente de la televisión y, así, no son del ámbito de interés de este estudio.

¹⁰⁷ **Artículo 79** de la LFRT: Para que una estación de radio y televisión se dedique a la transmisión de sólo uno de los asuntos permitidos por esta ley, se deberán llenar los siguientes requisitos:

- I. Que se trate de un servicio de interés público, a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- II. Que se garantice la regularidad y eficiencia del servicio, y
- III. Que no se cree una innecesaria multiplicación del mismo servicio.

¹⁰⁸ **Art. 35.** Las concesiones y autorizaciones no tienen carácter de exclusividad y se restringen, cuando involucran la utilización de radiofrecuencia, al respectivo uso sin limitación del derecho, que compite a la Unión, de ejecutar, directamente, servicio idéntico.

de la Ley 4.117 de frenar la concentración de poder en los medios de comunicación de Brasil. El inciso dice que:

g) la misma persona no podrá participar de la dirección de más de una concesionaria o permisionaria del mismo tipo de servicio de radiodifusión, en la misma localidad;

Algunas palabras de este corto párrafo abren un mundo de posibilidades para concesionarios. Una de ellas es “dirección”. Esta limitación permite una amplia variedad de actuaciones por una persona en varias empresas: en una como gerente, en otra como operador, en otra como presentador, en cualquier otra como mero empleado, o accionista, etc. Una vez que alguien interesado *no* se presente como director, puede seguir en el comando sin incumplir la ley.

La otra palabra es “persona”. Como se explica en el capítulo anterior, Roberto Marinho tuvo tres hijos, que hoy están a cargo de las organizaciones Globo. El artificio usado por la familia, como explica la periodista Elvira Lobato (1995:38), es bastante sencillo: las diversas concesiones de los Marinho están en nombre de diversos miembros del clan.

En el estado de São Paulo, hay dos concesiones de TV **en nombre del empresario** [destacadas añadidas] Roberto Marinho: en la capital (TV Globo de São Paulo, canal 5) e en Sorocaba (*TV Aliança Paulista*, canal 33). Roberto Irineu Marinho, uno de sus hijos, es **socio** [destacadas añadidas] de la TV Vale do Paraíba (canal 17, UHF) y de la TV Bauru (canal 2).

José Roberto, otro hijo, es **accionista** [destacadas añadidas] de la TV São José do Rio Preto (canal 2) y de la TV Globo de São Paulo, junto al patriarca.

El tercer hijo, João Roberto Marinho, es **socio** [destacadas añadidas] de la Empresa Paulista de Televisão en sus emisoras de Campinas (canal 12) y de Ribeirão Preto (canal 7) (Lobato, 1995:36).

Lobato (1995) también explica que el control de las concesiones es hecho por el monitoreo de un documento personal llamado CPF (Registro Nacional de Persona Física), y no por apellido u ocupación. Según Lobato, hubo un único caso de aplicación rigurosa de la regla legal, a finales de los años 60. Un empresario llamado Ulisses Ferreira Júnior, del estado de São Paulo, fue obligado a vender cerca de 20 emisoras de radio que estaban a su nombre, hasta encuadrarse en los límites previstos legalmente. Después de este suceso, los otros dueños de redes pasaron a registrar concesiones a nombre de familiares (Lobato, 1995:38).

Por la denuncia de la periodista, vemos también que hay otra palabra que abre camino para la concentración: “localidad”. ¿Dos ciudades diferentes del mismo estado pueden ser reconocidas como “en una misma localidad”? ¿Quién define que es una “localidad”, para efectos de la Ley? No hay respuesta para esos interrogantes.

El Decreto-Ley 236¹⁰⁹ de 1967 intentó delimitar mejor los alcances de la Ley 4.117. En su Art. 12, determina que “cada entidad solamente podrá tener concesión o permiso para ejecutar servicio de radiodifusión, en todo el país”, dentro del límite de 10

¹⁰⁹ Disponible en: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm> [Consultado el 9 de abril de 2015]

estaciones radiodifusoras de sonidos e imágenes en todo el territorio brasileño, siendo un máximo de 5 en VHF y 2 por estado.

El Decreto tampoco establece qué es una “entidad”. Sin embargo, determina que accionistas y dueños de cuotas también deben seguir las mismas reglas, aunque también con un alto grado de permisividad en la aplicación de la regla.

§ 4º - Los presentes concesionarios y permisionarios de servicio de radiodifusión, así como los dueños de cuotas y acciones, que exceden las limitaciones estipuladas en este artículo, a él se adaptarán al plazo máximo de dos (2) años, a la proporción de 50 % cada año.

No se continuará con el análisis del Decreto-Ley en este momento para no exceder la propuesta de este apartado, que es la discusión de la Ley principal de 1962. Sin embargo, queda el registro de una primera condescendencia del CBT con los empresarios.

En lo que respecta a **concesiones, autorizaciones y permisos**, la LFRT de México presenta 24 artículos que tratan este tema, contemplado en el CBT en 15 artículos. Una de las principales diferencias entre las reglas de los dos países trata del tiempo de concesión para la radiodifusión.

El artículo 16¹¹⁰ de la LFRT de 1960 determinaba que las concesiones no podrían exceder los 30 años, sin hacer diferencia entre medios de comunicación. El CBT, por su parte, determina 10 años de concesión a las radios y 15 a las televisoras.

La primera observación es clara en cuanto a la amplísima duración de las concesiones. Sin embargo, en México, el máximo de 30 años ya representa un avance frente a las normas anteriores, que establecían un tope de **50 años** para la concesión. Por un lado, una pérdida de 20 años en un permiso para un negocio desespera a los empresarios de cualquier área. Por otro lado, treinta años significan **cinco** sexenios presidenciales, lo que parece demasiado, especialmente en un país de cultura política inmediatista, con pocas políticas a largo plazo, como suelen ser los gobiernos latinoamericanos.

El mismo artículo de la LFRT de 1960 presentaba una indulgencia más a los empresarios: la preferencia al mismo concesionario sobre otros que por casualidad se interesaran por el servicio.

Ya el párrafo 3º del Art. 33¹¹¹ del CBT determina como plazos de concesión y autorización 10 años para la radio y 15 años para la televisión. Aunque más cortos que los plazos de México, también son extensos. A título de comparación, se puede

¹¹⁰ **Artículo 16.** El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros.

¹¹¹ **Art. 33.** Los servicios de telecomunicaciones, no ejecutados directamente por la Unión, podrán ser explorados por concesión, autorización o permisión, observadas las disposiciones de la presente ley.
§ 3º Los plazos de concesión y autorización serán de 10 (diez) años para el servicio de radiodifusión sonora y de 15 (quince) años para el de televisión, pudiendo ser renovados por períodos sucesivos e iguales si los concesionarios han cumplido todas las obligaciones legales y contractuales, mantenida la misma idoneidad técnica, financiera y moral, y atendido el interés público.

mencionar que el período reglamentario para cargos de jefe del Ejecutivo en Brasil (presidente de la república, gobernadores, presidentes municipales) es de cuatro años. Así, cada concesión de radio dura dos presidencias y media, mientras una concesión de TV perdura por casi cuatro gestiones presidenciales.

Otra benevolencia ofrecida por el CBT es la posibilidad de aprobación de prórroga de concesión por *omisión* de la autoridad, que consta en el párrafo §4^{o112} del mismo Art. 33. Básicamente, con esto es suficiente que un concesionario pida la renovación para tenerla prorrogada, sin la necesidad de insistir por una respuesta.

Los dos párrafos –el que trata del tiempo de concesión y el que trata de la renovación– sufrieron intento de veto presidencial¹¹³. Por un lado, el presidente João Goulart quería (aún) más discrecionalidad para determinar el plazo de concesión; por otro, creía que el plazo de 120 días podría no ser suficiente para que la autoridad decidiera sobre la prórroga de concesión. Dice el documento enviado por el Presidente al Congreso:

[Veto al] §3º del Art. 33:

Razones: El plazo debe obedecer al interés público, atendiendo a razones de conveniencia y de oportunidad, y no fijado a priori por la ley.

Sería restringir demasiado la facultad concedida al Poder Público para atender a superiores razones de orden público y de interés nacional el alargamiento del plazo de concesión o autorización, debiendo quedar al prudente arbitrio del poder concedente la fijación del plazo de que cogita el inciso votado.

[Veto al] §4º del Art. 33:

Razones: No se justifica que, compitiendo a la Unión el acto de fiscalizar, de gestionar, explorar, o conceder autorización, o permiso, o concesión, etc., su silencio, muchas veces provocado por la necesidad de apurado análisis del tema, constituya motivación para deferir de forma automática. Los problemas técnicos surgidos, las exigencias necesarias a la verificación del procedimiento de las concesionarias, etc., pueden, muchas veces, ultrapasar el plazo de 120 días, sin cualquier culpa de la autoridad concedente (Goulart, 1962).

Antes de tratar del tema de las concesiones, una vez que la LFRT de 1960 y el CBT fueron las primeras leyes consolidadas con reglas para radio, televisión y otros medios de comunicación, hubo una preocupación en explicitar –para consolidar– que el Estado era el titular del derecho de explotación de la radiodifusión.

La LFRT de México determinaba desde su Artículo 2º que el espacio electromagnético para transmisiones de la radiodifusión sólo podría ser usado mediante concesión o permiso previo otorgado por el Ejecutivo Federal. El CBT establece en sus artículos 30 y 32 que los servicios de telégrafos, radiocomunicaciones (en el cual se encuadra la televisión) y de telefonía interestatal están bajo la jurisdicción de la Unión, que los puede explorar por concesión, autorización o permiso. Además, el Art. 45 determina que cada modalidad de telecomunicación debe tener su propia concesión; es

¹¹² **Art. 33. § 4º** Una vez que la concesionaria haya requerido, en tiempo hábil, la prórroga de la respectiva concesión, la tendrá como deferida si el órgano competente no decide dentro de 120 (ciento veinte) días.

¹¹³ El documento completo con los vetos del presidente João Goulart –cada uno con su respectiva razón– está disponible (en portugués) en <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/Mensagem_Veto/anterior_98/Vep-Lei-4117-62.pdf> [Consultado el 9 de abril de 2015].

decir: un mismo concesionario no puede tener un permiso que valga para un grupo de medios (una radio, una emisora de televisión y una empresa de telefonía, por ejemplo).

Las dos leyes explican también qué se necesita para obtener una concesión.

La LFRT de 1960 presentaba primero la regla para pagar la fianza en el trámite para una concesión, en su Artículo 18¹¹⁴. El problema de esta regla es que los valores son determinados en precios corrientes del año de publicación de la Ley, y no vinculados al salario-mínimo o a otros índices más sólidos que la moneda. Aunque sea una falla que puede haber sido causada por la baja inflación verificada en el año de 1960 (Banco de México, 1961:17), no deja de ser una apertura para beneficio de los concesionarios en caso de una devaluación de la moneda.

Ya el Artículo 21¹¹⁵ de la LFRT de 1960 trataba lo mínimo que una concesión abarcaría. Como señala Cremoux (1982:31): “Las concesiones hacen señalamiento de aspectos fundamentalmente técnicos. No se menciona cuál será el contenido de la programación, ni su origen o procedencia, ni la intención que persiga la misma”.

Por su parte, el Código Brasileño de Telecomunicaciones presenta en su artículo 38 los requisitos, preceptos y cláusulas para los permisos, autorizaciones y concesiones. Es una regla bastante más extensa que la ofrecida por el Artículo 21 de la LFRT de 1960. El Art. 38 del CBT cuenta con nueve incisos y un párrafo (único) que tratan de detalles sobre la dirección, gerencia y el control societario de los medios, sus objetivos sociales, estatutos, finalidades (de los servicios de información, diversión, publicidad y propaganda), además de obligaciones de cesión de tiempo-aire a los Tres Poderes de la República.

En el Art. 38, dos son los incisos benevolentes a las empresas de telecomunicaciones:

a) los directores y gerentes serán brasileños nacidos en Brasil y los técnicos encargados de la operación de los equipos transmisores serán brasileños o extranjeros con residencia exclusiva en el país; sin embargo, en carácter excepcional y con autorización expresa del Consejo de Telecomunicaciones, se permite la admisión de especialistas extranjeros, mediante contrato, para estas últimas funciones.

e) las emisoras de radiodifusión, **excluidas las de televisión** [destacadas añadidas], son obligadas a retransmitir, diariamente, de las 19 (diecinueve) a las 20 (veinte) horas, con excepción de los sábados, domingos y días festivos, el programa oficial de informaciones de los Poderes de la República, estando reservados 30 (treinta) minutos para la divulgación de un noticiero preparado por las dos Casas del Congreso Nacional¹¹⁶.

¹¹⁴ **Artículo 18.** La Secretaría de Comunicación y Transportes señalará al solicitante el monto del depósito o de la fianza que deberá constituir, para garantizar que se continuarán los trámites hasta que la concesión sea otorgada o negada.

De acuerdo con la categoría de la estación radiodifusora en proyecto, el monto del depósito no podrá ser menor de 2 mil ni exceder de 10 mil pesos, y el de la fianza será de 5 a 50 mil pesos.

La garantía quedará sin efecto al otorgarse o negarse la concesión. Si el interesado abandona el trámite, la garantía se aplicará al erario federal.

¹¹⁵ **Artículo 21.** Las concesiones contendrán, cuando menos, lo siguiente:

a) Canal asignado; b) Ubicación del equipo transmisor; c) Potencia autorizada; d) Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas; e) Horario de funcionamiento; f) Nombre, clave o indicativo; g) Término de su duración.

¹¹⁶ El inciso e del Art. 38 sigue en vigencia en Brasil. De lunes a viernes, sin excepción, la programación de todas las radios, AM, FM y OC es ocupada, a las 7pm, por el programa “A Voz do Brasil”, coordinado por la Empresa Brasileña de

En el caso del inciso **a**, aunque la prohibición a la participación de extranjeros en las empresas de televisión –como se menciona el capítulo anterior, fundamental para la implementación del medio en Brasil, y principalmente en TV Globo– siga los preceptos de nacionalismo y proteccionismo del periodo político en cuestión, la regla en realidad deja abierta la posibilidad de tener colaboradores de otros países: una vez que no sean ni directores, ni gerentes y tengan una autorización del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONTEL).

El inciso **e** trae un caso de injerencia directa en una de las partes más importantes de la ganancia de las empresas: el horario estelar. Una hora completa debe ser concedida para el Estado. Sin embargo, la televisión está condescendentemente excluida de la pérdida que las emisoras de radio sufren con la cesión de tiempo aire que podría ser uno de los más caros en el día.

En sus artículos, la Ley brasileña de 1962 tuvo la preocupación de distinguir entre postulantes a nuevas concesiones y aquellos que pedirían permiso para servicios que ya existían antes de la Ley. Sin embargo, en ambos casos, los empresarios del sector se ven amparados por las normas.

El Art. 34¹¹⁷ trae reglas burocráticas limitantes para el otorgamiento de nuevas concesiones. Sin embargo, regresa a un problema recurrente: la discrecionalidad cedida al Presidente.

Art. 34. § 1º El otorgamiento de concesión o autorización es prerrogativa del Presidente de la República, salvo el dispuesto en el art. 33 § 5¹¹⁸, después que sea consultado el Consejo Nacional de Telecomunicaciones acerca de las propuestas y requisitos exigidos por la convocatoria, y que sea publicado el respectivo parecer.

Por otro lado, el Art. 117¹¹⁹ presenta reglas que benefician a las emisoras que ya existían antes del CBT, permitiendo a los potenciales concesionarios de servicios que ya existían procesos con menos burocracia (un gran beneplácito en los países latinoamericanos). Además, no deja de ser una forma de amnistía a la TV Globo por sus infracciones en el acuerdo *Time-Life*, una vez que determina que las concesiones de

Comunicación (EBC) –un órgano público federal responsable de dos agencias de noticias, un portal de contenido en línea, siete radios y dos emisoras de televisión (una pública y una estatal)– a partir de los departamentos de comunicación (relaciones públicas y con los medios) de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial. El programa dura siempre una hora. “*A Voz do Brasil*” también está disponible online, en vivo, por el enlace <<http://conteudo.ebcservicos.com.br/streaming/avozdobrasil>>. En México, aunque sin previsión legal, es transmitida a los domingos a las 10 de la noche, en cadena, la *Hora Nacional*. Diferentemente de Brasil, el programa dedica 30 minutos al Gobierno Federal, y otros 30 a los gobiernos estatales.

¹¹⁷ **Art. 34.** Las nuevas concesiones o autorizaciones, para el servicio de radiodifusión serán precedidas de convocatoria, publicada con 60 (sesenta) días de anticipo por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, invitando a los interesados a presentar sus propuestas en plazo determinado, de la cual deben formar parte:

a) prueba de idoneidad moral;
b) demostración de los recursos técnicos y financieros de que disponen para el emprendimiento;
c) indicación de los responsables por la orientación intelectual y administrativa de la entidad y, caso aplique, del órgano a que compete la eventual sustitución de los responsables.

¹¹⁸ Dice el **§5º del Art. 33**: Los servicios de radiodifusión de carácter local serán autorizados por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

¹¹⁹ **Art. 117.** Las concesiones y autorizaciones para los servicios de radiodifusión en funcionamiento están automáticamente mantenidas por los plazos fijados en el art.33§3 de esta ley.

servicios en funcionamiento quedan *automáticamente* mantenidas a partir de la sanción de la Ley, previendo solamente (en el Art. 121)¹²⁰ la revisión de los contratos de las empresas de telecomunicaciones y un plazo, a ser establecido por el CONTEL, para que las concesionarias se adaptaran a las reglas del Código.

Otro artículo del CBT, el 78¹²¹, ofrece protección a los radiodifusores autorizados contra los piratas.

A diferencia de la Ley mexicana de 1960, el Código Brasileño no habla del pago de tarifas durante el trámite para una concesión (autorización o permiso). Aunque presente un capítulo (el VIII) exclusivo para tratar del tema de “Tasas y Tarifas”, la Ley dejó que el establecimiento de los importes fueran decididos en legislaciones subsiguientes y por el CONTEL.

Una peculiaridad de las dos leyes es que ninguna regula si las concesiones deben ser otorgadas a una persona moral o física. Con esto, mientras en Brasil las concesiones de TV Globo están en las manos de diversos miembros del clan Marinho, las de Televisa pertenecen a diversas razones sociales que forman parte del grupo empresarial del mismo nombre –práctica distinta de la de su principal competente, TV Azteca–.

La cuestión de la derogación, inmediata o no, de una concesión, es tema de algunos artículos en las dos leyes.

Mientras el Artículo 24¹²² de la LFRT preveía el dominio de la Nación, sin ninguna indemnización de las “acciones y participaciones emitidas por las empresas que exploten una estación radiodifusora que fueren adquiridas por un gobierno o persona extranjeros”, el Artículo 28¹²³ iba a otro extremo, garantizando un canal equivalente en caso de supresión por efecto de un convenio internacional.

A su vez, el Artículo 30¹²⁴ trataba de un tema relacionado con la supresión: la caducidad de una concesión. Las causas de caducidad establecidas en este artículo

¹²⁰ **Art. 121.** El Consejo Nacional de Telecomunicaciones procederá a la revisión de los contratos de las empresas de telecomunicaciones que funcionan en el país, observando: la estandarización de todos los contratos, observadas las circunstancias peculiares a cada tipo de servicio; el establecimiento de plazo para que las concesionarias autorizadas a funcionar en el país se adaptaran a los preceptos de la presente ley y a las disposiciones de su respectivo reglamento.

¹²¹ **Art. 78.** Constituye crimen sancionable con la pena de detención de 1 (uno) a 2 (dos) años, aumentada de la mitad si hay daño a tercero, la instalación o utilización de telecomunicaciones, sin que sea observado el dispuesto en esta ley y en los reglamentos.

¹²² **Art. 24.** Las acciones y participaciones emitidas por las empresas que exploten una estación radiodifusora, que fueren adquiridas por un gobierno o persona extranjeros, desde el momento de la adquisición quedarán sin efecto para el tenedor de ellas y pasarán al dominio de la nación los derechos que representen, sin que proceda indemnización alguna.

¹²³ **Artículo. 28.** Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado.

¹²⁴ **Artículo 30.** Las concesiones otorgadas para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducarán por las causas siguientes: I.- No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones sin causa justificada, dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen; II.- No iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados en la concesión, salvo causa justificada; III.- No otorgar la garantía a que se refiere el artículo 19 de esta Ley.

presentan un nivel bajísimo de complejidad, tornando la extinción dentro de estas motivaciones bastante improbable.

También se puede señalar que las cláusulas trataban solamente generalidades relacionadas al propio funcionamiento de una emisora. El no cumplimiento de otras normas de la misma ley –o de otras leyes concomitantes– no traía como resultado la pérdida de la concesión. Y, además de que las causas de caducidad podían ser fácilmente suprimidas, el Artículo 35¹²⁵ presentaba más posibilidades de reversión de la decisión, a partir de trámites de defensa del concesionario.

El Artículo 36¹²⁶ de la LFRT seguía en el tema de la caducidad de la concesión, presentando una posibilidad de sanción: la prohibición a que el concesionario obtuviera un nuevo permiso. Pero solamente hasta por cinco años. Así, esta es una sanción aplicada por tiempo limitado, con plazo de caducidad determinado de antemano, plazo este que significa solamente entre un 3 % y un 16 % del tiempo máximo de una concesión.

Además de que, *per se*, la abolición de una concesión o el cierre de un canal serían casos inusitados, la restricción aún mayor presentada por el Artículo 28¹²⁷ –de que solo sería posible por fuerza de un tratado internacional– torna la situación aún más improbable. Y para concretizar la condescendencia de la ley, ésta ya garantiza la sustitución por un canal con casi las mismas características del que fue perdido.

En Brasil, el Art. 37¹²⁸ del CBT reiteraba por un lado que en caso de expropiación de servicio de telecomunicación por necesidad o utilidad pública, o por interés social, o en caso de peligro inminente, como guerra o conmoción intestina, siempre habría una indemnización. Sin embargo, esta previsión de indemnización es fruto de precepto constitucional, no de benevolencia de esta ley específica.

De todos modos, el veto presidencial intentó proteger a los propietarios.

[Razones para el veto al Párrafo único del Art. 37] No hay motivos para recomendar que un servicio concedido deba ser expropiado, en los términos del artículo 141§16 de la Constitución. El

¹²⁵ **Artículo 35.** La caducidad y la revocación, serán declaradas administrativamente por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, conforme al procedimiento siguiente: I.- Se hará saber al concesionario los motivos de caducidad o revocación que concurren, y se le concederá un plazo de treinta días para que presente sus defensas y sus pruebas: II.- Formuladas las defensas y presentadas las pruebas, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, la Secretaría dictará su resolución declarando la procedencia o improcedencia de la caducidad o de la revocación, salvo cuando medie caso fortuito o fuerza mayor. En los casos de nulidad se observará el procedimiento anterior para declararla.

¹²⁶ **Artículo 36.** El beneficiario de una concesión declarada caduca o revocada no podrá obtener otra nueva, dentro de un plazo de uno a cinco años, según la gravedad de la causa que motivó la declaración, contados a partir de la fecha de ésta.

¹²⁷ **Artículo 28.** Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado.

¹²⁸ **Art. 37.** Los servicios de telecomunicaciones pueden ser expropiados, o requeridos en los términos del Art. 141§16 de la Constitución y de las leyes vigentes.

Dice el **§16 del Art. 141** de la Constitución de 1946: Está garantizado el derecho a la propiedad, salvo en caso de expropiación por necesidad o utilidad pública, o por interés social, mediante previa y justa indemnización en dinero. En caso de peligro inminente, como guerra o conmoción intestina, las autoridades competentes podrán usar de la propiedad particular, si así exija el bien público, quedando, sin embargo, asegurado el derecho a indemnización ulterior.

interés público podrá determinar otras formas de hacer reverter a la Unión el servicio concedido, sin que esto perjudique los derechos que, quizás, tenga el concesionario (Goulart, 1962).

Aunque improbable, la posibilidad de expropiación en Brasil es más asequible que en México. Algo similar a esta regla en la Ley Federal de Radio y TV mexicana determina que la supresión o restricción de un canal a un concesionario o permisionario solo sería posible por fuerza de aplicación de un convenio internacional; además, el concesionario tendría derecho a la sustitución por otro equivalente¹²⁹.

Por otro lado, se propone en el Art. 118¹³⁰ del CBT que el Consejo Nacional de Telecomunicaciones haga una depuración de las concesiones existentes, para que el Presidente pudiera extinguir aquellas “cuyos servicios no estén funcionando por culpa de los concesionarios”.

Ya el Art. 77¹³¹ del Código Brasileño ofrece a los concesionarios una protección de antemano a cualquier intento de abuso por parte de la autoridad pública en situaciones específicas de pérdida de concesión. Además, es una reiteración puntual a un derecho constitucional, que es el de buscar el Poder Judicial, como recuerda el Presidente en su veto:

Constituye una reiteración excesiva declarar que ilegalidad o abuso de poder están sujetos al control judicial, pues hay principio expreso en la Constitución, Art. 141, §4^{o132}.

Otro tema relacionado con el otorgamiento de concesiones es *la limitación a la participación extranjera*.

El tema de la limitación a la participación extranjera es bastante más tratado en la LFRT (en ocho artículos) que en el Código (tres artículos).

Los mexicanos se preocupaban en prohibir la participación de extranjeros en sociedades (Art.14), no importa si son personas físicas o hasta gobiernos extranjeros (Art.23), no permitiendo la concesión por vías directas ni por herencia o acción judicial (Art.27), regulando el trabajo de locutores, cronistas y comentaristas (Arts.38, 85 y 89) para proteger el idioma nacional (Art.75) y llegando a la sanción de apropiación por la Nación, sin derecho a indemnización (Art.24).

El Artículo 14¹³³ de la LFRT de México establecía que:

¹²⁹ **Artículo 28.** Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado.

¹³⁰ **Art. 118:** El Consejo Nacional de Telecomunicaciones procederá, inmediatamente, al inventario de las concesiones, autorizaciones y permisos, proponiendo al Presidente de la República la extinción de aquellas cuyos servicios no estén funcionando por culpa de los concesionarios.

¹³¹ **Art. 77.** A declaración de la extinción o caducidad, cuando viciada por ilegalidad, abuso de poder o por la desconformidad con los fines o motivaciones alegados, titulará el perjudicado a postular reparación de su derecho en el Poder Judicial.

¹³² Decía el texto del Artículo 141 §4 de la Constitución Federal de 1946 (la inmediatamente anterior al CBT):

Art. 141 - La Constitución asegura a los brasileños y a los extranjeros residentes en el País la inviolabilidad de los derechos referentes a la vida, a la libertad, a la seguridad individual y a la propiedad, en los siguientes términos:

§ 4º - La ley no podrá excluir del análisis del Poder Judicial cualquier lesión al derecho individual.

Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgarán *únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyas socios sean mexicanos* [cursivas añadidas]. Si se tratara de sociedad por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas *quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios* [cursivas añadidas].

Esta regla plantea tres cuestiones pertinentes en cuanto a la administración de las emisoras: i) la obligatoriedad en divulgar la lista de socios de una empresa de comunicación, que no siempre quieren hacerse conocidos; ii) una vez que Estados Unidos y algunos países europeos son los precursores de la televisión, prohibirlos de formar parte de sociedades mexicanas de medios, perjudicaba la intención de los primeros magnates de la televisión de establecer sus emisoras contando con expertos en sus juntas directivas, disminuyendo las posibilidades de intercambio tecnológico y de *know-how* tan importantes para las telecomunicaciones desde siempre¹³⁴; iii) por otro lado, cerrar las puertas para la participación extranjera garantizaba que el mercado sería explorado y explotado por empresarios mexicanos, que con tales reglas no sufrirían la competencia de capitalistas extranjeros, que con más conocimiento y experiencia podrían dominar el mercado de las telecomunicaciones y alejarlo de los empresarios mexicanos.

Ya el Artículo 23¹³⁵ de la LFRT de 1960, que impedía la concesión a extranjeros, tenía como intención reprimir el uso de mexicanos como prestanombres para la adquisición de una concesión y su posterior cesión a un grupo de otro país; además, había una preocupación en cuanto a la investidura de *gobiernos* extranjeros en las telecomunicaciones mexicanas, lo que podría llegar a generar desacuerdos diplomáticos, como es señalado por Berrueco García (2006:86) y fue comentado anteriormente.

El Artículo 26¹³⁶ ampliaba las reglas para la transferencia de concesión, más allá de la prohibición a la participación de extranjeros. Además de que el nuevo concesionario o permisionario obviamente tenía que cumplir con los requisitos legales para la licencia, la regla determinaba que ésta no podía ser transferida en menos de tres años de la operación inicial.

¹³³ **Artículo 14.** Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyas socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedad por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

¹³⁴ Se habla de *expertos y juntas directivas* pues en México ya contaba con buenos y creativos técnicos –como el propio González Camarena–, que nada más necesitaban actualizarse y aprender los detalles del nuevo medio, la televisión. Para eso sí, sería bueno contar con *expertise* internacional, algo que esta regla no impedía, solamente dificultaba.

¹³⁵ **Artículo 23.** No se podrá ceder ni en manera alguna gravar, dar en fideicomiso o enajenar total o parcialmente la concesión, los derechos en ellas conferidos, instalaciones, servicios auxiliares, dependencias o accesorios, a un gobierno o persona extranjeros, ni admitirlos como socios de empresa concesionaria.

¹³⁶ **Artículo 26.** Sólo se autorizará el traspaso de concesiones de estaciones comerciales y de permisos de estaciones culturales, de experimentación y de escuelas radiofónicas a entidades, personas físicas o morales de orden privado o público que estén capacitados conforme esta ley para obtenerlos y siempre que hubieren estado vigentes dichas concesiones y permisos por un término no menor de tres años y que el beneficiario hubiese cumplido con todas sus obligaciones.

Un artículo, el 89¹³⁷, ampliaba la aplicación de las reglas contra la participación extranjera a cronistas y comentaristas, y establecía la Secretaría de Educación Pública (SEP) como autoridad responsable.

Para completar la secuencia de reglas que trataban la concesión y participación extranjera, el Artículo 27¹³⁸ nada más era que una reiteración de la prohibición de cesión de concesión a extranjeros, ahora destacando que la herencia y la adjudicación judicial también se aplican a la regla.

Mientras tanto, el Código brasileño presenta solamente tres artículos que acotan la participación extranjera en las telecomunicaciones del país. Es interesante recordar que la Ley 4.117 fue aprobada una década después de la adquisición de equipos estadounidenses por la TV Tupi, y en el mismo año que Roberto Marinho firmó el polémico acuerdo con el grupo *Time-Life*; o sea: después de ahogado el niño, tapan el pozo, como menciona el refrán.

En Brasil, las limitaciones a extranjeros exigen un levantamiento patrimonial completo a las empresas concesionarias e incluso a empresas extranjeras o con accionistas extranjeros “subsidiarias, asociadas, dependientes o vinculadas” (Art.29n), a fomentar la preferencia a la industria brasileña en la adquisición de equipos de telecomunicaciones (Art.29r) y la prohibición de concesión o autorización de servicio de radiodifusión a sociedades o empresas que no fueran constituidas exclusivamente por brasileños (Art.44¹³⁹), lo que llevó la TV Globo a tener que explicarse, algunos años después en una Comisión Parlamentaria de Investigación¹⁴⁰.

Contrario a México, donde la entrada de extranjeros podría significar un inconveniente al crecimiento de la industria nacional de radiodifusión, la presencia de un artículo en el CBT –una ley ampliamente influenciada por los empresarios del sector por medio de la ABERT– más bien servía para estorbar el crecimiento de la competencia interna en el país, al impedir que más empresarios brasileños tuvieran la ayuda internacional con la que contaron *Tupi* y *Globo*.

¹³⁷ **Artículo 89.** Los cronistas y los comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a que se dediquen, expedido por la Secretaría de Educación Pública.

¹³⁸ **Artículo 27.** Para que una concesión pueda ser transmitida por herencia o adjudicación judicial o cualquier otro título, se requerirá que los causahabientes reúnan la calidad de mexicanos.

¹³⁹ **Art. 44.** Es vedada la concesión o autorización del servicio de radiodifusión a sociedades por acciones al portador, o a empresas que no sean constituidas exclusivamente de los brasileños a que se refieren los incisos I y II del Art. 129 de la Constitución Federal.

Decían los incisos I y II del Art. 129 de la Constitución brasileña de 1946: “Son brasileños:

los nacidos en Brasil, aunque de padres extranjeros, que no residan estos a servicio de su país;

los hijos de brasileño o brasileña, nacidos en país extranjero, si los padres estuvieren a servicio de Brasil, o, no estándolo, que vengan a residir en el País. En este caso, cuando lleguen a la mayoría de edad, deberán, para conservar la nacionalidad brasileña, optar por ella, dentro de cuatro años.

¹⁴⁰ Más detalles en un apartado especial sobre el acuerdo *Time-Life* en el capítulo II.

El artículo más importante de los tres del CBT que tratan de límites a la participación extranjera es el 44¹⁴¹, que veda la concesión o autorización a sociedades o empresas que no sean constituidas exclusivamente por brasileños.

Esta regla –o más bien, su infracción– está directamente relacionada con el caso *Time-Life*. La inversión extranjera y la participación de representantes de inversionistas de otros países siempre ha formado parte de la televisión en Brasil.

Dos incisos del Art. 29¹⁴² del CBT, el **n** y el **r**, nada más presentan responsabilidades del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONTEL): auditar las empresas concesionarias y sus subsidiarias, y promover y estimular el desarrollo de la industria de equipos de telecomunicaciones, dando preferencia a empresas con capital brasileño.

Una vez que el CONTEL ha sido mencionado, parece interesante seguir este análisis con otro tema bastante importante en las dos Leyes: la determinación de **autoridades competentes** para regular el sector.

Las **autoridades competentes** para actuar en temas relacionados a la radiodifusión son listados en 34 artículos en la LFRT y 44 artículos en el CBT.

Mientras en México la autoridad sobre la radiodifusión estaba principalmente en manos de las secretarías de Comunicaciones y Transportes¹⁴³ y de Gobernación¹⁴⁴, con responsabilidades que también involucraban a las de Educación Pública¹⁴⁵, Salubridad y Asistencia¹⁴⁶ y Hacienda¹⁴⁷, en Brasil la autoridad es casi completamente delegada por la Unión al Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONTEL), cuya creación fue establecida en el Art. 14¹⁴⁸ del CBT.

Si por un lado las dos leyes determinan la creación de organismos públicos legales que serán responsables por la reglamentación y aplicación de diversas normas establecidas por las leyes, así como por la aplicación de sanciones en caso de no

¹⁴¹ **Art. 44.** Es vedada la concesión o autorización del servicio de radiodifusión a sociedades por acciones al portador, o a empresas que no sean constituidas exclusivamente de los brasileños a que se refieren los incisos I y II del Art. 129 de la Constitución Federal.

Decían los incisos I y II del Art. 129 de la Constitución brasileña de 1946: "Son brasileños:

los nacidos en Brasil, aunque de padres extranjeros, que no residan estos a servicio de su país;

los hijos de brasileño o brasileña, nacidos en país extranjero, si los padres estuvieren a servicio de Brasil, o, no estándolo, que vengan a residir en el País. En este caso, cuando lleguen a la mayoría, deberán, para conservar la nacionalidad brasileña, optar por ella, dentro de cuatro años.

¹⁴² **Art. 29.** Es responsabilidad del Consejo Nacional de Telecomunicaciones:

n) promover y supervisar la producción de un inventario público de los bienes y la auditoría de la contabilidad de las empresas concesionarias o permisionarias e servicios de telecomunicación, y de las empresas subsidiarias, asociadas o dependientes de ellas, o a ellas vinculadas, incluso de las que sean controladas por accionistas extranjeros, o tengan como accionistas personas morales basadas en el extranjero, con el objetivo de determinar la inversión efectivamente realizada y el conocimiento de todos los elementos, que concurran a la determinación de los costos del servicio, solicitando para tal fin los funcionarios federales que puedan contribuir para la apuración de estos datos;

r) promover y estimular el desarrollo de la industria de equipos de telecomunicaciones, dando preferencia a aquellos cuyo capital en su mayoría, pertenezcan a accionistas brasileños.

¹⁴³ Artículos 9, 19, 35, 42, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 53, 64, 90, 93 y 99.

¹⁴⁴ Artículos 10, 62, 65, 70, 71, 73, 90, 96, 97 y 99.

¹⁴⁵ Artículos 11, 89 y 90.

¹⁴⁶ Artículos 12, 69 y 90.

¹⁴⁷ Artículo 70.

¹⁴⁸ **Art. 14.** Se crea el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (C.O.N.T.E.L.), con organización y responsabilidades definidas en esta ley, directamente subordinado al Presidente de la República.

cumplimiento, el Código Brasileño presenta un diseño institucional bastante más específico para el Consejo Nacional de Telecomunicaciones que la LFRT de 1960 para el Consejo Nacional de Radio y Televisión de México.

La LFRT en general se destaca por la brevedad de sus artículos –lo que puede ser bueno, por no extenderse en las reglas, y malo, porque le faltan detalles operativos– y esta característica queda bastante clara cuando se observan las líneas dedicadas a la creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, que cuenta con nada más que tres artículos y seis incisos (Arts.90-92), que establecen los integrantes, las atribuciones y algunas reglas de funcionamiento del órgano.

De los tres artículos que determinan la creación del CNRT de México, dos presentan condescendencias a los empresarios.

Para empezar, el Artículo 90¹⁴⁹ determinaba que entre los integrantes del Consejo deberían estar representantes de las propias industrias de la radio y la televisión. Esta decisión, si por un lado promueve la democracia y los valores republicanos de representatividad, por otro debilita el control del Estado, abriendo camino para la polémica práctica liberal de dejar al mercado regular el propio mercado. Además, era un Consejo solamente de asesoramiento, sin ninguna atribución decisoria. Así, todo realmente quedaba en manos de una supuesta reglamentación del mercado.

Ya el Artículo 92¹⁵⁰ determinaba que el presidente del Consejo tendría voto de calidad en las decisiones del órgano. Aunque el presidente sea el representante de la Secretaría de Gobernación –es decir, no sería alguien de la industria o de los trabajadores–, calificar su voto abre espacio a una discrecionalidad que no garantiza quitar poder a los delegados del mercado.

Por el lado brasileño, el CBT presenta el diseño del Consejo Nacional de Telecomunicaciones en un capítulo completo (el IV), con 16 artículos (14-29), 42 incisos y 12 párrafos complementarios.

Aunque las dos leyes presenten incumbencias complementarias a los respectivos Consejos en artículos dispersos por todo el texto, al opuesto de la LFRT de México había en el CBT un intento de mantener a los industriales de la radiodifusión fuera del cuerpo decisorio y actuante del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Según el Art. 15 del Código, el Consejo tiene como participantes representantes del servicio de Correos y Telégrafos, de los Ministerios de la Justicia, Educación y Cultura, Relaciones Exteriores, Industria y Comercio, de Guerra, de Marina y de

¹⁴⁹ **Artículo 90.** Se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la de Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores.

¹⁵⁰ **Artículo 92.** El Consejo celebrará sesiones ordinarias y extraordinarias, conforme a su reglamento. El Presidente tendrá voto de calidad.

Aeronáutica, otro de las Fuerzas Armadas, del Departamento Nacional de Telecomunicaciones y de los tres mayores partidos políticos.

Aunque ninguno de los representantes anteriores sea de la industria de las telecomunicaciones, los empresarios pueden ser representados por alguien de los partidos políticos o por el propio presidente del Consejo, que es nombrado libremente por el Presidente de la República.

El Art. 23¹⁵¹ también presenta un intento por mantener la industria fuera del Consejo. Sin embargo, peca por su exceso de detalles, lo que facilitaría a los infractores encontrar formas de actuar. Curiosamente, el intento de veto¹⁵² del presidente defendía la participación de profesionales del área, para su desarrollo, aunque el Art. 28¹⁵³ determinara que los miembros del Consejo deberían ser ciudadanos con “notorios conocimientos de asuntos asociados a las diversas ramas de las telecomunicaciones”.

Ya el Art. 24¹⁵⁴ del CBT abre la posibilidad de que las deliberaciones del CONTEL sean reconsideradas por el propio órgano –en caso de decisiones unánimes– o por recurso interpuesto al Presidente de la República.

Hay dos observaciones interesantes acerca de este artículo del CBT: por un lado, es condescendiente por abrir aún más el abanico de discrecionalidades posibles al Presidente de la República. Un magnate con libre acceso a los gabinetes presidenciales –como Roberto Marinho– ganaba aquí la permisión legal para ir a reclamarle directamente al presidente en (el remoto) caso de descontento con una decisión del Consejo. Por otro lado, este fue uno de los artículos vetados por el presidente João Goulart, que impugnaba¹⁵⁵ las reglas distintas para los recursos en caso de decisión unánime y de las que no lo fueran.

El Art. 67¹⁵⁶ del CBT también trae un ejemplo de amplia discrecionalidad dada al Presidente. A él se puede recurrir en caso de infracción; el Jefe del Ejecutivo puede suspender la multa o reducir su valor.

Ya el Art. 68 del CBT amplía la variedad de agentes que pueden actuar junto a los concesionarios:

¹⁵¹ **Art. 23.** Ningún miembro del Consejo [Nacional de Telecomunicaciones] o servidor que, en el mismo tenga ejercicio, podrá ser parte de cualquier empresa, compañía, sociedad o firma que tenga por objetivo comercial la telecomunicación como director, técnico, consultor, abogado, perito, accionista, dueño de cuotas, obligacionista, socio o asalariado, ni tampoco tener cualquier interés directo o indirecto en la manufactura o venta de material aplicable a la telecomunicación.

¹⁵² Decía el veto presidencial referente a este párrafo: “Los técnicos y peritos con más experiencia son encontrados, normalmente, en la industria privada; su exclusión sería más dañosa que útil al servicio público. Además, el alcance visado por el Legislativo es obtenido con la aplicación de la parte del texto no votado, en combinación con el §2º del mismo artículo.”

¹⁵³ **Art. 28.** Los miembros del Consejo, su presidente, su director general, los directores de división y los delegados regionales serán ciudadanos brasileños de reputación inmaculada y notorios conocimientos de asuntos asociados a las diversas ramas de las telecomunicaciones”.

¹⁵⁴ **Art. 24:** A las deliberaciones unánimes del Consejo Nacional de Telecomunicaciones se podrán aplicar pedido de reconsideración para el mismo Consejo, y a las que no la sean [unánimes] cabrá recurso al Presidente de la República.

¹⁵⁵ Razones para el veto: “La redacción lleva uno a entender que, en caso de decisión unánime, no cabría recurso al Presidente de la República, lo que contraría el sistema recursal [sic] en vigencia”.

¹⁵⁶ **Art. 67.** El infractor multado podrá dentro de 5 (cinco) días y con efecto suspensivo, recurrir al Presidente de la República, que le dará o negará asentimiento pudiendo, aún, reducir el valor de la multa.

Art. 68. La suspensión de la concesión o del permiso, hasta 30 (treinta) días, será aplicada por el Ministro de la Justicia, en los casos que la infracción este capitulada en el Art. 53 de esta ley, *ex officio* o por representación de *cualquiera* de las siguientes autoridades:

I – En todo el territorio nacional:

- a) Mesa de la Cámara de Diputados o del Senado Federal;
- b) Presidente del Supremo Tribunal Federal;
- c) Ministro de Estado;
- d) Procurador General da República;
- e) Jefe de Estado Mayor de las Fuerzas Armadas;
- f) Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

II – En los Estados:

- a) Mesa de la Asamblea Legislativa;
- b) Presidente del Tribunal de Justicia;
- c) Secretario del Interior y de la Justicia;
- d) Jefe del Ministerio Público Estatal;
- e) Juez de Menores, en los casos de ofensa a la moral y a las buenas costumbres.

III – En los Municipios:

- a) Mesa de la Cámara Local;
- b) Presidente Municipal.

La crítica aquí es que el amplio abanico de autoridades acreditadas para la aplicación de sanciones genera la posibilidad de desorganización administrativa entre los agentes estatales, lo que, a su vez, abre las puertas a la corrupción.

Dentro del tema del control público, un aspecto interesante de las dos leyes es la que hace mención al Presidente de la República. Mientras en Brasil el *Jefe de la Nación* es citado docenas de veces en el CBT (ejemplos: Arts.3º, 14, 15, 24, 34, etc.), la Ley mexicana prefiere conceder algunas discrecionalidades al *Ejecutivo Federal* (Arts. 2º, 6º, 13, 34, 40 por ejemplo), quizás ampliando el abanico de autoridades abarcadas por el término.

De hecho, de los artículos 93¹⁵⁷ hasta el 100 de la LFRT de 1960 trataban acerca de Inspección y Vigilancia del Poder Público sobre las concesionarias, bajo la responsabilidad de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Los textos del 94¹⁵⁸ y 95¹⁵⁹ no establecían especificidades a ser verificadas en las visitas, pero determinaba que debían ser hechas en horario comercial, con la presencia de un representante del concesionario.

Sin embargo, aunque la previsión de inspecciones intentaba garantizar el control público de los concesionarios, el artículo 100¹⁶⁰ de la LFRT de 1960 decretaba la total falta de transparencia a la población en general de los hallazgos hechos por los inspectores, una vez que los datos recolectados serían mantenidos confidenciales.

¹⁵⁷ **Artículo 93.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para cumplir con las funciones y atribuciones que esta ley le señala, podrá practicar las visitas de inspección que considere pertinentes.

¹⁵⁸ **Artículo 94.** Las visitas de inspección técnica de dichas estaciones tendrán por objeto comprobar que su operación se ajuste a la potencia, frecuencia, ubicación, normas de ingeniería y demás requisitos fijados en la concesión o el permiso, en la ley y los reglamento, o para determinar si su servicio es satisfactorio y se presta con las especificaciones señaladas.

¹⁵⁹ **Artículo 95.** Las visitas de inspección se practicarán en presencia del permisionario o concesionario o de alguno de sus empleados, dentro de las horas de funcionamiento de la estación.

¹⁶⁰ **Artículo 100.** Los datos que el personal de inspección obtenga durante o con motivo de su visita tendrán el carácter de confidenciales y sólo se comunicarán a la Secretaría que haya ordenado la práctica de esa diligencia o al Consejo Nacional de Radio y Televisión, para los efectos legales correspondientes.

En el CBT, la inspección es un requisito obligatorio¹⁶¹ para el otorgamiento de licencia para funcionamiento de estaciones de telecomunicaciones. Sin embargo, después de concedido el permiso, ya no hay previsión de visitas de inspección; se mencionan posibilidades de fiscalizar¹⁶², supervisar¹⁶³ y proponer al Presidente tasas para mantener el servicio de fiscalización¹⁶⁴.

Impresionan en el CBT los textos que, si por un lado son innecesarios¹⁶⁵, por otro sirven casi como una amenaza de los radiodifusores a las autoridades competentes. Es el caso de artículos como el 77¹⁶⁶, que *autoriza* un concesionario perjudicado por una extinción de concesión ilegal, inconforme con las motivaciones alegadas o resultante de abuso de poder, de buscar reparación junto al Poder Judicial.

Como el presidente João Goulart citó en su veto, reiterar el derecho a impugnar una inconformidad junto al Poder Judicial es una repetición excesiva al principio expreso en la Constitución Federal.

El Art. 94 del CBT está ubicado en un contexto de acciones judiciales por derecho de réplica, en las cuales una vez que haya una decisión en contra del medio, éste es obligado a publicar la réplica del ofendido. Sin embargo, el Art. 94¹⁶⁷, además de reiterar el derecho legal a la apelación, prevé la posibilidad que, de agresor, el medio pase a víctima; aquí, hasta con derecho a resarcimiento.

Ya el Art. 98¹⁶⁸ presenta otra posibilidad de sanción *a la autoridad* responsable por la auditoria a la radiodifusión, en uno de los casos de lo que podría ser una amenaza

¹⁶¹ **Art. 36.** El funcionamiento de las estaciones de telecomunicación queda subordinado a licencia previa, de la cual harán parte las respectivas características, y que solamente será expedida después de verificada la observancia de todas las exigencias legales.

§1º La inspección, para las estaciones de radiodifusión, después de atendidas las condiciones legales a que se refiere este artículo y del registro del contrato de concesión por el Tribunal de Cuentas, deberá ser procedida dentro de 30 (treinta) días después de la fecha de entrada del pedido de inspección y, una vez que esta sea aprobada, la otorga de la licencia para funcionamiento no podrá ser retardado por más de 30 (treinta) días.

¹⁶² **Art. 29.** Es de responsabilidad del Consejo Nacional de Telecomunicaciones:

h) fiscalizar el cumplimiento de las obligaciones debidas de las concesiones, autorizaciones y permisos de servicios de telecomunicaciones y aplicar las sanciones que estén en su jurisdicción;

j) fiscalizar las concesiones, autorizaciones y permisos en vigencia; opinar sobre la respectiva renovación y proponer la declaración de caducidad y supresión;

ae) fiscalizar, durante las retransmisiones de radiodifusión, la declaración del prefijo o indicativo y la localización de la estación emisora y de la estación de origen;

af) fiscalizar el cumplimiento, por parte de las emisoras de radiodifusión, de las finalidades y obligaciones de programación, definidas en el Art. 38;

¹⁶³ **Art. 29. n)** promover y supervisar el archivamiento público de los bienes y la pericia de la contabilidad de las empresas concesionarias o permisionarias e servicios de telecomunicación, y de las empresas subsidiarias, asociadas o dependientes de ellas, o a ellas vinculadas, incluso de las que sean controladas por accionistas extranjeros, o tengan como accionistas personas morales basadas en el extranjero, con el objetivo de determinar la inversión efectivamente realizada y el conocimiento de todos los elementos, que concurran a la determinación de los costos del servicio, solicitando para tal fin los funcionarios federales que puedan contribuir para la apuración de estos datos;

¹⁶⁴ **Art. 29. p)** proponer al Presidente de la República el valor de las tasas a ser pagas por la ejecución de los servicios concedidos, autorizados o permitidos, y destinadas a mantener el servicio de fiscalización.

¹⁶⁵ Pues, como el propio presidente João Goulart señalaba en algunos de sus vetos, el derecho a buscar apoyo en el Poder Judicial es un precepto constitucional. No había, entonces, la necesidad de repetir esta posibilidad por todo el texto del Código de Telecomunicaciones.

¹⁶⁶ **Art. 77.** A declaración de la extinción o caducidad, cuando viciada por ilegalidad, abuso de poder o por la desconformidad con los fines o motivaciones alegados, titulará el perjudicado a postular reparación de su derecho en el Poder Judicial.

¹⁶⁷ **Art. 94.** De la decisión proferida por el juez, cabrá apelación en el efecto devolutivo, con acción ejecutiva para rever el precio pagado por la transmisión de réplica.

¹⁶⁸ **Art. 98.** La autoridad que impedir o agobiar la libertad de radiodifusión o de la televisión, aparte de los casos autorizados en ley, incidirá, en lo que se aplique, en la sanción del artículo 32 del Código Penal.

disimulada dentro de la propia Ley. El Art. 98 también sufrió intento de veto por Goulart.

Razones [para el veto al Art. 98]: Cualquier autoridad que cometa abuso de poder, en el ejercicio de sus atribuciones, está sujeta a las conminaciones penales previstas en la legislación común, siendo, por lo tanto, innecesaria la alusión expresa hecha en el artículo vetado, repetición que solamente servirá para entorpecer la actividad de las autoridades administrativas.

El Art. 99¹⁶⁹ sigue el mismo camino, subrayando una vez más que concesionarias y permisionarias ofendidas en cualquier derecho, pueden exigir junto al Poder Judicial su reparación, para “salvaguardar la viabilidad económica del emprendimiento”.

Una vez más, existe la mención innecesaria y excesiva a la posibilidad de recurrir al Poder Judicial. Es algo como un recuerdo, sino de la intocabilidad de los concesionarios, de las dificultades que uno puede enfrentar en caso que decida irse en contra de ellos. El artículo también sufrió intento de veto, con la misma argumentación dada en al Art. 77.

Los cuatro casos (artículos 77, 94, 98 y 99) presentan casi una provocación a la autoridad, expresa en las letras de la propia Ley, que carga en su texto un recuerdo permanente de que la industria no aceptaría cualquier cosa sin una polémica.

Sin embargo, si por un lado diversos son los artículos de la Ley que protegen a los concesionarios de los abusos de autoridad, por otro, el Art. 91¹⁷⁰ apoya a víctimas minusválidas o humildes, que no tendrían los recursos suficientes para arrojarlos solos en la acción por derecho de réplica, o aquellas que no quieren exponerse, aumentando la real posibilidad de acción contra el medio acusado. Y el Art. 92¹⁷¹ ofrece amparo contra el incumplimiento de sanción por parte de los concesionarios y recuerda a sus víctimas que el Poder Judicial es una herramienta válida también para aquellos que son afectados por acciones mediáticas.

El tercer tema más importante y uno de los que cuenta con más líneas dedicadas, en las dos leyes, es el que trata de la **injerencia de la autoridad pública en las empresas**. Además de materias administrativas, muchas veces los artículos normalizan sanciones a ser aplicadas a los concesionarios.

En cuanto a las sanciones, la dinámica de la ley mexicana de 1960 es presentar en un artículo (el 101) qué actos constituyen infracciones a la norma, y en otros cuatro artículos (102 a 105) las sanciones previstas. Ya el Código brasileño dedica un capítulo

¹⁶⁹ **Art. 99.** La concesionaria o permisionaria, ofendida en cualquier derecho, podrá pleitear junto al Poder Judicial su reparación, incluso para salvaguardar la viabilidad económica del emprendimiento, afectada por exigencias administrativas que la comprometan, una vez que no sean debidas a ley o reglamento.

¹⁷⁰ **Art. 91.** El derecho de réplica podrá ser ejercido por el propio ofendido, su apoderado procurador o representante legal.

¹⁷¹ **Art. 92.** Si el pedido de réplica no sea atendido dentro de 24 (veinticuatro) horas, el ofendido, su apoderado procurador o representante legal, o en el caso del párrafo único del artículo 91, cualquier de las personas en este calificadas, podrá reclamar judicialmente el derecho de personalmente hacerlo dentro de 24 (veinticuatro) horas, contadas de la intimación por mandado judicial.

(el VII) a establecer qué actos configuran infracciones y cuáles son las sanciones aplicables, en 48 artículos.

Estas son las infracciones determinadas por el Artículo 101 de la LFRT de 1960:

- I. Las transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz y al orden públicos;
- II. No prestar los servicios de interés nacional previstos en esta ley, por parte de los concesionarios o permisionarios;
- III. La operación de una emisora con una potencia distinta a la asignada, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IV. La alteración sustancial por los locutores de los textos de boletines o informaciones proporcionados por el Gobierno, con carácter oficial para su transmisión; asimismo, la emisión no autorizada de los textos de anuncios o propaganda comerciales que requieran previamente la aprobación oficial;
- V. Utilizar los servicios de locutores, cronistas o comentaristas que carezcan de certificado de aptitud;
- VI. Iniciar las transmisiones sin la previa inspección técnica de las instalaciones;
- VII. No suprimir las perturbaciones o interferencias que causen a las emisiones de otra difusora en el plazo que al efecto les haya fijado la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- VIII. Modificar las instalaciones sin la previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- IX. La violación a lo dispuesto en el artículo 46;
- X. No cumplir con la obligación que les impone el artículo 59 de esta ley;
- XI. La falta de cumplimiento a cualesquiera de las obligaciones contenidas en el artículo 60 de esta ley;
- XII. No encadenar una emisora cuando se trate de transmitir las informaciones a que se refiere el artículo 62;
- XIII. La desobediencia a cualquiera de las prohibiciones que para la correcta programación prevé el artículo 63 de esta ley;
- XIV. La violación a lo dispuesto por el artículo 64 de esta ley;
- XV. Contravenir lo dispuesto por cualesquiera de las tres fracciones del artículo 67 de esta ley;
- XVI. Contravenir las disposiciones que, en defensa de la salud pública, establece el artículo 68 de la presente ley;
- XVII. Realizar propaganda o anuncios en contravención al artículo 70;
- XVIII. Faltar a lo que dispone el artículo 75 en relación con el uso del idioma nacional;
- XIX. La violación a lo dispuesto en el artículo 78;
- XX. No acatar las observaciones que haga la Secretaría de Gobernación en los términos del artículo 97;
- XXI. Las demás infracciones que se originen el incumplimiento de esta Ley.

Aunque el inciso IV pueda abrir las puertas para que el gobierno use las emisoras como medio oficial y el XXI abra el abanico de sanciones a discrecionalidades basadas en otros artículos, es interesante la importancia dada de los legisladores en señalar de forma precisa y concisa los casos de contravención.

El Código brasileño deja explícito que aunque la radiodifusión sea libre, no está excluida la posibilidad de sanción a los que practiquen abusos en su ejercicio (Art. 52). A continuación, el Art. 53 presenta qué actos constituyen abuso, además de cualquier crimen o delito previstos en otras legislaciones del país:

- a) incitar la desobediencia a las leyes o a las decisiones judiciales;
- b) divulgar secretos de Estado o asuntos que perjudiquen a la defensa nacional;
- c) ultrajar la honra nacional;

- d) hacer propaganda de guerra o de procesos violentos para subvertir el orden político o social;
- e) promover campañas discriminatorias de clase, color, raza o religión;
- f) promover la rebeldía o la indisciplina en las fuerzas armadas o en los servicios de seguridad pública;
- g) comprometer las relaciones internacionales del País;
- h) ofender la moral familiar, pública, o las buenas costumbres;
- i) calumniar, injuriar o difamar a los Poderes Legislativo, Ejecutivo o Judicial o sus respectivos miembros;
- j) divulgar noticias falsas, con peligro para el orden público, económico y social.

Lo que se ve es que la Ley brasileña trae preceptos mucho más orientados a la seguridad nacional que al ejercicio de la radiodifusión.

Además, en su párrafo único, el Art. 53¹⁷² presenta una protección a los concesionarios que transmiten noticias en su programación: si la noticia es falsa, *como resultado de error de información y se haya desmentido inmediato*, el permisionario *no sufrirá ninguna sanción*.

El párrafo sufrió un intento de veto por el presidente João Goulart, que argumentaba:

Razones [para el veto al Art. 53]: La veracidad de la información debe ser objeto de examen *antes* [cursivas añadidas] de la divulgación de la noticia, no siendo justo que alguien transmita una información falsa, con todos los daños que de esto puedan transcurrir, incluso para la seguridad pública, sin que esté sujeto a ninguna sanción. El análisis de la buena o mala fe de la divulgación quedará bajo responsabilidad de la autoridad competente o del Poder Judicial, si es el caso.

Aunque fuera una justificación absolutamente correcta, este veto también fue eliminado por el Congreso Nacional.

Sin embargo, hubo alguna compensación al tema de la responsabilidad en cuanto a información falsa en el Art. 79¹⁷³. Éste determina que empresas de noticias –o personas a servicio de estas– que publiquen hechos falsos están sujetas a las sanciones previstas por el abuso en la libertad de prensa¹⁷⁴, así como determina la corresponsabilidad de las emisoras –por acción u omisión– en caso de infracción de agencia de noticias (o servicio similar) contratadas para el oficio.

El Art. 89¹⁷⁵ trata de la más frecuente sanción a las televisoras –y no solamente en caso de información falsa–: la pérdida comercial (por la cesión obligatoria de tiempo-

¹⁷² **Art. 53. Párrafo único.** Si la divulgación de las noticias falsas ha resultado de un error de información y haya sido objeto de desmentido inmediato, a ninguna sanción estará sujeta la concesionaria o permisionaria.

¹⁷³ **Art. 79.** Las autoridades, personas, entidades o empresas de noticias que funcionen legalmente en el País, cuando no bajo responsabilidad de la concesionaria o permisionaria, que practican abuso referido en el art. 53 de esta ley, están sujetas, en lo que quepa, al dispuesto en los artículos 9º a 16 y 26 a 51 de la Ley n. 2.083, de 12 de noviembre de 1953.

§ 1º La responsabilidad por la autoría, en los términos de lo dispuesto en este artículo, no excluye aquella de la concesionaria o permisionaria, cuando culpada por acción u omisión.

Los Art. 9º al 16 de la Ley 2.083/56 tratan de casos de abuso en la libertad de prensa. Del Art. 26 al 51, determinan quiénes son los responsables por los delitos de prensa y trámites de la acción penal resultante. La Ley 2.083 completa está disponible en < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L2083.htm#art26>. [Consultada el 10 de abril de 2015].

¹⁷⁴ En 1962, año de la promulgación del CBT, la libertad de prensa era reglamentada por la Ley 2.083, de 12 de noviembre de 1953. La 2.083 fue sustituida en 1967, después de la dictadura militar, por la Ley 5.250, que estuvo en vigor hasta 2009, cuando fue revocada por la Suprema Corte brasileña.

¹⁷⁵ **Art. 89.** Está asegurado el derecho de réplica a quien sea ofendido por la radiodifusión.

aire, tema que será tratado más adelante), a través de un *derecho de réplica* para quien sea “ofendido por la radiodifusión”.

Para completar, el Art. 85¹⁷⁶ determina que ofrecer disculpas no es suficiente para extinguir una infracción, aunque permita que sea un atenuante en la acción por reparación.

Anteriormente, el Art. 65¹⁷⁷ establecía que no estaba vedada la aplicación de otras modalidades de sanción, en caso de que haya una decisión por multa. Y el art. 81¹⁷⁸ abre la posibilidad a que las sanciones no queden en el plan administrativo.

El Art. 84¹⁷⁹, a su vez, presenta una penalidad bastante interesante: determina que las sanciones pecuniarias deben ser mayores a la medida del poder monetario del denunciado y si sus motivaciones son de orden económico.

No obstante, volviendo a inclinarse para el lado de los empresarios, el Art. 95¹⁸⁰ del CBT prevé la posibilidad de **no** acción por parte del medio acusado/sancionado, que gana el derecho de no transmitir la respuesta de un acusador en cinco casos determinados en el texto.

Además, el Art. 88¹⁸¹ del CBT prevé la prescripción de acción penal en infracciones de abuso solamente *dos años* “después de la fecha de transmisión o publicación incriminadas”. Lo que se presenta aquí en un desequilibrio entre el amplio plazo de una concesión (15 años), y la corta fecha de caducidad a una sanción.

Como se ha hablado en sanciones pecuniarias, es interesante mencionar las diferencias entre la LFRT y el CBT en cómo son establecidas las multas y tasas que deberían ser pagadas por los concesionarios.

¹⁷⁶ **Art. 85.** La retractación del ofensor, en juicio o afuera de este, no excluirá la responsabilidad por la reparación.

Párrafo único. La retractación será atenuante en la aplicación de la pena de reparación.

¹⁷⁷ **Art. 65.** La pena de multa podrá ser aplicada aislada o conjuntamente con otras sanciones especiales estatuidas en esta ley.

¹⁷⁸ **Art. 81.** Independientemente de la acción penal, el ofendido por la calumnia, difamación o injuria cometida por medio de radiodifusión, podrá demandar, en el Juicio Civil, la reparación del daño moral, respondiendo por este solidariamente el ofensor, la concesionaria o permisionaria, cuando culpada por acción o omisión, y cualquier uno que, favorecido por el crimen, haya de cualquier modo contribuido a él.

¹⁷⁹ **Art. 84.** Para estimar el daño moral, el Juez tendrá en cuenta, especialmente, la posición social o política del ofendido, la situación económica del ofensor, la intensidad del ánimo de ofender, la gravedad y la repercusión de la ofensa.

§ 1º El monto de la reparación tendrá un **mínimo** de 5 (cinco) y un máximo de 100 (cien) veces el mayor salario-mínimo vigente en el País.

§ 2º El valor de la indemnización **será elevado al doble** cuando comprobada la **reincidencia** del ofensor en ilícito contra la honra, no importa por cual medio.

§ 3º La misma agravación ocurrirá caso sea el ilícito contra la honra practicado en el interés de grupos económicos o con vistas a objetivos antinacionales.

(Las destacadas son mías)

¹⁸⁰ **Art. 95.** Será negada la transmisión de réplica:

- a) cuando no tenga relación con los fatos referidos en la transmisión incriminada;
- b) cuando contenga expresiones calumniosas, injuriosas o difamatorias en contra de la concesionaria o permisionaria;
- c) cuando se tratar de actos o publicaciones oficiales;
- d) cuando se referir a terceros, pudiendo darles también el derecho de réplica;
- e) cuando haya discurrido el plazo de más de 30 (treinta) días entre la transmisión incriminada y el respectivo pedido de réplica.

¹⁸¹ **Art. 88.** La prescripción de la acción penal en las infracciones definidas en esta ley y en la Ley n. 2.083, de 12 de noviembre de 1953, ocurrirá 2 (dos) años después de la fecha de transmisión o publicación incriminadas, y la de la condenación en el doble del plazo en que sea fijada.

Por un lado, los artículos 63¹⁸² y 79¹⁸³ del CBT establecen que las multas a infracciones deben ser de entre una y cien veces el salario-mínimo más alto del país. La excepción para decidir establecer multas indexadas es el Art. 127¹⁸⁴, que extraordinariamente establece un valor en la moneda corriente de la fecha de promulgación de la Ley, para la instalación y funcionamiento inmediato del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Por otro lado, los artículos 103¹⁸⁵ y 104¹⁸⁶ de la LFRT de 1960 establecen concretamente que las multas a infracciones determinadas en el art. 101 serían de 500 a 50 mil pesos; mismo problema encontrado en el Artículo 18¹⁸⁷, que determina que el depósito para trámite de concesión debería ser entre 2 mil y 10 mil pesos, y la fianza entre 5 y 50 mil pesos.

Estos artículos de la LFRT de 1960 presentan dos problemas principales: los valores están determinados en importes corrientes, sin previsión de corrección monetaria. Otro problema de los artículos es no prever otra forma de sanción, alternativa o acumulativa a la multa. Dependiendo del poder económico de la emisora, una multa no causa una perturbación que lleve a una mejoría o cambio en el servicio.

Otros artículos del CBT que forman parte de un capítulo exclusivo de la ley sobre Tasas y Tarifas, no presentan valores –corriente o indexados–, sino previsiones de pagos que deberían ser establecidas por regla complementaria o decisión del CONTEL.

El Art. 100¹⁸⁸, por ejemplo, el primero del capítulo sobre Tasas y Tarifas que inciden sobre las telecomunicaciones, determina que concesiones, autorizaciones y

¹⁸² **Art. 63.** La multa tendrá el valor:

- a) de 1 (una) a 10 (diez) veces el mayor salario-mínimo, para las estaciones de radiodifusión hasta 1 (un) kW;
- b) de 1 (una) a 20 (veinte) veces el mayor salario-mínimo, para las estaciones de radiodifusión hasta 10 (diez) kW;
- c) de 1 (una) a 50 (cincuenta) veces el mayor salario-mínimo, para las estaciones de radiodifusión con más de 10 (diez) kW, y para las estaciones de televisión;
- d) de 1 (una) a 100 (cien) veces el mayor salario-mínimo, para las telecomunicaciones que no sean de radiodifusión.

Párrafo único. La reincidencia será punida con multa impuesta en doble.

Además de prever las multas en unidades monetarias indexadas al salario-mínimo –y no en valores corrientes, como en algunos fragmentos de la Ley mexicana– también sanciona la reincidencia, y beneficia las emisoras de televisión frente a las menores radios.

¹⁸³ **Art. 79.** Las autoridades, personas, entidades o empresas de noticias que funcionen legalmente en el País, cuando no bajo responsabilidad de la concesionaria o permisionaria, que practicaren abuso referido en el art. 53 de esta ley, están sujetas, en lo que quepa, al dispuesto en los artículos 9º a 16 y 26 a 51 de la Ley n. 2.083, de 12 de noviembre de 1953.

§ 1º La responsabilidad por la autoría, en los términos del dispuesto en este artículo, no excluye aquella de la concesionaria o permisionaria, cuando culpada por acción o omisión.

Los Art. 9º al 16 de la Ley 2.083/56 tratan de casos de abuso en la libertad de prensa. Del Art. 26 al 51, determinan quienes son los responsables por los delitos de prensa y trámites de la acción penal resultante. La Ley 2.083 completa está disponible en < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L2083.htm#art26>. [Consultada el 10 de abril de 2015].

¹⁸⁴ **Art. 127.** El Poder Ejecutivo está autorizado a abrir, junto al Ministerio de Hacienda, un crédito especial de Cr\$30.000.000,00 (treinta millones de cruzeiros) destinado a atender, en el presente ejercicio, a las expensas de cualquier naturaleza con la instalación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

¹⁸⁵ **Artículo 103.** Se impondrá multa de cinco mil a cincuenta mil pesos en los casos de las fracciones I, II, III, VIII y XIII del artículo 101 de esta Ley.

¹⁸⁶ **Artículo 104.** Se impondrá multa de quinientos a cinco mil pesos en los casos de las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXI del mismo artículo 101.

¹⁸⁷ **Artículo 18.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalará al solicitante el monto del depósito o de la fianza que deberá constituir, para garantizar que se continuarán los trámites hasta que la concesión sea otorgada o negada. De acuerdo con la categoría de la estación radiodifusora en proyecto, el monto del depósito o de la fianza no podrá ser menor de 2 mil ni de exceder de 10 mil pesos, y el de la fianza será de 5 a 50 mil pesos.

La garantía se quedará sin efecto al otorgarse o negarse la concesión. Si el interesado abandona el trámite, la garantía se aplicará al erario federal.

¹⁸⁸ **Art. 100.** La ejecución de cualquier servicio de telecomunicaciones, por medio de concesión, autorización o permiso, está sujeta al pago de tasas cuyo valor será fijado por ley.

permisos son otorgados, pero no gratis. Hay que pagar al Poder Público por este derecho. Educación y salud, por ejemplo, son servicios públicos que, por fuerza constitucional en Brasil, son gratuitos.

Y dentro de la cuestión de la previsión de valores a ser cobrados por servicios, el Art. 105¹⁸⁹ es un inusual caso de discrecionalidad que favorece al Estado, dando poderes al gobierno para adoptar tasas y tarifas provisionales para nuevos servicios no cubiertos nominalmente por la Ley.

Además de sanciones generales y pecuniarias, algunas otras materias son tratadas en el tema de la injerencia de la autoridad pública en las empresas de radiodifusión.

Una de ellas es la injerencia directa sobre los estatutos y actos constitutivos de los negocios. El inciso **b**¹⁹⁰ del Art. 38 del CBT determina que el Estado debe tener acceso total a los reglamentos internos de las empresas y aprobarlos (o no), quitándoles autonomía administrativa, disminuida por el establecimiento de estándares para sus contratos.

Ya los artículos 84¹⁹¹, 88¹⁹² y 89¹⁹³ de la LFRT de 1960 traen reglas sobre los locutores que pueden actuar en las empresas de radiodifusión: ellos tienen que contar con certificado de aptitud –aunque, como señalado por Raúl Cremoux (1982:76), “este artículo *no* señala lo que el legislador entendió por *aptitud*”¹⁹⁴, la regla incide contra la libertad de los concesionarios en contratar a los profesionales (o personas que serán capacitadas *a posteriori*) que les apetezcan–, y por su grado de estudios, son separados por categorías y certificados por la Secretaría de Educación Pública.

Por su parte, una de las reglas sobre quienes pueden y quienes no pueden formar parte de una empresa de radiodifusión, que más potencial tenía para frenar los beneficios del Poder Público a las industrias de la televisión y de la radio, es burlada en Brasil desde la promulgación de la Ley.

Desde los años 1960, el Poder Legislativo ya estaba bajo la influencia de los empresarios de la radiodifusión, que llegaron a organizarse en la Asociación Brasileña de Empresas de Radio y Televisión (ABERT) para derrumbar los vetos del presidente Goulart al Código –como ha sido señalado en el apartado anterior– pero también con la presencia directa de concesionarios como legisladores.

¹⁸⁹ **Art. 105.** Si ocurren nuevas modalidades del servicio, podrá el Gobierno hasta que la ley disponga a respecto, adoptar tasas y tarifas provisionales, calculadas en la base de las que son cobradas en servicio análogo o fijadas para la especie en reglamento internacional.

¹⁹⁰ **Art. 38. b)** la modificación de los estatutos y actos constitutivos de las empresas depende, para su validez, de aprobación del Gobierno, consultado previamente el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

¹⁹¹ **Artículo 84.** En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud.

¹⁹² **Artículo 88.** Las estaciones difusoras hasta de 10,000 vatios de potencia, podrán emplear locutores autorizados de cualquiera de las dos categorías.

En las de mayor potencia, cuando menos el 50% de sus locutores autorizados serán precisamente de la categoría "A".

¹⁹³ **Artículo 89.** Los cronistas y los comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a que se dediquen, expedido por la Secretaría de Educación Pública.

¹⁹⁴ Las cursivas son del autor, Cremoux.

Eso era posible, de alguna forma, por el párrafo único del Art. 38¹⁹⁵ del CBT, que presenta un juego de apariencias respecto a la limitación de propiedad. El subterfugio aquí es la limitación causada por la mención en la regla a los cargos de “director” o “gerente”. Además, también había la posibilidad de juntar las grietas de las reglas con fallas presentes en el párrafo único y en el inciso g¹⁹⁶ del Art. 38, ya comentado anteriormente.

Con respecto a la concentración en los medios¹⁹⁷, siete familias tienen el control del 80 % de la información transmitida en el país¹⁹⁸. Además, hay un problema adicional respecto a los servicios de radiodifusión: la presencia de parlamentarios en la conducción del 31 % de las emisoras de radio y TV, principalmente a través de familiares y socios como directivos de las cadenas (Zukernik, 2008:28-29).

Con esto, la Ley de 1962 nunca frenó verdaderamente la actuación de parlamentarios como concesionarios.

Cuadro III: Afiliadas de la Red Globo en manos de políticos*

Estados	Generadoras		Retransmisoras	
	Cantidad	Porcentual de generadoras en manos de políticos**	Cantidad	Porcentual de generadoras en manos de políticos**
Alagoas	1	100	8	100
Bahia	6	100	311	100
Ceará	1	100	58	100
Goiás	8	100	85	100
Maranhão	4	100	97	100
Minas Gerais	2	25	13	22
Pará	2	66.6	0	-
Paraíba	2	100	5	100
Pernambuco	2	66.6	4	66.6
Piauí	2	100	-	-
Rio de Janeiro	2	40	6	30
Rio Grande do Norte	1	100	3	100
Sergipe	1	100	16	100
São Paulo	4	28.5	31	32.6
Tocantins	2	100	68	100
Total	40	39.6	705	49.5

* Otorgadas en nombre propio o de parientes.

** El total en estas columnas señala cuanto la cantidad de generadoras y retransmisoras de la TV Globo representa frente a todas las generadoras y retransmisoras de Globo en el estado. Por ejemplo, en el estado de Bahía, *todas* las generadoras y *todas* las retransmisoras de TV Globo pertenecían a algún político en el 2005.

Fuente: Suzy dos Santos (2005) “Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito”, en *Intervozes*, 2007: 19.

El gran ejemplo contemporáneo de cómo funciona realmente la Ley era el senador João Calmon. Además de estar en el parlamento, João Calmon tuvo diversos cargos en

¹⁹⁵ **Art. 38. Párrafo único.** No podrá ejercer la función de **director** o **gerente** de concesionaria, permisionaria o autorizada de servicio de radiodifusión quién esté en el gozo de inmunidad parlamentaria o de foro especial. (*Los destacados son míos*).

¹⁹⁶ **Art. 38. g)** la misma persona no podrá participar de la dirección de más de una concesionaria o permisionaria del mismo tipo de servicio de radiodifusión, en la misma localidad;

¹⁹⁷ Según datos de Rogerio Christofolletti, doctor en Ciencias de la Comunicación, creador del Programa Midia Monitor, en el estado brasileño de Santa Catarina.

¹⁹⁸ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/coloquio/?Acao=Artigo&Artigo=35>.

los Diarios Asociados, un grupo de medios dueño de diversos periódicos, otras publicaciones impresas, radios e emisoras de TV en todo territorio brasileño (y de la TV Tupi). Sin embargo, dejó la dirección o gerencia de emisoras de radio después de 1954, aunque fue el primer presidente de la ABERT, creada para confrontar los vetos presidenciales al CBT. Así, el presidente de la Asociación Brasileña de Empresas de Radio y Televisión nunca salió de la Ley que él ayudó a consolidar.

Y la existencia de parlamentares de la radiodifusión nunca cesó. Según datos de la ONG Intervozes en el 2007, 52 diputados (10,15 %) y 18 senadores (22 %) eran socios o asociados de emisoras de radio y TV. En la legislatura de 2005 a 2008, 147 presidentes municipales eran propietarios de emisoras (Intervozes, 2011).

En 2014, Brasil tuvo elecciones para elegir Presidente de la República, Gobernadores, Diputados Federales, Diputados Estatales y 1/3 de los Senadores. Entre todos los candidatos, estaban 32 concesionarios de emisoras de televisión y 141 de radio. Entre los tres candidatos que tenían más patrimonio enlazado a medios de comunicación, dos (un diputado estatal y un diputado federal) tenían acciones de emisoras de televisión afiliadas a la TV Globo: en tercer lugar, el diputado federal Paulo César de Oliveira Lima (PMDB), de São Paulo, con 2,400,000 Reais¹⁹⁹ en acciones de la TV Fronteira; en segundo lugar como el candidato con mayor patrimonio en medios en 2014 estaba el diputado estatal José Sarney Filho (PV), del estado de Maranhão, que es hijo del expresidente y senador, en aquél entonces, José Sarney. Filho contaba con 2,700,000 Reais²⁰⁰ en acciones de la TV Mirante (Alessi, 2014).

En México, el texto de la LFRT de 1960 no hace ninguna mención a la supresión del derecho a parlamentares o a otros participantes de la política de presentarse como concesionarios, muy probablemente por la participación, en la elaboración de los proyectos de la Ley, de abogados que eran tanto concesionarios o ejecutivos de estaciones comerciales como diputados federales; hubo nueve con estas características, hasta 1972 (Fernández Christlieb, 1982:158 y nota-pié 19).

La alternancia entre cargos –o su paralelismo– por los políticos-concesionarios en México, es una práctica de muchos años, como en Brasil. Explican los expertos argentinos Mastrini y Becerra:

La concentración de la propiedad de la televisión mexicana tuvo lugar a la par que sus dueños estrechaban lazos con el sempiterno (hasta épocas recientes) partido gobernante, el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Las relaciones entre Televisa y el PRI fueron tan cercanas que hubo accionistas de la empresa que dejaron su puesto en el directorio para transformarse en legisladores por dicho partido. Y una vez cumplido su mandato volver al directorio del grupo. Cabe destacar que la empresa supo aprovechar sus vínculos políticos y su cuasi monopolio durante más de 20 años para extender su imperio (Mastrini & Becerra, 2001:4).

Además de la regla para acotar la participación de gente de la industria de radiodifusión en el Parlamento (y viceversa), el CBT presenta las sanciones en caso de

¹⁹⁹ 1,053,460 dólares estadounidenses, en valores de agosto de 2014.

²⁰⁰ 1,185,150 dólares estadounidenses, en valores de agosto de 2014.

no cumplimiento de la regla. Según el Art. 61 del CBT de 1962, las sanciones por infracción de la Ley pueden ser:

- a) multa;
- b) suspensión;
- c) casación;
- d) detención.

Aunque en su párrafo único²⁰¹, el artículo libera de sanción a otras emisoras que hagan parte de una concesión, si *una* de ellas comete una infracción.

Además, el Art. 62²⁰² preveía la aplicación de multa en caso de infracción al Art. 38 (incisos a, b, c, e, g y h). Los valores de la multa eran establecidos en el Art. 63²⁰³, que establecía también que la reincidencia sería sancionada con multa impuesta en doble. Sin embargo, el Art. 64²⁰⁴ determina que, “reincidencia”, significa la reiteración *dentro de un año* de la práctica de infracción cometida anteriormente. Es decir: en 12 meses, estaba casi totalmente perdonada la infracción.

El Art. 66²⁰⁵ daba hasta 30 días para que el CONTEL aplicara la multa, y la posibilidad de que el concesionario acusado presentara su defensa escrita en hasta 5 días después de la notificación. Como ya había sido comentado, el Art. 65²⁰⁶ establece que la sanción por multa podría ser aplicada junto a otros tipos de pena, pero el 67²⁰⁷ establece que el infractor multado puede recurrir directamente al Presidente de la República, quien podría suspender la multa o disminuir su valor.

El Art. 72²⁰⁸ determinaba que la infracción del inciso g del Art. 38 también podría ser sancionada con la suspensión por 15 días –que, aunque sea una sanción administrativa, es bastante tiempo para una emisora de radiodifusión–. La sanción debería ser aplicada por el Ministerio de la Justicia, que determinaría plazo para que

²⁰¹ **Art. 61.** Párrafo único: Si la concesión o permiso abarcar más de una emisora, la sanción que recae sobre una de ellas no atingirá las otras inocentes.

²⁰² **Art. 62.** La sanción por multa podrá ser aplicada por infracción: de las letras a, b, c, e, g y h del artículo 38 de esta ley; del art. 53 de esta ley; del art. 124 de esta ley.

²⁰³ **Art. 63 Único:** La reincidencia será sancionada con multa impuesta en doble.

²⁰⁴ **Art. 64.** Para los efectos de esta ley, se considera reincidencia la reiteración dentro de un año en la práctica de la misma infracción ya sancionada anteriormente.

²⁰⁵ **Art. 66.** Las multas serán aplicadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, dentro del plazo de 30 (treinta) días contados de la fecha de ingreso o formación de oficio de la respectiva representación en su secretaría.

²⁰⁶ **Art. 65.** La pena de multa podrá ser aplicada aislada o conjuntamente con otras sanciones especiales estatuidas en esta ley.

²⁰⁷ **Art. 67.** El infractor multado podrá dentro de 5 (cinco) días y con efecto suspensivo, recurrir al Presidente de la República, que le dará o negará asentimiento pudiendo, aún, reducir el valor de la multa.

²⁰⁸ **Art. 72.** La sanción de suspensión hasta 15 (quince) días, después que se escuche el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, será también aplicada por el Ministro de la Justicia en los siguientes casos: infracción de las letras a, b, c, e, g y h, del art. 38 de esta ley, estipulando el Ministro de la Justicia plazo para que sean resueltas las irregularidades; no respecto al derecho de réplica reconocido por decisión judicial; cuando sea creada situación de peligro de vida; inobservancia del dispuesto en los §§3º y 4º del art. 81 y en el art. 86 de esta ley. Único: En el caso de la letra e de este artículo, la suspensión podrá ser aplicada por el agente fiscalizador, *ad referendum* del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

fueran solucionadas las irregularidades. No obstante, el Art. 73²⁰⁹ una vez más regalaba discrecionalidad directa al Presidente de la República para anular la suspensión.

Por otro lado, si los artículos 67 y 73 daban al Presidente de la República el poder discrecional para ayudar a concesionarios infractores, en los artículos 75²¹⁰ y 76²¹¹ el Presidente es mero ejecutor de decisiones del CONTEL en cuanto a caducidad de la concesión o autorización, sin tener el poder de la misericordia.

Si la concesionaria reincide en alguna infracción ya sancionada con suspensión, o no cumple con el plazo estipulado por el Ministro de la Justicia, el Art. 74²¹² determina la pérdida de la concesión por casación. Sin embargo, sus párrafos abren la posibilidad de defensa y demanda en el Tribunal Federal de Recursos.

La casación también es prevista en caso de interrupción de transmisiones por más de 30 días consecutivos sin la autorización del CONTEL. Si bien el inciso **b** del Art. 74 se aplica a las reglas que Raúl Cremoux llama de “ciencia ficción” (Cremoux, 1982:42) –porque muy difícilmente una estación de TV sería abandonada por más de 30 días–, y aunque esta regla haya sido ligeramente modificada por el Decreto-Ley 236 de 1967, las emisoras Tupi y Excelsior tuvieron sus concesiones cesadas a fines de los años 70 por insolvencia económica, como es previsto en el inciso **c**. Ninguna emisora brasileña ha sido sancionada por la participación de legisladores en sus direcciones.

Además de los artículos con sanciones directamente relacionadas al inciso **g** del Art. 38, vale la pena destacar también el texto del Art. 58²¹³, que determina sanciones en

²⁰⁹ **Art. 73.** A la suspensión aplicada en los términos del artículo anterior vale recurso en el plazo de 3 (tres) días, al Presidente de la República, con efecto suspensivo, salvo el caso del inciso “c”.

²¹⁰ **Art. 75.** La caducidad de la concesión o de la autorización será declarada por el Presidente de la República, precediendo de parecer del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, si la respectiva concesionaria o permisionaria decaer de derecho a la renovación.

²¹¹ **Art. 76.** La caducidad de la concesión o de la autorización será declarada por el Presidente de la República, precediendo parecer del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en los siguientes casos:
cuando la concesión o autorización transcurra por convenio con otro País, cuya denuncia la haga inexecutable;
cuando expiren los plazos de la concesión o autorización por convenio con otro País, siendo inviable la prorrogación.
Único: La declaración de caducidad solamente se dará caso sea imposible evitarla por convenio con cualquier país o por inexistencia comprobada de frecuencia en Brasil, que pueda ser atribuida a la concesionaria o permisionaria, a fin de que no cese su funcionamiento.

²¹² **Art. 74.** La pérdida por casación será impuesta por el Ministro de la Justicia dentro de 30 (treinta) días y mediante representación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en los siguientes casos:

a) reincidencia en infracción anteriormente punida con suspensión;
b) interrupción del funcionamiento por más de 30 (treinta) días consecutivos, excepto cuando haya autorización del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, por justa causa;
c) superveniencia de incapacidad legal, técnica o económica para ejecución de los servicios en la concesión o autorización;
d) por no haber la concesionaria o permisionaria, en el plazo estipulado por el Ministro de la Justicia, corregido las irregularidades motivadoras de suspensión anteriormente impuesta.

§1º El Consejo Nacional de Telecomunicaciones, cuando representa pidiendo la casación hará saber, en la misma fecha, a la concesionaria o permisionaria para que, dentro de 15 (quince) días, ofrezca defensa escrita, si quiere.

§2º La concesionaria o permisionaria que no se conforme con la casación, podrá promover el pronunciamiento del Tribunal Federal de Recursos, a través del mandado de seguridad, cabiendo a su Presidente decidir sobre la suspensión liminar del acto, en el plazo improrrogable de 24 (veinticuatro) horas.

§3º Se aplica, cuanto a la ejecución de la casación, el dispuesto en el §2º del art. 71, de esta ley.

²¹³ **Art. 58.** En los crímenes de violación de telecomunicación, a que se refieren esta ley y el art. 151 del Código Penal, cabrán, todavía, las siguientes penas:

I – Para las concesionarias o permisionarias:

a) suspensión hasta 30 (treinta) días, si culpados por acción o omisión;
b) la aplicación de multa administrativa o de pena de suspensión o casación no excluye la responsabilidad criminal.

II – Para las personas:

a) 1 (uno) a 2 (dos) años de detención o pérdida de cargo o empleo, si apurada la responsabilidad en proceso regular, iniciado con la remoción inmediata del acusado hasta la decisión final;

crímenes de violación de telecomunicaciones *no solamente a las concesionarias o permisionarias*, sino también a las personas, incluso con la previsión de pena en doble en caso de reincidencia. El artículo complementa determinaciones del Código Penal Federal, y se destaca por establecer sanciones no solamente a las concesionarias y permisionarias, sino también por responsabilizar personalmente los infractores, actuando más allá del plan administrativo, de forma similar al Artículo 80²¹⁴ de la LFRT.

En México, la LFRT de 1960 presenta 11 artículos en un capítulo exclusivo sobre nulidad, caducidad y revocación de concesiones y permisos. Generalmente, las razones estaban relacionadas a no cumplir la burocracia (Artículo 29²¹⁵) o algunas determinaciones (Artículo 30²¹⁶).

El Artículo 31²¹⁷ presentaba nueve causas objetivas para la revocación de una concesión, aunque Raúl Cremoux (1982) considere que, para infringir cuatro de ellas, “al concesionario debería considerársele como suicida en potencial” (Cremoux, 1982: 41) (I, V, VII y VIII). Los artículos 32²¹⁸, 33²¹⁹ y 34²²⁰ determinaban que la Nación y el

b) para la autoridad responsable por la violación de telecomunicación, las penas previstas en la legislación en vigencia serán aplicadas en doble.
Párrafo único. La reincidencia en el caso de la alinea a del ítem I será punida con pena doble, acarreado siempre suspensión o casación.

El Art. 151 del Código Penal brasileño trata de crímenes en contra de la inviolabilidad de correspondencias. Dice el texto:
Violación de correspondencia

Art. 151 - Invadir indebidamente el contenido de correspondencia cerrada, dirigida a otros:

Pena - detención, de uno a seis meses, o multa.

Ocultamiento o destrucción de correspondencia

§1º - En la misma pena incurrir:

I - quien se aposee indebidamente de correspondencia ajena, aunque no cerrada y, totalmente o en parte, la oculta o destruye.

Violación de comunicación telegráfica, radioeléctrica o telefónica

II - quien indebidamente divulga, trasmite a otros o utiliza abusivamente comunicación telegráfica o radioeléctrica direccionada a tercero, o conversación telefónica entre otras personas;

III - quien impida la comunicación o la conversación referidas en el numero anterior;

IV - quien instale o utilice estación o aparato radioeléctrico, sin observar la disposición legal.

§2º - Las penas se aumentan de la mitad, si hay daño para otros.

§3º - Si el agente comete el crimen, con abuso de función en servicio postal, teleográfico, radioeléctrico o telefónico:

Pena - detención, de uno a tres años.

§4º - Solamente se procede mediante representación, salvo en los casos del §1º, IV, y del §3º.

²¹⁴ **Artículo 80.** Serán responsables personalmente de las infracciones que se cometan en las transmisiones de radio y televisión, quienes en forma directa o indirecta las preparen o transmitan.

²¹⁵ **Artículo 29.** Son nulas las concesiones y los permisos que se obtengan o se expidan sin llenar los trámites o en contravención con las disposiciones de esta ley y sus reglamentos.

²¹⁶ **Artículo 30.** Las concesiones otorgadas para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducarán por las causas siguientes:

No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones sin causa justificada, dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen;

No iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados en la concesión, salvo causa justificada;

No otorgar la garantía a que se refiere el artículo 18 de esta Ley.

²¹⁷ **Artículo 31.** Son causas de revocación de las concesiones:

Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

Enajenar la concesión, los derechos derivados de ella o el equipo transmisor, sin la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Enajenar, ceder o transferir, hipotecar, dar en garantía o en fideicomiso o gravar de cualquier modo, íntegra o parcialmente, la concesión y los derechos derivados de ella, el equipo transmisor, o los bienes afectos a su actividad, a Gobierno, empresa o individuo extranjeros, o admitirlos como socios de la negociación concesionaria.

Suspender sin justificación los servicios de la estación difusora por un período mayor de 60 días;

Proporcionar al enemigo, en caso de guerra, bienes o servicios de que se disponga, con motivo de la concesión;

Cambiar el concesionario su nacionalidad mexicana o solicitar protección de algún gobierno, empresa o persona extranjeros.

Modificar la escritura social en contravención con las disposiciones de esta ley;

Cualquier falta de cumplimiento a la concesión, no especificada en las fracciones anteriores.

²¹⁸ **Artículo 32.** En los casos de los artículos anteriores, y cuando la causa sea imputable al concesionario, éste perderá a favor de la nación el importe de la garantía que hubiese otorgado conforme al artículo 18 o al 19 en su caso.

Ejecutivo Federal eran los beneficiarios de los bienes y garantías perdidos por los concesionarios sancionados.

Contrario a Brasil, no había previsión de discrecionalidades del Presidente de la República –o del Ejecutivo Federal, como más bien es mencionado en el texto de la LFRT– en casos de sanción. Además, el Artículo 35²²¹ establecía que caducidad y revocación eran declaradas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, quien también era la responsable por analizar defensas y recursos de los concesionarios.

La benevolencia a los empresarios del sector estaba presente en el Artículo 36, que determinaba que:

Artículo 36. El beneficiario de una concesión declarada caduca o revocada no podrá obtener otra nueva, *dentro de un plazo de uno a cinco años* [cursiva añadida], según la gravedad de la causa que motivó la declaración, contados a partir de la fecha de ésta.

Como ha sido comentado anteriormente, ésta es una sanción limitada y, no obstante, por un plazo muy corto.

Hasta este momento, entonces, es posible recordar que el CBT y la LFRT de 1960 presentan reglas que no son cumplidas (como el inciso g y el párrafo único del Art. 38 del CBT), o la inexistencia de reglas (para acotar las prácticas monopólicas o la participación de empresarios en el parlamento, como ha sido señalado), o reglas que sancionan o amenazan con sancionar a quienes vayan en contra de los concesionarios, como los ejemplos de la constante mención del Poder Judicial en el CBT, y el Art. 102 de la LFRT de 1960.

El Artículo 102²²² de la LFRT de 1960, por ejemplo, **protege** a las estaciones de radio y televisión autorizadas con la previsión de multa y prisión *a aquellos que interrumpen sus servicios*.

Dentro del tema de la injerencia del Poder Público en las emisoras, y mezclado al tema de los **contenidos**, ha sido analizado en este estudio uno de los casos más extremos, además de la pérdida de concesiones, el tema de la *censura*.

²¹⁹ **Artículo 33.** En los casos de las fracciones IV, VI y VII del artículo 31, el concesionario perderá la propiedad de los bienes en favor de la nación. En los demás casos de caducidad y de revocación, el concesionario conservará la propiedad de los bienes pero tendrá obligación de levantar las instalaciones en el término que al efecto le señale la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la cual podrá efectuar dicho levantamiento a costa del concesionario, siguiendo el procedimiento administrativo establecido en el Código Fiscal de la Federación.

²²⁰ **Artículo 34.** El Ejecutivo Federal, en los casos a que se refiere el artículo anterior, tendrá en todo tiempo, derecho de adquirir los bienes que el concesionario conserve en propiedad, previo pago de su valor, fijado por peritos nombrados conforme al procedimiento judicial señalado en materia de expropiación, que los valúen conforme a las normas de la misma.

²²¹ **Artículo 35.** La caducidad y la revocación, serán declaradas administrativamente por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, conforme al procedimiento siguiente:

Se hará saber al concesionario los motivos de caducidad o revocación que concurren, y se le concederá un plazo de treinta días para que presente sus defensas y sus pruebas;

Formuladas las defensas y presentadas las pruebas, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, la Secretaría dictará su resolución declarando la procedencia o improcedencia de la caducidad o de la revocación, salvo cuando medie caso fortuito o fuerza mayor.

En los casos de nulidad se observará el procedimiento anterior para declararla.

²²² **Artículo 102.** Quienes dañen, perjudiquen o destruyan cualquier bien inmueble o mueble usado en la instalación u operación de una estación de radio o televisión, interrumpiendo sus servicios, serán castigados con tres días a cuatro años de prisión y multa de \$1,000.00 a \$50,000.00. Si el daño se causa empleando explosivos o materias incendiarias, la prisión será en ese caso de 5 a 10 años.

Por un lado, Brasil intercalaba, hacía décadas, la alternancia entre una débil democracia y períodos de dictaduras civiles en los años de discusión del CBT, que fue aprobado en 1962, solamente dos años antes del golpe de Estado que hundió al país en un régimen militar por casi dos décadas.

Aún así, la Ley de 1962 ya traía la previsión de censura, como una de las incumbencias del Consejo Nacional de Telecomunicaciones en caso de *declaración de Estado de Sitio* y 19 artículos que regulaban qué es lo que configura (o no) casos de abuso de la libertad de información, calumnia, injuria, difamación por parte de los concesionarios y adjuntos, además de las reglas del derecho a respuesta.

Por otro lado, la LFRT de México presenta un artículo (58²²³) bastante incisivo contra la censura o cualquier inquisición judicial, o administrativa o ningún otro tipo de limitación alguna. “El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre”, dice. Y esta libertad plena y sin amarras es ampliamente propagada por los magnates de los medios de comunicación en todo el mundo: a cada intento de ampliación de la regulación de los medios, en cualquier lugar del mundo, los industriales del sector gritan por auxilio contra el ataque a su libertad de expresión. Su protección quedó configurada en este breve y objetivo artículo.

Sin embargo, la LFRT de 1960 se hace casi esquizofrénica cuando se ve que, a continuación, unos pocos artículos adelante, estaban previstas prohibiciones enfáticas a la programación: El Artículo 63²²⁴ anhelaba prohibir transmisiones que causaran “la corrupción del lenguaje” y que fueran contrarias a las buenas costumbres, además de “todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas” y también el empleo de recursos “de baja comicidad y sonidos ofensivos.”

Como señala Cremoux (1982), además del “espíritu moralizante” contenido en una ley que también rechaza vehementemente cualquier intento previo de censura:

Nadie ha definido qué se entiende por ‘buenas costumbres’. [...] Por otra parte, este artículo no es lo suficientemente claro para impedir que la mediocridad, la ausencia de calidad y la estulticia no ocupen el tiempo mayoritario de las emisiones en radio y televisión (Cremoux, 1982:59).

Además de concordar con el análisis de Cremoux, se puede añadir que la falta de claridad en la redacción del artículo quita poder a la autoridad pública sobre la programación de las emisoras y ablanda el perjuicio de la ley.

²²³ **Artículo 58.** El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de **limitación alguna ni censura previa**, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes. (Las destacadas son mías).

²²⁴ **Artículo 63.** Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Del mismo problema padece el Artículo 64, que prohíbe la transmisión de “asuntos que, a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, impliquen competencia a la Red Nacional”. Como señala una vez más Cremoux (1982), el texto es tan nebuloso que “queda a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la conveniencia o no de transmitir cualquier asunto” (Cremoux, 1982:61).

Cercana a la idea de censura está también la previsión, en el Artículo 65²²⁵, de inspección previa, por parte de la Secretaría de Gobernación, de programas de otros países, con la necesidad de aprobación anterior a la transmisión.

El Artículo 5^o²²⁶, que determinaba que la radio y la televisión tenían “la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana”, también abría una posibilidad de censura (que nunca existió, pero era una regla molesta para los radiodifusores).

Por lo que respecta al Artículo 5^o: en este se señala una diferencia en la cuestión de la injerencia en contenidos entre la LFRT y el CBT; la cuestión de la protección a la niñez. La LFRT de 1960 presentaba dos reglas que defendían a los niños: el inciso II del Artículo 5^o, que determinaba que la radio y la televisión deberían procurar “evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud”, y el Artículo 72²²⁷, que ordenaba las emisoras a alertar la audiencia sobre programas y publicidad “impropios para la niñez y la juventud”. En 1982, la LFRT ganó otros dos incisos de protección a la infancia²²⁸. Mientras tanto, el CBT no hace ninguna mención a reglas de protección a la niñez y a la juventud. Normas con este fin solamente fueron agregadas al marco jurídico brasileño a partir de la Ley 8.069 de 1990, que creó el Estatuto de los Niños y Adolescentes, después que el Congreso Nacional de Brasil aprobó en ese mismo año un Decreto²²⁹ ratificando el documento final de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños.

El artículo 66²³⁰ de la LFRT de 1960 también trataba acerca del contenido, prohibiendo el uso de mensajes recibidos por aparatos de comunicación, que no fueran

²²⁵ **Artículo 65.** La retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente podrán hacerse con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación.

²²⁶ **Artículo 5^o.** La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

²²⁷ **Artículo 72.-** Para los efectos de la fracción II del artículo 5o. de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

²²⁸ Los Artículos 10 y 11 de la LFRT fueron modificados en 1982 con nuevas reglas que determinaban que la Secretaría de Gobernación debería “Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo” (inciso II, Artículo 10) y que la Secretaría de Educación Pública debería “Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil” (Inciso IV del Artículo 11).

²²⁹ Decreto 99.710 de 1990.

²³⁰ **Artículo 66.** Queda prohibido interceptar, divulgar o aprovechar, los mensajes, noticias o informaciones que no estén destinados al dominio público y que se reciban por medio de los aparatos de radiocomunicación.

de dominio público. Aunque poco explícito, por un lado intentaba proteger los contenidos producidos por las emisoras, actuando en contra del uso de obras sin permiso; por otro, era una garantía de protección personal, similar a las reglas presentes en los artículos 55²³¹ y 56²³² del CBT, que establecen la telecomunicación como inviolable, determinando que divulgación, comunicación, captación, transmisión, recepción y utilización de comunicación interceptada son crímenes de violación de comunicación – pero también qué **no** constituye violación de telecomunicación (Art. 57).

A su vez, en el CBT, el Art. 54²³³ declara que “son libres la crítica y los conceptos desfavorables, [...] así como la narrativa de hechos verdaderos”. El Art. 54 es reiterado por el Art. 83²³⁴, que determina que los puntos señalados en el Art. 54 no resultarán en reparación de ningún tipo. Es decir: la opinión en los medios es libre, siempre y cuando sea verídica. El presidente Goulart intentó vetar²³⁵ esta autonomía tan amplia para la crítica y la oposición –que podrían resultar en abusos, según él– pero el Congreso logró mantener los dos artículos en el texto, reiterando otras garantías legales y constitucionales al derecho a la libre expresión.

Por otro lado, el Art. 97²³⁶ del CBT protege a los radiodifusores brasileños de crímenes de discurso proferidos por congresistas, aunque transmitidos por radio o TV. Sin embargo, entre líneas, también abre la posibilidad de que los legisladores se vuelvan voceros de los intereses de los radiodifusores –o de quien sea– sin la posibilidad de sanción en caso de abuso.

Otro tema correlativo a la cuestión de la injerencia de la autoridad pública en la programación de las emisoras de radiodifusión, pero menos vehemente que la censura, es la **obligación de cesión de tiempo-aire** por parte de los concesionarios.

Algunos artículos, como el 73²³⁷ de la LFRT de 1960 (que reivindica un mínimo de programación diaria de producción nacional), y el inciso d del Art. 38²³⁸ del CBT (que

²³¹ **Art. 55.** Es inviolable la telecomunicación en los términos de esta ley.

²³² **Art. 56.** Practica crimen de violación de telecomunicación quien, transgrediendo ley o reglamento, exhiba autógrafo o cualquier documento de archivo, divulgue o comunique, informe o capte, transmita a otros o utilice el contenido, resumen, significado, interpretación, indicación o efecto de cualquier comunicación dirigida a tercero.

§1º Practica, también, crimen de violación de telecomunicaciones quien ilegalmente recibir, divulgar o utilizar, telecomunicación interceptada.

§2º Solamente los servicios fiscales de las estaciones y puestos oficiales podrán interceptar telecomunicaciones. (...)

²³³ **Art. 54.** Son libres la crítica y los conceptos desfavorables, aunque vehementes, así como la narrativa de hechos verdaderos, salvo las restricciones establecidas por la ley, incluso de actos de cualquier de los Poderes del Estado.

²³⁴ **Art. 83.** La crítica y el concepto desfavorable, aunque vehementes, o la narrativa de hechos verdaderos, no proporcionarán motivo a cualquier reparación.

²³⁵ Decía el veto presidencial para los artículos 54 y 83:

“La libertad de manifestación de pensamiento está asegurada por la Constitución y por esta misma Ley. La redacción del artículo vetado, permitiendo la emisión de ‘conceptos desfavorables, aunque vehementes’, podría dar oportunidad a la justificación de abusos, que no son permitidos por la Carta Magna y que deben ser reprimidos en defensa de la honra y buena fama de los ciudadanos”.

²³⁶ **Art. 97.** Los discursos proferidos en el Congreso Nacional, así como los votos y pareceres de sus miembros, son inviolables para el efecto de transmisión por las telecomunicaciones.

²³⁷ **Artículo 73.** Las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación, de acuerdo

establece las finalidades inherentes a la radiodifusión) solamente determinan bases generales para la programación.

En el caso del inciso **h** del Art. 38²³⁹ del CBT, y del 77²⁴⁰ de la LFRT de 1960, la intención era no hacer de la radio y de la televisión meros medios de entretenimiento, sino garantizar que también podrían ser medios de información para la población. La regla brasileña es más específica en cuanto al tiempo diario dedicado a la información (5 %), pero no aclara qué sería un “servicio noticioso”. A su vez, la regla mexicana no establece el tiempo diario para la información, pero determina que debe ser sobre hechos “de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales”.

De forma general, las dos leyes presentan pocos artículos que regulan el tiempo a ser cedido al Poder Público: cuatro²⁴¹ en la LFRT de 1960, y dos²⁴² en el CBT. Sin embargo, la norma brasileña es bastante más dura y específica en cuanto al uso del tiempo aire cedido.

El Artículo 59²⁴³ de la LFRT de 1960 establece que el tiempo a ser cedido gratuitamente para “difundir temas educativos, culturales y de orientación social” es de 30 minutos al día, tanto para estaciones de radio o de TV.

Una vez que, como en toda actividad comercial, tiempo significa dinero, este obsequio al Ejecutivo Federal significa algo de pérdida financiera a las emisoras. Sin embargo, el artículo permite que los 30 minutos sean discontinuos, no determina cuál es máximo de fragmentaciones que se pueda hacer del tiempo (puede llegar a 60 inserciones de 30 segundos, o hasta a 120 de 15 segundo) y, además, no determina el horario en que los spots deberían ser transmitidos.

A su vez, el Artículo 60²⁴⁴ determina la transmisión gratuita de boletines, mensajes y avisos relacionados a situaciones improbables, de emergencia, que no deberían necesitar de una ley para garantizar su transmisión. El Artículo 62²⁴⁵ decreta la

con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.

²³⁸ **Art. 38. d)** los servicios de información, diversión, propaganda y publicidad de las empresas de radiodifusión están subordinados a las finalidades educativas, y culturales inherentes a la radiodifusión, visando a los superiores intereses del País.

²³⁹ **Art. 38 h)** Las emisoras de radiodifusión, incluso la televisión, deberán cumplir su finalidad informativa, destinando un mínimo de 5% (cinco por ciento) de su tiempo para la transmisión de servicio noticioso.

²⁴⁰ **Artículo 77.** Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales.

²⁴¹ Artículos 59, 60, 61 y 62.

²⁴² Arts. 38e y 39.

²⁴³ **Artículo 59.** Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

²⁴⁴ **Artículo 60.** Los concesionarios de estaciones radiodifusoras comerciales y los permisionarios de estaciones culturales y de experimentación, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia:

I. Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública;

II. Los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones o aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.

²⁴⁵ **Artículo 62.** Todas las estaciones de radio y televisión en el país, estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

obligatoriedad de encadenamiento de las estaciones de radio y TV para informes a la Nación.

En común, los textos de los dos artículos no determinan límites de tiempo –lo que, en verdad, es una ventaja para el Poder Público– ni tampoco los horarios de transmisión; así como los spots previstos en el Artículo 59, toda esta información pública puede ser recluida a altas horas de la madrugada, si no se llega a un acuerdo interesante en la acción determinada en el artículo 61²⁴⁶: que el CNRT se ponga de acuerdo con concesionarios y permisionarios en cuanto a los horarios de divulgación de estos informes.

Por otro lado, el Código Brasileño de Telecomunicaciones es bastante específico en lo que respecta a los espacios que deben ser cedidos gratuitamente al poder público.

El primer artículo que trata del tema ya fue brevemente discutido en este capítulo: el inciso e del Art. 38 determina que es condición para otorgar una concesión que las emisoras de radiodifusión retransmitan de lunes a viernes, de las 7pm a las 8pm, un programa oficial de los Tres Poderes de la República, siendo que la mitad del tiempo debe ser usado por el Congreso Nacional (Cámara de Diputados y Senado). No obstante, las emisoras de televisión están excluidas de la obligación.

Es decir: la radio pierde una hora diaria durante el *horario estelar*, lo que genera pérdidas considerables para los empresarios. Sin embargo, como gran parte de los dueños de concesiones de radio también tienen estaciones de televisión (donde un segundo de comercial vale más que un segundo en la radio), la negociación fue hecha para beneficiar tanto los Poderes públicos como a los negocios de la televisión (con más ventaja, para estos últimos, que no llegan a tener ninguna pérdida económica, aunque el horario estelar de la TV sea de las 8 a las 10pm).

Sin embargo, otros dos artículos del CBT atacan económicamente a los radiodifusores en un evento que les podría ser bastante rentable: las elecciones.

El Art. 39²⁴⁷ determina que las emisoras de radiodifusión deben ceder gratuitamente dos horas diarias a la propaganda partidista, en los 90 días anteriores a elecciones. Al contrario de la regla mexicana, la brasileña determina que una de esas horas debe ser durante el día, y la otra entre las 8pm y las 11pm.

²⁴⁶ **Artículo 61.** Para los efectos del artículo 59 de esta ley, el Consejo Nacional de Radio y Televisión oirá previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos, fijará los horarios a que se refiere el citado artículo.

²⁴⁷ **Art. 39.** “Las estaciones de radiodifusión, en los 90 (noventa) días anteriores a las elecciones generales del País o de la circunscripción electoral donde estén basadas, reservarán diariamente 2 (dos) horas a la propaganda partidaria gratuita, siendo una de ellas durante el día y la otra entre las 20 (veinte) y las 23 (veintitrés) horas y destinadas, bajo el criterio de rigurosa rotación, a los diferentes partidos y con proporcionalidad en el tiempo de acuerdo con los respectivos grupos políticos en el Congreso Nacional y en los Congresos Locales .

§1º Para efecto de este artículo la distribución de los horarios que serán utilizados por los diversos partidos será fijada por la Justicia Electoral , después que sean oídos los representantes de las direcciones partidarias.

§2º Si se requiere la alianza entre partidos, la rotación prevista en el párrafo anterior será alternada entre los partidos requirentes de alianzas diversas.

§3º El tiempo-aire no utilizado por cualquier partido será redistribuido por los demás; no es permitida la cesión o transferencia.

§4º Corresponderá a la Justicia Electoral disciplinar las divergencias derivadas de la aplicación de este artículo”.

Además, los horarios serán distribuidos entre los partidos por la Justicia Electoral, que no permite la cesión o transferencia del tiempo. De hecho, esta regla determina una cesión obligatoria gratuita de tiempo aire en horario estelar por tres meses, que pueden incluso extenderse por unos días más (cerca de dos semanas), en caso de segunda vuelta.

En otra acción legal, el Código también corta las posibilidades de ganancia con el periodo electoral en la programación comercial normal. El Art. 41²⁴⁸ prohíbe a emisoras de radio y televisión cobrar a los políticos precios superiores a los que han practicado en los seis meses antes de las elecciones.

En Brasil, es libre el financiamiento privado de campañas (es decir: no está restringido al financiamiento público, como en México), entonces, por la dinámica de mercado, en periodos electorales, los dueños de emisoras podrían aumentar sus precios, ya que se aumenta la demanda. Sin embargo, este artículo no lo permite (o al menos hace con que los departamentos de comercialización de espacio-aire se organicen con bastante anticipación en años electorales). Algo que puede explicar cómo los empresarios de la radiodifusión permitieron esta pérdida está en el hecho de que gran parte de los dueños de concesiones de radio y televisión son políticos. Así, pierden las emisoras, pero el gasto es menor para los dueños de las emisoras en periodos de campaña electoral.

En México, especificidades en cuanto a la propaganda política solamente fueron agregadas a la LFRT en las reformas de 2009, después de una reforma constitucional en 2007²⁴⁹. Lo más cercano a limitación tarifaria a que llega la LFRT de 1960 está dispuesto en los artículos 53²⁵⁰, 54²⁵¹ y 55²⁵², que responsabiliza la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de vigilar que las difusoras comerciales no se beneficien de devoluciones o bonificaciones que les resulte pagar menos de lo señalado por las tarifas de transmisión; pero nada tan específico como el Código brasileño.

Aun en un tema correlativo, el de la **comercialización de espacios**, la LFRT es bastante más detallada que el CBT: cuenta con seis artículos dedicados a los límites impuestos a la propaganda y a la publicidad (67-72).

²⁴⁸ **Art. 41.** Las estaciones de radio y de televisión no podrán cobrar, en la publicidad política, precios superiores a aquellos en vigencia, en los 6 (seis) meses anteriores, para la publicidad común.

²⁴⁹ Cambios al Artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (que trata de las reglas para las elecciones, con detalles sobre el financiamiento público de los partidos y administración de tiempo en radio y televisión) fueron implementados por medio de un Decreto del presidente Felipe Calderón publicado en el Diario Oficial de 13 de noviembre de 2007 (disponible en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_178_13nov07_ima.pdf). Los cambios en la LFRT fueron publicados en el D.O. de 19 de junio de 2009; fue agregado un artículo al texto de la ley (Artículo 12-A) que determina facultades para el Instituto Federal Electoral.

²⁵⁰ **Artículo 53.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas a que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión al público.

²⁵¹ **Artículo 54.** La misma Secretaría [de Comunicaciones y Transportes] vigilará que se apliquen correctamente las tarifas y que no se hagan devoluciones o bonificaciones que impliquen la reducción de las cuotas señaladas.

²⁵² **Artículo 55.** Se exceptúan de lo dispuesto en el artículo anterior:

I.- Los convenios celebrados por las difusoras, con el Gobierno Federal, Gobiernos Locales, Ayuntamientos y organismos públicos, en interés de la Sociedad o de un servicio público;
II.- Las transmisiones gratuitas o las reducciones que hagan las empresas por razones de beneficencia a instituciones culturales, a estudiantes, a maestros y a conjuntos deportivos.

Además del Artículo 41 –que prohíbe que sea cobrado más que en los seis meses anteriores a las elecciones– el CBT solamente cuenta con otro artículo que trata del tema, el 124²⁵³. Sin embargo, el 124 es casi autoritario frente al 67²⁵⁴ de la LFRT, dado que determina que las emisoras no pueden comercializar más de 25 % del tiempo aire diario de su programación para la publicidad. Mientras, el inciso I del artículo 67 de la LFRT prevé permisivamente que la propaganda comercial de radio y televisión “deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación”.

Esta falta de exactitud en el texto mexicano es resultado de la incidencia directa de los empresarios de la radiodifusión junto a senadores, como ha sido explicado a partir de las palabras del exdiputado Antonio Castro Leal en el apartado sobre los primeros marcos jurídicos de la radiodifusión de México. Más detalles en cuanto a la fracción de la programación que podría ser comercializada solamente fueron agregados al marco jurídico mexicano en el reglamento de la LFRT de 1973.

Otros tres artículos de la LFRT de 1960 (54²⁵⁵, 55²⁵⁶ y 56²⁵⁷) presentaban normas sobre algunas tarifas, los últimos cuatro (68²⁵⁸, 69²⁵⁹, 70²⁶⁰ y 71²⁶¹), reglas específicas sobre la publicidad de bebidas alcohólicas, de productos de salud, de belleza, de higiene, loterías, rifas y programas de concurso.

Hasta aquí, muchas han sido las reglas bastante similares entre la LFRT de 1960 y el CBT. Algunas de las razones ya han sido discutidas en otros apartados: muchos países usan el modelo del *Communications Act* de Estados Unidos para sus legislación; la propia Ley Federal de Radio y Televisión, firmada en 1960, es un marco en el subcontinente latinoamericano y también fue usada como modelo en diversos países de la región; por otro lado, los empresarios de la radiodifusión ya mantenían contacto

²⁵³ **Art. 124.** El tiempo destinado en la programación de las estaciones de radiodifusión, a la publicidad comercial, no podrá exceder los 25% (veinticinco por ciento) del total.

²⁵⁴ **Artículo 67.-** La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

I.- Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;

II.- No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;

III.- No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.

²⁵⁵ **Artículo 54.** La misma Secretaría vigilará que se apliquen correctamente las tarifas y que no se hagan devoluciones o bonificaciones que impliquen la reducción de las cuotas señaladas.

²⁵⁶ **Artículo 55.** Se exceptúan de lo dispuesto en el artículo anterior:

Los convenios celebrados por las difusoras, con el Gobierno Federal, Gobiernos Locales, Ayuntamientos y organismos públicos, en interés de la Sociedad o de un servicio público;

Las transmisiones gratuitas o las reducciones que hagan las empresas por razones de beneficencia a instituciones culturales, a estudiantes, a maestros y a conjuntos deportivos.

²⁵⁷ **Artículo 56.** Las estaciones difusoras deberán tener a disposición del público, en sus oficinas, suficientes ejemplares de las tarifas respectivas y de sus formas de aplicación.

²⁵⁸ **Artículo 68.** Las difusoras comerciales, al realizar la publicidad de bebidas cuya graduación alcohólica exceda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular. En la difusión de esta clase de publicidad no podrán emplearse menores de edad; tampoco podrán ingerirse real o aparentemente frente al público, los productos que se anuncian.

²⁵⁹ **Artículo 69.** Las difusoras comerciales exigirán que toda propaganda de instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento, prevención o curación de enfermedades, esté autorizada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

²⁶⁰ **Artículo 70.** Sólo podrá hacerse propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, cuando éstos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación. La propaganda o anuncio de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y de las operaciones que realicen, deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda.

²⁶¹ **Artículo 71.** Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

frecuente desde los años 1940, desde antes –y principalmente después– de la fundación de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR).

Como ha sido señalado en el apartado anterior, una de las formas por las cuales la industria de la radiodifusión en América Latina buscaba influenciar a los legisladores locales era por la actuación de organizaciones y asociaciones internacionales, que promovían encuentros, conferencias y otros eventos internacionales, en los cuales eran producidos documentos que resultaban en **tratados internacionales** que eventualmente eran aprobados por los legisladores como parte del marco legal de los países.

La LFRT de 1960 trata del tema en dos artículos, el 28²⁶², mencionado anteriormente, que enfatiza el derecho de un concesionario cuyo canal fue suprimido o afectado por fuerza de convenio internacional a recibir otra frecuencia similar, y el 46²⁶³, que determina que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes estipularía los horarios de funcionamiento de las difusoras, a partir de tratados internacionales y posibilidades técnicas de los canales.

En Brasil, las reglas presentes en el Código eran más burocráticas: una aceptaba la presencia de actos internacionales normativos en el marco legal del país, no obstante después de aprobación por el Congreso Nacional (Art. 2²⁶⁴) y la segunda determinaba que entrarían en vigor después de ser aprobadas por el Presidente de la República (Art. 3²⁶⁵). Además, el Art. 50²⁶⁶ preveía la revisión de concesiones y autorizaciones cuando fuera necesario adecuarlas a actos internacionales aprobados por el Congreso.

Las reglas sobre la **infraestructura** necesaria para la radiodifusión están presentes en 15 artículos en la LFRT de México, y solamente cuatro en el CBT. Aún así, es grande la discrecionalidad regalada a los potenciales concesionarios de México.

El Artículo 40²⁶⁷ de la LFRT de 1960, por ejemplo, era básicamente una previsión de PPP (Colaboración Público-Privada), bajo la discrecionalidad de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). La SCT podía considerar “indispensable” la

²⁶² **Artículo 28.** Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado.

²⁶³ **Artículo 46.** Las difusoras operarán con sujeción al horario que autorice la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de acuerdo con los Tratados Internacionales vigentes y las posibilidades técnicas de utilización de los canales.

²⁶⁴ **Art. 2º.** Los actos internacionales de naturaleza normativa, cualquier que sea la denominación adoptada, serán considerados tratados o convenciones y solamente entrarán en vigor a partir de su aprobación por el Congreso Nacional. Párrafo único. El Poder Ejecutivo enviará al Congreso Nacional en el plazo de 180 (ciento ochenta) días, contados de la fecha de la firma, los actos normativos sobre telecomunicaciones, adjuntándoles los respectivos reglamentos, debidamente traducidos.

²⁶⁵ **Art. 3º.** Los actos internacionales de naturaleza administrativa entrarán en vigor en la fecha establecida en su publicación después de aprobados por el Presidente de la República (art. 29, al)

²⁶⁶ **Art. 50.** Las concesiones y autorizaciones para la ejecución de servicios de telecomunicaciones podrán ser revistas siempre que sea necesaria su adaptación a una cláusula de actos internacionales, aprobados por el Congreso Nacional o a leyes posteriores de actos, observado el dispuesto en el art. 141, § 3º de la Constitución Federal.

²⁶⁷ **Artículo 40.** Cuando fuere indispensable, a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el uso de algún bien de propiedad federal para ser empleado en la instalación, construcción y operación de las estaciones y sus servicios auxiliares, dicho uso deber sujetarse a las leyes y disposiciones relativas. El Ejecutivo Federal podrá acordar en los casos a que se refiere este artículo, que no se cobren contraprestaciones por el uso de estos bienes, ni en su caso, se causen derechos.

cesión de algún bien federal para uso de las estaciones de radiodifusión, sin que el Ejecutivo Federal cobrara la ocupación.

El artículo parecía refrendar una acción que había sido tomada por el presidente Miguel Alemán, que cedió algunas instalaciones de la Lotería Nacional para los primeros trabajos de la XH-TV de Rómulo O’Farrill, el primer concesionario de televisión en México (Fernández & Paxman, 2013:142).

A su vez, el Artículo 43²⁶⁸ daba casi libre decisión a los concesionarios sobre dónde instalar sus transmisoras. No era mencionado ningún estudio sobre otros efectos de las transmisiones a la población además del estorbo a calles, calzadas y plazas públicas, y que sean visibles para la navegación aérea.

El Artículo 44²⁶⁹ simplemente permitía el uso de equipos de refacción. Ya el Artículo 45²⁷⁰ –aunque sea un ejemplo de permiso de injerencia de la autoridad pública, que quedaba responsable por determinar el tiempo de implantación de una emisora– presentaba un plazo bastante amplio: no menos de seis meses.

Y a través de los artículos 50²⁷¹ y 51²⁷², la Ley establece a la SCT también como la responsable de que las estaciones concesionadas no sufrieran interferencias de señal. Esta protección era complementada por la ofrecida en el Artículo 102²⁷³, ya comentado anteriormente, que protegía las estaciones de radio y televisión con la previsión de multa y prisión a aquellos que interrumpieron sus servicios.

Otros artículos de la LFRT de 1960 sobre infraestructura trataban de los profesionales que podían ser contratados por las empresas de radiodifusión (Arts. 84 y 88), como fue comentado anteriormente.

Por su parte, la legislación brasileña empieza sus determinaciones sobre infraestructura estableciendo brevemente la formación de un Sistema Nacional de

²⁶⁸ **Artículo 43.** Las estaciones radiodifusoras podrán instalarse dentro de los límites urbanos de las poblaciones, siempre que no constituyan obstáculos que impidan o estorben el uso de calles, calzadas y plazas públicas, y que cumplan los requisitos técnicos indispensables para no interferir la emisión o recepción de otras radiodifusoras. Además, en las torres deberán instalarse las sedales preventivas para la navegación aérea que determine la señal de Comunicaciones y Transportes.

²⁶⁹ **Artículo 44.** Las estaciones difusoras podrán contar con un equipo transmisor auxiliar, que eventualmente sustituya al equipo principal.

²⁷⁰ **Artículo 45.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalará un plazo prudente, no menor de 180 días, para la terminación de los trabajos de construcción e instalación de una emisora, tomando en cuenta los cálculos que presente el concesionario o permisionario, de conformidad con los planos aprobados.

²⁷¹ **Artículo 50.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes dictará las medidas necesarias para evitar interferencias en las emisiones de radio y televisión. Toda estación o aparato científico, terapéutico o industrial, y aquellas instalaciones que radien energía en forma suficientemente perceptible para causar perturbaciones a las emisiones autorizadas, deberán suprimir esas interferencias en el plazo que al efecto fije la Secretaría.

²⁷² **Artículo 51.** La misma Secretaría evitará las interferencias entre estaciones nacionales e internacionales, y dictará las medidas convenientes para ello, velando porque las estaciones que operen sean protegidas en su zona autorizada de servicio.

Determinará también los límites de las bandas de los distintos servicios, la tolerancia o desviación de frecuencias de emisión para toda clase de difusoras cuando no estuvieren especificados en los tratados en vigor.

²⁷³ **Artículo 102.** Quienes dañen, perjudiquen o destruyan cualquier bien inmueble o mueble usado en la instalación u operación de una estación de radio o televisión, interrumpiendo sus servicios, serán castigados con tres días a cuatro años de prisión y multa de \$1,000.00 a \$50,000.00. Si el daño se causa empleando explosivos o materias incendiarias, la prisión será en ese caso de 5 a 10 años.

Telecomunicaciones, con redes y troncos formados por medios de comunicación (Arts. 7º y 8º).

A continuación, en el texto de la Ley, así como la legislación mexicana, los otros dos artículos presentan benevolencias a los radiodifusores. En el caso brasileño, fueron beneficiados aquellos con emisoras ya en funcionamiento cuando el CBT fue ratificado.

El Art. 114²⁷⁴ revoca reglamentación anterior que obligaba a los radiodifusores a informar al gobierno sobre sus equipos receptores y la prohibición a la importación de los mismos –reglas que motivaron, por ejemplo, el contrabando al país de los primeros equipos de la *TV Tupi*, como se mencionó en el capítulo 2–. La regla proporciona más libertad a los dueños de emisoras para organizar sus empresas a su gusto.

El Art. 115²⁷⁵ concede un beneficio económico directo y explícito: la amnistía total e irrestricta de deudas con registros de aparatos necesarios a la radiodifusión. Un beneficio económico directo a los empresarios, con perjuicio al Estado.

Son siete los artículos de la LFRT de 1960 y seis del CBT que presentan normas sobre el **área de actuación** de los actores involucrados en las telecomunicaciones y en la radiodifusión. Las reglas determinan que “todo lo relativo a la radio y la televisión es de jurisdicción federal” (Artículo 8º²⁷⁶, LFRT), incluyendo el espacio territorial por donde se propagan las ondas electromagnéticas (Artículo 1º²⁷⁷, LFRT). El CBT incluye en la cuestión territorial las aguas territoriales y el espacio aéreo (Art. 1º²⁷⁸, CBT), y hace la distinción entre servicios interiores e internacionales de telecomunicaciones (Art. 5º²⁷⁹, CBT).

Así, el uso de dicho espacio necesita permiso otorgado por el Ejecutivo Federal (Artículo 2º²⁸⁰, LFRT y Arts. 12²⁸¹ y 31²⁸², CBT). Además, determinan que la radio y la

²⁷⁴ **Art. 114.** Están revocados los dispositivos en vigencia referentes al registro de aparatos receptores de radiodifusión.

²⁷⁵ **Art. 115.** Están amnistiadas las deudas por el no pago de tasa de registro de aparatos receptores de radiodifusión, debiendo el Poder Ejecutivo providenciar la inmediata cancelación de estas deudas, incluso las ya inscriptas e interpuestas.

²⁷⁶ **Artículo 8o.-** Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión.

²⁷⁷ **Artículo 1o.-** Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

²⁷⁸ **Art. 1º** Los servicios de telecomunicaciones en todo el territorio del País, incluso en aguas territoriales y espacio aéreo, así como en lugares en los cuales principios y convenciones internacionales les reconozcan extraterritorialidad, obedecerán a los preceptos de la presente ley y a los reglamentos creados para su ejecución.

²⁷⁹ **Art. 5º** Cuánto a su ámbito, los servicios de telecomunicaciones se clasifican en:

a) servicio interior, establecido entre estaciones brasileñas, fijas o móviles, dentro de los límites de jurisdicción territorial de la Unión;

b) servicio internacional, establecido entre estaciones brasileñas, fijas o móviles, y estaciones extranjeras, o estaciones brasileñas que se ubiquen fuera de los límites de la jurisdicción territorial de la Unión.

²⁸⁰ **Artículo 2o.** El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes como vehículos de información y expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley.

²⁸¹ **Art. 12** Las concesiones hechas en el espacio de 150 (ciento cincuenta) kilómetros establecida por la Ley 2.587 de 12 de septiembre de 1955 obedecerán las normas determinadas en la referida ley, observando iguales restricciones relativas a los servicios explorados por la Unión.

²⁸² **Art. 31.** Los servicios internacionales de telecomunicaciones serán explorados por la Unión directamente o a través de concesión otorgada, sin carácter exclusivo, para la instalación y la operación de estaciones en puntos determinados del territorio nacional, con el único fin de establecer servicio público internacional.

Párrafo único. Las estaciones de los concesionarios serán enlazadas al Servicio Nacional de Telecomunicaciones, a través de lo cual será encaminado y recibido tráfico telegráfico y telefónico para los locales no comprendidos en la concesión.

televisión son servicios de *interés público* (Artículo 4^o ²⁸³, LFRT), siguiendo los preceptos del *Communications Act* estadounidense, como fue comentado anteriormente. La gran diferencia entre las reglas sobre área de actuación entre las dos leyes aparece en los Arts. 52 y 53²⁸⁴ del CBT, que tratan de abusos en el ejercicio de la telecomunicación.

Son tres los artículos en cada una de las leyes que tratan de **conceptualización** de términos de las telecomunicaciones o de la radiodifusión, con poco que ver entre ellas. En la LFRT, el Artículo 3^o ²⁸⁵ determina qué comprende la industria de la radio y la televisión; el Artículo 5^o ²⁸⁶, la función social de la radio y de la televisión; y el 74²⁸⁷, que es un programa en vivo.

Ya el Art. 4^o ²⁸⁸ del CBT delimita qué constituyen servicios de telecomunicación; el 6^o ²⁸⁹ determina una clasificación para las telecomunicaciones, a partir de sus fines; y el 80²⁹⁰, cuales son las actividades de los periodistas profesionales.

²⁸³ **Artículo 40.-** La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

²⁸⁴ **Art. 52.** La libertad de radiodifusión no excluye la sanción a aquellos que practicaren abusos en su ejercicio.

Art. 53. Constituye abuso, en el ejercicio de la libertad de radiodifusión, el empleo de ese medio de comunicación en la practica de crimen o contravención previstos en la legislación en vigencia en el País, incluso:

- a) incitar la desobediencia a las leyes o a decisiones judiciales;
- b) divulgar secretos de Estado o asuntos que perjudiquen la defensa nacional;
- c) ultrajar la honra nacional;
- d) hacer propaganda de guerra o de procesos violentos para subvertir el orden político o social;
- e) promover campaña discriminatoria de clase, color, raza o religión;
- f) inspirar la rebeldía o la indisciplina en las fuerzas armadas o en los servicios de seguridad pública;
- g) comprometer las relaciones internacionales del País;
- h) ofender la moral familiar, pública o las buenas costumbres;
- i) calumniar, injuriar o difamar los Poderes Legislativo, Ejecutivo o Judicial o los respectivos miembros;
- j) vehicular noticias falsas, con peligro al orden público, económico y social;

Párrafo único. Si la divulgación de las noticias falsas ha resultado de error de información y haya sido objeto de desmentido inmediato, a ninguna sanción estará sujeta la concesionaria o permisionaria.

²⁸⁵ **Artículo 30.** La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímil o cualquier otro procedimiento técnico posible.

²⁸⁶ **Artículo 50.-** La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
- II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

²⁸⁷ **Artículo 74.-** Para los efectos del artículo anterior, se entenderá por programa vivo toda intervención personal realizada en el momento de la transmisión, exceptuando el anuncio o mención comercial.

²⁸⁸ **Art. 4^o** Para efectos de esta ley, constituyen servicios de telecomunicaciones la transmisión, emisión o recepción de símbolos, caracteres, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por cable, radio, electricidad, medios ópticos o cualquier otro proceso electromagnético. Telegrafía es el proceso de telecomunicación destinado a la transmisión de escritos, por el uso de un código de señales. Telefonía es el proceso de telecomunicación destinado a la transmisión de la palabra hablada o de sonidos.

§1^o Los términos no definidos en esta ley tienen el significado establecido en los actos internacionales aprobados por el Congreso Nacional.

§2^o Los contratos de concesiones, las autorizaciones y los permisos serán interpretados y ejecutados de acuerdo a definiciones en vigencia en la época que los mismos hayan sido celebrados o expedidos.

²⁸⁹ **Art. 6^o** Cuanto a los fines a los cuales se destinan, las telecomunicaciones así se clasifican:

- a) servicio público, destinado al uso del público en general;
- b) servicio público restringido, facultado al uso de los pasajeros de navíos, aeronaves, vehículos en movimiento o al uso del público en localidades todavía no atendidas por un servicio público de telecomunicación;
- c) servicio limitado, ejecutado por estaciones no abiertas a la correspondencia pública y destinado al uso de personas físicas o morales nacionales.

Constituyen servicio limitado, entre otros:

- 1) el de seguridad, regularidad, orientación y administración de los transportes en general;

Y, para concluir, además de todos los artículos mencionados, los artículos 25, 78 y el Artículo 81 de la LFRT, así como los artículos 13, 40, 42, 43, 46, 47, 49, 51, 106-113, 122 y 126 del CBT, tratan de otros medios que no son la TV comercial, y por eso no forman parte de este estudio.

-
- 2) el de múltiples destinos;
 - 3) el servicio rural;
 - el servicio privado;
 - d) el servicio de radiodifusión, destinado a ser recibido directa y libremente por el público en general, comprendiendo la radiodifusión sonora y la televisión;
 - e) servicio de radio-amador, destinado a entrenamiento propio, intercomunicación e investigaciones técnicas, realizadas por amadores, debidamente autorizados, interesados en la radiotécnica únicamente a título personal y que no busquen cualquier objetivo pecuniario o comercial;
 - f) servicio especial, relativo a determinados servicios de interés general, no abiertos a la correspondencia pública y no incluidos en las definiciones de los incisos anteriores, entre los cuales:
 - 1) el de señales horarios;
 - 2) el de frecuencia estándar;
 - 3) el de boletines meteorológicos;
 - 4) el que se destine a fines científicos o experimentales;
 - 5) el de música funcional;
 - 6) el de Radiodeterminación.

²⁹⁰ **Art. 80** Se equiparan a la actividad del periodista profesional la búsqueda, redacción, divulgación o la promoción, a través de la radiodifusión, de noticias, reportajes, comentarios, debates y entrevistas.

Revisión legal: una conclusión

En la apertura de este capítulo, se propuso una pregunta guía para la revisión histórica presentada en los apartados anteriores:

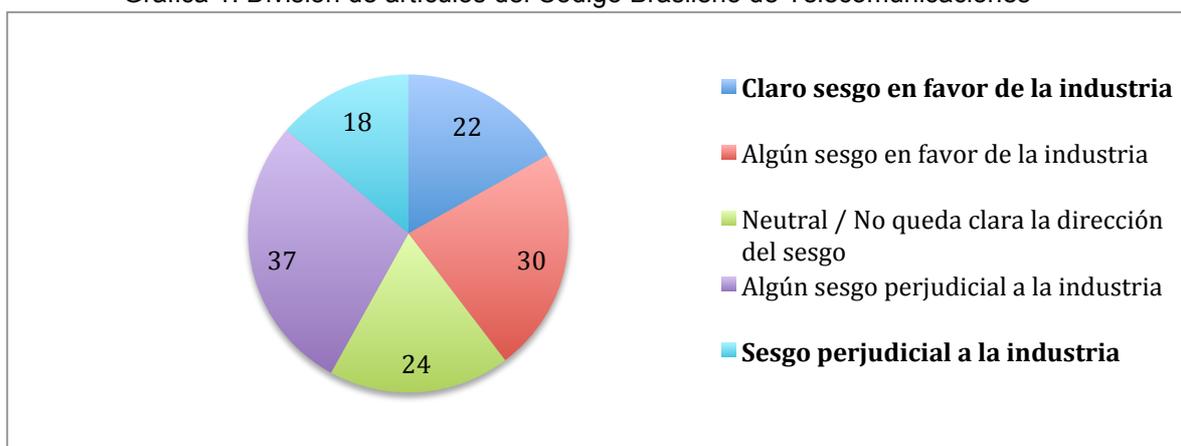
¿Es posible, entonces, demostrar que los primeros marcos jurídicos de la televisión, tanto en Brasil como en México, formularon reglas que favorecieron los intereses de las empresas de televisión comercial por encima de la función primordial de regulación del sector?

En las páginas anteriores, fue hecho un amplio análisis. En él se aprecian tendencias en la elaboración de las leyes, con algunas diferencias en los dos países. Una tarea adicional consiste en revisar cuantos artículos de una u otra ley son favorables o no. Eso será señalado en los dos cuadros a continuación.

A priori, bajo un análisis cuantitativo hecho en las primeras leyes que fundamentalmente condensaron la gran cantidad de reglas dispersas por todo el marco jurídico –la Ley Federal de Radio y Televisión de México (LFRT) y la ley del Código Brasileño de Telecomunicaciones (CBT)– la respuesta sería **no**. Puramente bajo *el conteo* de los textos de los artículos que benefician descaradamente a los industriales frente a aquellos que los impactan incisivamente en contra, sin un análisis más profundo de lo que realmente significan las reglas y en qué inciden, se ve casi un equilibrio.

Según los criterios establecidos por esta investigación, de los 127 artículos del CBT, 22 artículos presentan algún sesgo de condescendencia con la televisión comercial, mientras 18 parecen perjudiciales. Otros cuatro son ambiguos, dado que presentan características para perjudicar, pero acaban beneficiando a la TV. Otros tres están en la frontera entre la mera limitación de actuación y el perjuicio directo.

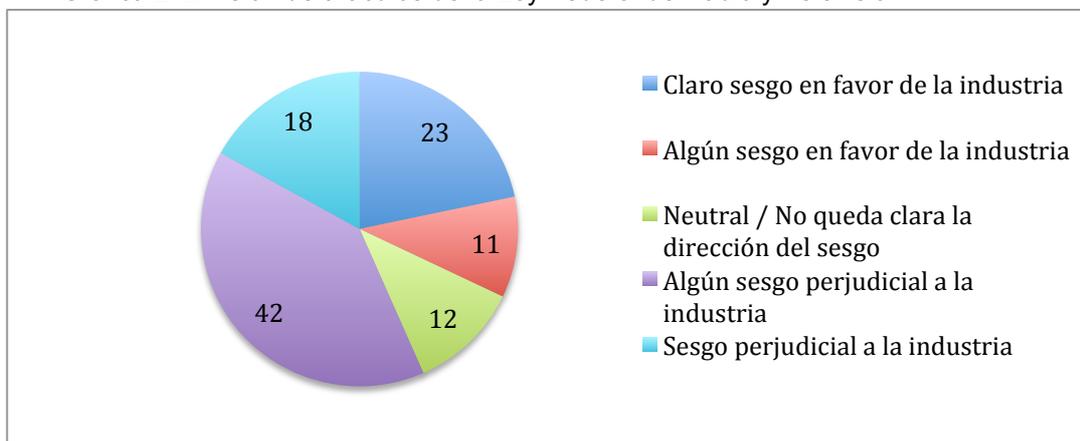
Gráfica 1: División de artículos del Código Brasileño de Telecomunicaciones



Fuente: elaboración propia

En la LFRT, se llegó a un resultado similar, en una Ley con menos artículos (105) y bastante menos incisos. Para esta investigación, 23 son los artículos más claramente sesgados a beneficiar la televisión comercial; 18 son los sesgados a perjudicarlos.

Gráfica 2: División de artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, no se puede tratar el proceso legislativo como algo tan matemático, algo tan objetivo que pueda exponer los resultados de sus ecuaciones en un conjunto de cuartillas. Este conjunto consolidado de cuartillas con normas y reglas –las leyes– son el retrato de las negociaciones hechas en el Congreso por los legisladores, el Poder Ejecutivo y los representantes de la industria, por un lado, y el modelo legal aplicado por décadas, por otro.

Tratándose de leyes que estuvieran o están en vigencia por medio siglo –aunque con modificaciones dispersas– en países tan simbólicos para la radiodifusión mundial, era de esperarse que los galardones a los concesionarios no estuvieran tan nítidos.

Es necesario acordarse también de los contextos históricos en los cuales la TV fue implementada y, una década después, de los marcos jurídicos que fueron asentados. La televisión empezó en años de políticas públicas desarrollistas, populistas, con un autoritarismo velado que flotaba en el aire como la contaminación en São Paulo o en la Ciudad de México hoy: una parte desagradable de la vida que ahí está, pero pocos se dedican a cambiar. No obstante, las dos legislaciones señalan alguna preocupación con la seguridad nacional, una preocupación en usar las telecomunicaciones como defensa frente a enemigos externos a la soberanía de los dos países²⁹¹.

Esta amalgama de coyunturas resultó en 70 años del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en México y una dictadura militar en Brasil. Y en un magnate que se

²⁹¹ Algunos ejemplos son el Art. 53 del CBT (con reglas sobre qué constituye abuso en el uso de las telecomunicaciones, centrándose en actos que perjudiquen la defensa nacional, ultrajen la honra nacional o que subviertan el orden político o social del país, entre otros) y los Artículos 64 y 1011 de la LFRT de 1960 (que prohibían la transmisión de contenidos “que sean contrarios a la seguridad del Estado o el orden público” y consideraban infracción la transmisión de contenidos “que sean contrarios a la seguridad del Estado o el orden público”).

declaraba soldado del PRI, y otro solícito a todos los gobiernos. Y en un cambio permanente de favores y amenazas, que resultaban, habitualmente, en beneficios económicos a los inversionistas privados y en la imagen de que el Estado tenía el control político de los medios.

El control político que permitían los inversionistas privados.

En la consecución de sus fines inmediatos, los industriales de radio y televisión ejercen una presión sobre el Estado. Presión que será más intensa mientras más obligado se vea el Estado a ejercer su poder político frente a los industriales o a regular tensiones sociales mediante disposiciones de carácter legal. El Estado mexicano se ha visto periódicamente obligado a legitimar su poder político frente a los industriales o a regular tensiones sociales mediante disposiciones de carácter legal (Fernández Christlieb, 1982:104).

Aun siguiendo algunas de las conclusiones de Fernández Christlieb, todo no pasa de un juego, con polémicas lanzadas al aire en un momento, y la divulgación de entendimientos en el siguiente, dependiendo de la conveniencia de las partes involucradas.

Nunca se ha podido declarar que “la intervención del Estado ha continuamente golpeado a los intereses de los empresarios de la televisión” (Fernández Christlieb, 1982). En última instancia, estos siempre acabaron favorecidos. El crecimiento de la industria nunca fue frenado por medidas estatales; más bien, la actuación del Estado –o, a veces, su omisión– por innumerables veces ha contribuido al desarrollo de los medios privados de radiodifusión. En cambio, los poderes públicos se han consolidado políticamente en momentos de tensiones sociales por medio de leyes, decretos y otras modalidades de normas, como una demostración de su poder formal, aunque, mientras, la industria pueda vanagloriarse de su poder real (Fernández Christlieb, 1982:104-108,147).

Además, Mastrini y Becerra subrayan que:

[...] En términos generales, podemos señalar que la relación entre los gobiernos y los propietarios de medios se resolvió por la incapacidad de los gobiernos para fijar políticas hacia los propietarios de medios, a cambio de obtener un cierto control político sobre los contenidos. Elizabeth Fox (1990) caracteriza a este modelo como un sistema comercial políticamente dócil (Mastrini & Becerra, 2001:3).

“Dócil”, aunque haya llevado a algunos esfuerzos de organización de los industriales –siempre capitaneados por los dos personajes-clave de esta tesis, los Azcárraga y Roberto y Marinho–. La historia cuenta que en México, durante el proceso legislativo de construcción de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, molesta con las propuestas de la Cámara baja, encontró en el Senado mexicano la deferencia a sus críticas al proyecto.

En Brasil, las discusiones sobre el Código de Telecomunicaciones tardaron largos nueve años –muy bien disfrutados por la industria para su expansión y consolidación como medio masivo– que resultaron en una secuencia de acciones: 52 vetos presidenciales a la Ley de agosto de 1962; la formación de un grupo de trabajo entre

Roberto Marinho (Radio y Periódico O Globo + TV Globo), Nascimento Brito (Radio Jornal do Brasil) y João de Medeiros Calmon (presidente del Sindicato de Empresas de radiodifusión de Rio de Janeiro y accionista de los Diarios Asociados) para discutir los vetos; un encuentro nacional con representantes de 213 empresas brasileñas de radiodifusión; la creación de la ABERT; el Congreso Nacional rechaza **todos** los vetos del presidente; João Goulart sanciona su derrota en diciembre del mismo año²⁹².

Aunque un análisis superficial del marco jurídico de la radiodifusión en México y Brasil muestre una gran *cantidad* de disposiciones legales – decretos, leyes, acuerdos, reglamentos, etc.–, un examen más atento expone que es irrisorio el número de reglas que realmente *acota* el poderío de los industriales de la radiodifusión en beneficio del público o del gobierno.

Entre la cantidad de artículos que refuerzan la competencia del Poder Público sobre las telecomunicaciones y la radiodifusión, como titular del espectro y de las frecuencias que posibilitan la radiodifusión, pocos tienen la fuerza de los artículos 39²⁹³, 41²⁹⁴ y 124²⁹⁵ del CBT, que les corta grandes posibilidades de ganancia por venta de espacios comerciales. Sin embargo, como ha sido señalado, como gran parte de las concesiones están en manos de actores políticos, lo que ellos pierden en ganancias con sus emisoras de radiodifusión, ahorran en gastos de sus propias campañas.

En México, curiosamente, uno de los diputados que participó de la elaboración del proyecto de la LFRT, Antonio Castro Leal, cuenta que el texto de la Cámara de Diputados establecía un límite de anuncios comerciales en la programación de radio y TV, pero el dispuesto fue cambiado cuando el proyecto pasó por el Senado, donde los empresarios del sector tenían más injerencia (Fernández Christlieb, 1982:157).

Y esta regla posiblemente no fue la única a ser atenuada en el Congreso. Varios artículos realmente no ofrecen riesgo para el negocio de la televisión, como el Artículo 60²⁹⁶ de la LFRT: aunque determine que las emisoras son obligadas a transmitir gratuitamente y con preferencia en la programación, no es una regla que disminuya de alguna forma las ganancias de los empresarios, o su posibilidad de volverse un monopolio u oligopolio.

²⁹² Con informaciones de: História da ABERT, disponible en < <http://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historiaabert> > [Consultado el 8 de abril de 2015].

²⁹³ **Art. 39.** “Las estaciones de radiodifusión, en los 90 (noventa) días anteriores a las elecciones generales del País o de la circunscripción electoral donde estén basadas, reservarán diariamente 2 (dos) horas a la propaganda partidaria gratuita, siendo una de ellas durante el día y la otra entre las 20 (veinte) y las 23 (veintitrés) horas y destinadas, bajo el criterio de rigurosa rotación, a los diferentes partidos y con proporcionalidad en el tiempo de acuerdo con los respectivos grupos políticos en el Congreso Nacional y en los Congresos Locales .

²⁹⁴ **Art. 41.** Las estaciones de radio y de televisión no podrán cobrar, en la publicidad política, precios superiores a aquellos en vigencia, en los 6 (seis) meses anteriores, para la publicidad común.

²⁹⁵ **Art. 124.** El tiempo destinado en la programación de las estaciones de radiodifusión, a la publicidad comercial, no podrá exceder los 25% (veinticinco por ciento) del total.

²⁹⁶ **Artículo 60.** Los concesionarios de estaciones radiodifusoras comerciales y los permisionarios de estaciones culturales y de experimentación, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia:

I. Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública;

II. Los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones o aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.

Por otro lado, declaraciones presentes en artículos como el 98²⁹⁷ del Código brasileño, que presenta una amenaza a la autoridad dentro del texto de la Ley, o del 117²⁹⁸ del mismo CBT, que garantiza el mantenimiento del negocio con la aprobación de la nueva Ley, independientemente de cómo han sido los requisitos cumplidos o no para lograr la concesión, consolida la fuerza que tenían los empresarios frente a los Tres Poderes.

Las amenazas a la autoridad –bajo la forma del innecesario recuerdo permanente de la existencia de un Código Penal y de un Poder Judicial al cual los concesionarios podían recurrir– en el caso del Código brasileño, y la falta de sanciones duras, objetivas e incisivas en la LFRT de 1960 –conociéndose los contextos en que las leyes han sido construidas y aprobadas– son señales tatuadas en los cuerpos normativos que muestran que la industria no aceptaría fácilmente grandes sanciones o injerencias.

Llaman la atención también las previsiones legales de discrecionalidad a las autoridades competentes a regular las telecomunicaciones, principalmente en Brasil.

En la LFRT de 1960 en México, es el Ejecutivo Federal quien otorga concesiones (autorizaciones y permisos), quien determina la naturaleza y el propósito de las estaciones, además de poder ceder uso de bienes públicos a estaciones comerciales, entre otras incumbencias. Sin embargo, en Brasil, el Presidente de la República puede, además de otorgar concesiones, aprobar actos internacionales, nombrar al presidente del CONTEL, decidir recursos contra infracciones o determinar la disminución del valor de multas. Es una gran ayuda a empresarios de los medios de comunicación que tienen las puertas de las oficinas presidenciales abiertas a ellos.

Para contrabalancear la discrecionalidad dada al presidente y a las secretarías de Estado, las dos Leyes proponen la creación de un Consejo responsable de cuidar de temas generales relativos a la radio, la televisión y otras ramas de las telecomunicaciones en los dos países. Sin embargo, en medio a la emergente tecnocracia que aparecía en Brasil (y que apoyaría el golpe de Estado de 1964), el Código Brasileño presentó un diseño institucional bastante más completo para su Consejo Nacional de Telecomunicaciones que tenía el Consejo Nacional de Radio y Televisión previsto por la LFRT de 1960. Además, el Consejo de México empezó sus actividades 42 años después de su creación²⁹⁹.

Por otro lado, es interesante notar las similitudes entre los textos de las dos leyes. Por ejemplo, aunque demuestren diferencias notables, la similitud entre algunos artículos como el 66³⁰⁰ de la LFRT (que prohíbe “interceptar, divulgar o aprovechar

²⁹⁷ **Art. 98.** La autoridad que impedir o agobiar la libertad de radiodifusión o de la televisión, aparte de los casos autorizados en ley, incidirá, en lo que se aplique, en la sanción del artículo 32 del Código Penal.

²⁹⁸ **Art. 117.** Las concesiones y autorizaciones para los servicios de radiodifusión en funcionamiento están automáticamente mantenidas por los plazos fijados en el art.33§3 de esta ley.

²⁹⁹ Fuente: sitio web oficial del Consejo Nacional de Radio y televisión de México. Disponible en <http://www.rtc.gob.mx/NuevoSitio/consejo_radio_tv.php>. Última consulta en 7 de septiembre de 2015.

³⁰⁰ **Artículo 66.** Queda prohibido interceptar, divulgar o aprovechar, los mensajes, noticias o informaciones que no estén destinados al dominio público y que se reciban por medio de los aparatos de radiocomunicación.

mensajes o informaciones) y los Arts. 55³⁰¹ y 56³⁰² del CBT (que determina que la telecomunicación es inviolable) enseña sutilmente cómo la LFRT ha servido de modelo para legislaciones de otros países, por medio de la influencia compartida en la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR).

Además de la influencia de la industria en el establecimiento de los marcos jurídicos en sus países, se nota una situación de “hiperinflación normativa” causada por la cantidad de reglamentos, leyes y decretos que por mucho tiempo influyeron en la Ley de México hasta su reforma en 2013, y que siguen actuando en Brasil (que no logra vislumbrar un horizonte de actualización del Código, por la continua acción de los empresarios de los medios de comunicación en el Poder Legislativo). Lo anterior genera un nivel de inseguridad jurídica que, si por un lado complica la acción de las autoridades encargadas de la aplicación de tantas reglas (López Olvera, 2011:227), por otro abre un abanico de posibilidades de acción por las líneas borrosas de la legalidad dispersa por la vastedad de publicaciones jurídicas concomitantes.

Esta acción por las líneas borrosas de la legalidad, una operación bastante cercana a la turbia frontera con la ilegalidad –pero que nunca llega a tanto–, es lo que se ha encuadrado como actos de corrupción legal.

Como ha sido mencionado anteriormente, los actos de corrupción legal involucran un bien público para el beneficio de un actor privado (o una corporación privada), sin romper ninguna ley.

Por bien público, para efectos de este trabajo, se puede entender un conglomerado conformado por las instituciones públicas, el cuerpo de trabajadores del Estado (entendiendo, a su vez, Estado como la unión de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial federales, estatales y municipales), la infraestructura pública y los presupuestos utilizados para su construcción y, claro, el marco legal de los países.

El comprometimiento de dichos bienes, en los casos de corrupción legal, es obsequiado sin que sean heridos los preceptos legales que abarcan los temas de interés – en el caso de este estudio, la implementación y el desarrollo de dos emisoras de televisión, una en México y otra en Brasil–; es decir, no hay pruebas evidentes de ilegalidad. Pero hay, de hecho, una intervención activa de los industriales en las obras públicas relacionadas a la radiodifusión. Y, si se cierra el obturador un poco más, por regla general se encuentra a los Azcárraga y a Roberto Marinho en los liderazgos de dichos movimientos –como fue relatado en este capítulo, en los fragmentos sobre los orígenes de la Cámara Nacional de Radio y Televisión de México y de la ABERT.

³⁰¹ **Art. 55.** Es inviolable la telecomunicación en los términos de esta ley.

³⁰² **Art. 56.** Practica crimen de violación de telecomunicación quien, transgrediendo ley o reglamento, exhiba autógrafo o cualquier documento de archivo, divulgue o comunique, informe o capte, transmita a otros o utilice el contenido, resumen, significado, interpretación, indicación o efecto de cualquier comunicación dirigida a tercero.

§1º Practica, también, crimen de violación de telecomunicaciones quien ilegalmente recibir, divulgar o utilizar, telecomunicación interceptada.

§2º Solamente los servicios fiscales de las estaciones y puestos oficiales podrán interceptar telecomunicaciones. (...)

Sin embargo, si se pudiera tener una cámara con la cual hacer un acercamiento a los dos organizaciones empresariales, se vería que sus actuaciones para influenciar el proceso de establecimiento de los reglamentos *formales* fueron más bien participaciones –generalmente de liderazgo, eso sí– en grupos que abarcaban, si no a toda la industria, eran el batallón de élite de los intereses empresariales. Y fueron estas tropas, la CNRT y la ABERT, quienes lograron proteger sus intereses en las leyes promulgadas.

No obstante, aunque cuenten con su propio pelotón de los mejores abogados, la estrategia meramente legal nunca fue el blanco de los Azcárraga y de los Marinho.

Roberto Marinho, inclusive, por un lado fue uno de los tres efectivos implementadores de la ABERT³⁰³, creada declaradamente para lanzarse contra los vetos presidenciales al CBT. Por otro, como mandatario solitario de su imperio ya casi establecido, sucumbió frente a un parlamentario, dirigente de una de las dinastías brasileñas de los medios de comunicación que más llegó a amenazar el dominio de Globo, los *Diarios Associados*, de Assis Chateaubriand y de la *TV Tupi*: João Calmon.

Por no estar (legalmente) involucrado con las radiodifusoras ni con las emisoras de televisión del grupo³⁰⁴, Calmon escapó del alcance de la Ley que, como presidente de la ABERT, trabajó para consolidar. Algunos años después, como presidente de una Comisión Parlamentaria de Investigación (CPI), hizo que Roberto Marinho fuera al Congreso y explicara las incoherencias legales del acuerdo Globo/*Time-Life*. El resultado, como se menciona en el capítulo 2, fue el rompimiento del pacto.

Roberto Marinho y João Calmon, aliados en la ABERT, consolidaron la legislación de Telecomunicaciones a modo de las radiodifusoras y televisoras. Por separado, TV Globo perdió su principal inversionista, mientras los *Diarios Associados*, algunos años después, perderían su principal emisora.

En México, la estrategia de los Azcárraga ha sido por mucho tiempo, mercadológica: la dominación por la fusión, ya sea entre emisoras competentes, como internamente. Es un proceso de medio siglo, iniciado con la unión de las acciones de los canales 4, 2 y 5 de Rómulo O’Farrill, Emilio Azcárraga Vidaurreta y González Camarena en 1955, originando Telesistema Mexicano (Fernández & Paxman, 2013:146-147), que pasa por la fusión con Televisión Independiente de México, que creó la Televisa de Emilio Azcárraga Milmo (Fernández & Paxman, 2013:460), y por las acciones internas de Emilio Azcárraga Jean (con el imprescindible apoyo del presidente en turno), en los albores del siglo XXI, para centralizar el poder en el Consejo del consorcio Televisa (Trejo Delarbre, 2008).

³⁰³ Daniel Herz (1987:71) también explica que el grupo Globo mantiene la ABERT bajo control por un sistema en el cual las afiliadas Globo diseminadas por el país controlan las entidades representativas de las emisoras de radiodifusión, garantizando el soporte político del grupo, el predominio de sus intereses y “sofocando” las protestas de las pequeñas y medianas empresas con su poder oligopólico.

³⁰⁴ Es decir: por no tener formal ni contractualmente puestos de dirección, gerencia o relacionados en los medios del Grupo *Diários Associados*.

Se puede concluir entonces que las Leyes *per se* no explican completamente el potencial de concentración de poder en los medios por Televisa y TV Globo. Más bien, fueron una herramienta en el proceso de consolidación de la concentración en manos de las dos emisoras, aunque hagan falta normas que acotaran la consolidación de monopolios e impidieron nueva (o más) competencia en el caso mexicano.

Aparte de reglamentos muy específicos que benefician directamente a alguna de las empresas, entre intentos del Poder Público de mantener su soberanía política sobre las telecomunicaciones, lo que se ve es que la legislación es meramente una **pieza** de un juego más complejo, de lo cual hacen parte más *players* y escenarios, que no incluyen a las audiencias y a la sociedad civil.

Cap. 4 Conclusión

Esta tesis se propuso buscar en los orígenes de las dos mayores emisoras de televisión en lengua hispana y en lengua portuguesa –respectivamente, Televisa, de México, y TV Globo, de Brasil– características y praxis en común que explicaran cómo las dos han logrado concentrar tanto poder.

Tres eran las hipótesis que sirvieron de ejes para este trabajo:

1. Que la concentración de poder de las emisoras había sido conquistada a partir de las relaciones personales de los magnates que emprendieron la construcción de sus emisoras de televisión –Emilio Azcárraga y Roberto Marinho– con políticos e importantes personas del escenario económico, financiero y de la alta sociedad de sus países.
2. Que la concentración de poder de las emisoras se había beneficiado de leyes (normas, decretos y otros tipos de reglas legales) mal hechas, tardías, débiles o incluso con textos contruados a modo gracias a la intervención de los empresarios de la radiodifusión.
3. Que la concentración de poder de las dos emisoras era resultado de acciones diversas que podían ser consideradas como *corrupción legal*.

Para probar dichas hipótesis, después de establecer el marco teórico –la concentración de poder– y la metodología –la comparación– este trabajo se lanzó al reto de analizar los contextos socio-políticos en los cuales Televisa y TV Globo fueron edificadas.

Lo primero que salta a la vista es que las dos familias, Azcárraga y Marinho, ya tenían patriarcas magnates *antes* de lanzarse al sueño de fundar una emisora de televisión. Además, eran capitalistas exitosos no por las ganancias adquiridas en cualquier industria, sino por los medios de comunicación.

Otros hallazgos señalan que las relaciones sociales –o de los magnates con la alta sociedad de sus países– no se relacionan directamente con la concentración de poder conquistada por los dueños de las emisoras; más bien, ayudaron a fortalecer personalmente a los empresarios como personas de influencia en los rumbos de sus respectivos países.

También se muestra la importancia del intercambio (de ideas, de equipos, de *know how*) con agentes extranjeros, así como la conflictiva relación con gobiernos y políticos; si apriorísticamente se presentan situaciones de subordinación, en realidad el intercambio de favores era un juego de la cuerda en que cada equipo (televisión de un lado, gobierno de otro) hallaba lo suficiente para ganar el partido que les interesara, sin que se nunca se haya suspendido el gran juego.

A partir del tercer capítulo de la tesis, en que se hizo un recorrido por el marco normativo anterior a la televisión hasta que se llegara a las dos primeras Leyes robustas

que regularan a este medio –la Ley Federal de Radio y Televisión de México (1960) y la Ley 4.117, del Código Brasileño de Telecomunicaciones (1962)– se derrumbó la idea de leyes tardías³⁰⁵ y se lanzó luz sobre una aptitud bastante interesante de los dos magnates protagonistas de este estudio: entendiendo que una golondrina no hace verano, de vez en cuando los Emilio Azcárraga y Roberto Marinho se unían a otros empresarios de la radiodifusión en organizaciones de medios³⁰⁶ para establecer tratados internacionales, praxis y estrategias conjuntas para sus medios, que resultaban en la intensificación de logros personales para los magnates (y para TV Globo y Televisa, por supuesto) y en la solidificación de beneficios para toda la industria.

A modo de conclusión, estos hallazgos y otros complementarios serán desarrollados en las próximas líneas.

Pregunta de investigación y hallazgos

El objetivo de esta tesis era contestar a la pregunta: *¿Hay elementos comunes en los orígenes de TV Globo y Televisa que puedan explicar cómo han logrado tan alta concentración de poder?*

La respuesta es **sí**, hay bastantes indicios en las dos primeras décadas de las emisoras que explican cómo los magnates Azcárraga y Roberto Marinho siempre han trabajado no solamente para construir y consolidar sus imperios televisivos, sino para mantener a sus empresas en la cumbre de la industria y a ellos mismos como grupos de presión³⁰⁷.

Esta tesis ha resaltado que Emilio Azcárraga Vidaurreta y Roberto Marinho se anticiparon a presentar pedidos oficiales para concesiones de televisión; sin embargo, no fueron los primeros en recibirlas: Azcárraga solicitó su concesión al gobierno mexicano en 1946. Rómulo O’Farrill, dos años después, en 1948. Este último la recibió en 1949 e inauguró la televisión en México, en 1950, año en que Azcárraga recibió su licencia. González Camarena, uno de los primeros en la historia en patentar un sistema de televisión a colores, pidió una concesión de emisora comercial en 1947, y en marzo de 1952, un mes antes de las transmisiones, la transfirió a una persona de confianza de Azcárraga Vidaurreta.

La primera concesión de televisión fue otorgada en Brasil al mayor magnate de los periódicos y de la radio en aquellos días, Assis Chateaubriand, en 1946. La TV Tupi

³⁰⁵ En México, la TV fue inaugurada en septiembre de 1950, y en 1954 el primer proyecto de lo que vendría a ser la LFRT fue presentado en la Cámara de Diputados. En Brasil, la televisión se estrenó dos semanas después que en México, también en septiembre de 1950. Un proyecto para el Código Brasileño de Telecomunicaciones también fue presentado antes que en México, en 1953, y las discusiones tardarían nueve largos años y aún así resultaron en 52 vetos del presidente en turno.

³⁰⁶ Como la Cámara Nacional de la Radio y la Televisión, de México, la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión, ABERT, y la Asociación Internacional de Radiodifusión, AIR.

³⁰⁷ Fátima Fernández Christlieb (1982: 147, 150-156) explica que “Para lograr que los privilegios de las industrias de radio y televisión no sean afectadas legalmente por el Estado, los concesionarios han actuado y actúan como un grupo de presión. Llamamos grupo de presión, a un conjunto de individuos que comparten una misma actividad económica dentro del sector privado y en los que se comprueba ‘una voluntad de influir en las decisiones de los poderes públicos’”. La autora ha condensado a partir de los teóricos de los grupos de presión que los elementos básicos de poder son tres: 1. Organización, 2. Recursos económicos y 3. Status social. Estos elementos realmente son parte inherente de la historia de los Azcárraga y de Roberto Marinho, así como de TV Globo y de Televisa, como será destacado a continuación.

empezó a operar cuatro años después, en septiembre de 1950. Roberto Marinho solo logró su autorización en 1957; se tardó otros cinco años en consolidar el polémico acuerdo con el grupo *Time-Life* y otros cinco en efectivamente operar la emisora.

Se vuelven a mencionar estas relaciones entre los primeros concesionarios con el intento de señalar que el factor económico fue preponderante para construir las bases de la concentración de poder en manos de los Azcárraga y de los Marinho, pero no era agente exclusivo ni determinante del éxito en lograr efectivamente dicha concentración, dado que los O’Farrill y Chateaubriand también eran empresarios adinerados.

Si por un lado González Camarena no tuvo los recursos suficientes para erigir una emisora tan poderosa como la XH-TV o la XEW-TV, por otro, Assis Chateaubriand tenía todas las condiciones financieras para dar el vuelco en el emprendimiento de Roberto Marinho y hacer de la TV Tupi el gran gigante de la televisión de Brasil. Sin embargo, no lo logró.

Lo que se puede concluir de esta parte de la historia es que el éxito es resultante de una mezcla bastante singular entre poderío financiero y económico y algo de genialidad personal en la conducción de los negocios, en un equilibrio perfecto. Una de las conclusiones a que se llega es que es exactamente este equilibrio lo que no han logrado otros empresarios que se lanzaron a explorar el embrión de la televisión.

Lo anterior se explica de la siguiente manera: si por un lado a Camarena le faltó dinero, por otro, a Chateaubriand le faltó salud para seguir siendo competencia pareja a Roberto Marinho, mientras Emilio Azcárraga Vidaurreta tuvo simplemente más *perspicacia* que O’Farrill: dinero no faltaba a éste para comprar a aquél, pero fue Azcárraga quien concibió la idea de fusionar las tres emisoras, un hecho que logró.

Y es en el tema de la fusión de las tres emisoras mexicanas en el cual se ve más claramente la praxis de la corrupción. Contradiendo a los conceptos de corrupción legal presentados en esta tesis, la acción del poder público en beneficio la iniciativa privada –o al menos no tomando acciones efectivas en contra de ella– no se desarrolló dentro del marco legal, sino a pesar de él.

Los monopolios están prohibidos en México desde la Constitución de 1857. Sin embargo, el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958) y varios de los que siguieron decidieron *hacerse de la vista gorda* con Telesistema Mexicano, que se quedó por casi dos décadas sin la competencia de otras emisoras comerciales. Con la idea opuesta al clásico cliché “divide y vencerás”, la trama era tener a una sola emisora comercial operando, para que la negociación de apoyos entre el poder público y los empresarios de la televisión (reunidos en una sola empresa) fuera más sencilla. Mas bien, era un “concentra y controlarás”. El trato con los Azcárraga no era siempre tan fácil como a uno le gustaría, pero está en la historia que Azcárraga Milmo se declaró soldado del PRI –lo que sí sirvió a los gobiernos en turno– y volvió a ejecutar la estrategia de la fusión usada por su padre, algunos años después, con Televisión Independiente de México, para erigir el imperio Televisa.

Aquí cabe señalar que la promesa de lealtad también fue una estrategia importante para Azcárraga y para Marinho. Chateaubriand, el otro magnate brasileño, gozaba algunas veces de más prestigio que Roberto Marinho. Si Marinho fue VIP de la embajada estadounidense en pláticas sobre los rumbos políticos de Brasil, Chatô fue embajador de Brasil en Londres. Sin embargo, mientras Marinho prometió apoyo a todos los gobiernos, Assis tenía a su pluma como un fusil de repetición a servicio solamente de sus propias ideas, que no siempre eran favorables al gobierno. Así, la TV Globo prosperó y sigue en el liderazgo de la TV brasileña. La *TV Tupi* se desmoronó hasta su fin, en 1980, sin conocer siquiera la redemocratización de Brasil.

Con esto, se ve entonces que las relaciones personales no eran realmente una de las estrategias en las cuales Azcárraga y Marinho más se apoyaban.

Casándose con Laura Milmo, Emilio Azcárraga Vidaurreta entró en una familia dueña del *National Bank of Laredo* y de diversas industrias en Nuevo León, Coahuila, Durango y Tamaulipas, lo que ciertamente garantizó algo más de capital para sus propios emprendimientos. Y así como el hecho de que el presidente Miguel Alemán fuera padrino de la unión de Emilio Azcárraga Milmo no le garantizó la primera concesión de TV, la verdad es que ninguna de estas dos bodas fue absolutamente determinante para la consolidación del imperio Televisa.

De la misma forma, la asidua participación de Roberto Marinho en las fiestas de la *high society* de Rio de Janeiro y sus dos bodas no tienen gran significado en la historia de TV Globo. La familia solamente se vuelve un actor importante en la historia de la emisora ya cerca del fin de la vida del magnate, cuando él lidera una muy discreta sucesión en vida por más de 10 años, transmitiendo las estrategias del poder a sus tres hijos, que siguen en el comando de las Organizaciones Globo.

Sin embargo, lo que realmente salta a los ojos es la relación de los dos empresarios con la política. Aquí entran una vez más las figuras de Chateaubriand y O’Farrill para señalar que simplemente tener a los gabinetes de gobierno abiertos no era suficiente, pero los Azcárraga y Marinho supieron mejor cómo usar estos aparatos para consolidar a sus empresas en la cumbre.

Si por un lado el gobierno mexicano *se hizo de la vista gorda* ante las iniciativas monopólicas de Azcárraga Vidaurreta y Azcárraga Milmo, por otro el gobierno brasileño también ignoró las infracciones del Grupo Globo con el acuerdo *Time-Life*, hasta que un congresista con fuerte sesgo en el mercado de los medios de comunicación –João Calmon, Senador y accionista del grupo competente a Globo, los *Diarios Associados*– usó la máquina legislativa para desintegrar el acuerdo, que para todos los efectos ya había hecho lo que se había propuesto: construir y establecer a TV Globo.

De hecho, el Congreso ha sido un agente extremadamente importante en la consolidación de los imperios de la radiodifusión en regímenes presidencialistas. Sin embargo, eso es más visible en Brasil, donde concesiones de emisoras que son, en su mayoría, retransmisoras de TV Globo, garantizan a esta un nivel de tranquilidad jurídica

explícita por la inmovilidad de las leyes de telecomunicación y radiodifusión desde los años 1960. No obstante, vale recordar que la LFRT dictó las normas de la radiodifusión en México con muy pocos cambios hasta la reforma de 2006.

Como resume Daniel Herz (1987), Roberto Marinho se ha tornado un gigante de la radiodifusión porque “Globo abrió una fase acelerada de modernización de los sistemas de comunicación masiva, inauguró prácticas empresariales compatibles con esta modernización y *ha inspirado políticas oficiales que amparan las pretensiones privado-comerciales de sus empresas* [cursivas añadidas]” (Herz, 1987:17).

En México, la relación de los Azcárraga con el Congreso se hizo histórica durante los seis años que separan la presentación de un primer proyecto para una Ley Federal de Radio y Televisión, en 1954, hasta su efectiva publicación en el Diario de la Nación, en 1960.

Como explican Jesusa Cervantes (1997) y Fátima Fernández Christlieb (1982:156-158), después de ser desechado en 1958 por “falta de actualidad”, el proyecto de ley definitivo fue escrito por integrantes de la Comisión de la Industria de la Radio y Televisión de la Cámara de Diputados junto a abogados de la industria de radiodifusión, contando aún con el apoyo de senadores, que hicieron los últimos arreglos para que la Ley estuviera, si no a modo, a gusto de los radiodifusores.

Éste es probablemente el ejemplo más claro de lo que se ha conceptualizado como corrupción legal³⁰⁸. En la década de 1950, los radiodifusores mexicanos no actuaron solamente *dentro* del marco jurídico del país, como también condujeron sus acciones sin burlar las reglas del juego, para *consolidar* las reglas del juego de una forma que les conviniera. Más, bien: para que no tuvieran que jugar fuera de las reglas del juego (el marco jurídico de los países), los empresarios se organizaron para que las reglas consolidadas (la LFRT y el CBT) después de que tantas normas dispersas habían sido publicadas (los avisos, decretos y leyes de los años 1920 hacia 1960), fueran escritas a su modo, con amplio margen para actuar, crecer y consolidarse sin gran influencia del Estado.

Algo bastante similar pasó en Brasil, cuando los empresarios de la radiodifusión organizaron la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (ABERT) para luchar contra los vetos impuestos a la ley del Código Brasileño de Telecomunicaciones por el presidente João Goulart.

Además de ser una de las maniobras de los empresarios para moverse por las entrelíneas de las leyes existentes para consolidar un modelo jurídico que les fuera satisfactorio, esta articulación de los radiodifusores, *per se*, es también una estrategia

³⁰⁸ Por otro lado, la acción de los radiodifusores junto a los legisladores también se puede aplicar a la teoría de grupo de presión como la presenta Fátima Fernández Christlieb, una vez que esta teoría “se centra en la actuación de aquellos grupos o asociaciones de carácter privado, que tienen injerencia directa o indirecta en decisiones políticas relevantes y cuya acción no se lleva a cabo a la luz pública” (Fernández Christlieb, 1982:148). De hecho, la teoría de los grupos de presión se asemeja bastante con la idea de corrupción legal.

para imponer un límite seguro a restricciones que podrían ser impuestas por el poder público.

Una vez más, el cliché del *divide y vencerás* nunca ha sido una estrategia aplicada a la radiodifusión en México y en Brasil. Azcárraga, Marinho y otros empresarios del sector hace mucho descubrieron que más bien una golondrina no hace verano y se han organizado en asociaciones en las cuales luchan por derechos comunes para no perder privilegios propios, o para consolidarlos.

Las dos organizaciones más importantes en las historias de Televisa y de TV Globo son la Asociación Internacional (antes, solamente Interamericana) de Radiodifusión, AIR, y la ya mencionada ABERT.

Estas dos asociaciones, junto a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión de México son ejemplares institucionales de algunas de las más admirables estrategias usadas por los Azcárraga y por Roberto Marinho para fortalecer sus imperios.

Además de lo que hicieron internamente en sus empresas y de los esfuerzos y maniobras específicas para el crecimiento y la consolidación de Televisa y TV Globo, Azcárraga y Marinho supieron cuándo moverse en bloque, junto a otros radiodifusores, para garantizar sus privilegios. Y eso tanto a nivel nacional, con la CIRT (y sus antecedentes) en México y la ABERT en Brasil, en cuanto en un esfuerzo internacional con la AIR.

Este esfuerzo queda patente en las similitudes entre las leyes de Telecomunicaciones de América Latina. Como ha sido mostrado en el capítulo 3, el modelo comercial basado en el *Communications Act* estadounidense es el estándar³⁰⁹ tanto en Brasil como en México, con las Telecomunicaciones como *interés público* en los dos países. Además, la importancia que la Ley Federal de Radio y Televisión de México en 1960 y la Ley del Código Brasileño de Telecomunicaciones dan a los tratados internacionales es una clara demostración de cómo la AIR logró imponer sus planteamientos a los Estados, cuyos Poderes Legislativos deberían tornar las resoluciones de la Asociación Internacional en ley, y los Ejecutivos deberían sancionarlas.

En cuanto a diferencias, se ve en la LFRT de 1960 una idea de protección a derechos sociales³¹⁰, aunque no se explique cómo se dará específicamente esta protección³¹¹. Mientras, la Ley del CBT ofrece una mayor protección a derechos

³⁰⁹ Y no solamente un estándar, pero una costumbre, la práctica empresarial usada siempre.

³¹⁰ Algunos ejemplos son "la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana" descrita en el Artículo 5º, la preocupación con la corrupción del lenguaje del Artículo 63, las reglas para la propaganda comercial (Artículos 67-72), la protección a la cultura y al idioma mexicanos (Artículos 73-76), entre otros.

³¹¹ Así como pasa en los artículos mencionados en la nota a pie anterior, se cita con más detalle el ejemplo de la publicidad, en que la ley determina que las emisoras deberán mantener un "prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación" (Artículo 67I), que es un orden demasiado amplio y subjetivo sino para ser aplicado, imposible de ser verificado.

individuales, tanto por posibles afectados por la radiodifusión³¹² como a los propios radiodifusores, nunca dejando olvidar que la mano fuerte del Poder Judicial se podría hacer presente tanto a favor de los primeros como (y principalmente) para garantizar el libre ejercicio de los radiodifusores³¹³.

Así, ha sido señalado en el análisis de las leyes que tanto el CBT como la LFRT de 1960 presentan reglas que no son cumplidas (como el inciso g y el párrafo único del Art. 38 del CBT, que tratan de la concentración de concesiones en manos de pocas personas y de la prohibición de parlamentares en los directivos de las emisoras), o la inexistencia de reglas (para acotar las prácticas monopólicas o la participación de empresarios en el parlamento, como ha sido señalado), o reglas que sancionan o amenazan sancionar a quienes vayan en contra de los concesionarios, como los ejemplos de la constante mención del Poder Judicial en el CBT, y la sanción a quienes “dañen, perjudiquen o destruyan cualquier bien” de una estación de radio o de televisión, como en el Art. 102 de la LFRT de 1960³¹⁴.

Lo que es notorio en relación a las primeras leyes de radiodifusión/telecomunicaciones en Brasil y en México que tratan de la televisión es que el Estado se mueve por la ambigüedad, por la inepticia que tuvieron los legisladores en hacer reglas específicas, o por la influencia que éstos han sufrido para hacer reglas a modo u oblicuas (independientemente si se han dejado sufrir tal influencia), que dificultarían su aplicación cuando fueran a perjudicar a los empresarios de la radiodifusión. Así, la aplicación de las leyes se basa mucho en la interpretación de las autoridades y la interpretación de las autoridades, a su vez, está sesgada por los intereses que éstas tienen en los beneficios que la radiodifusión les puede regalar (apoyo, propaganda, legitimación).

Aún así, en la relación con el Ejecutivo, los magnates no han tenido en la historia un espacio tan cómodo para moverse como en el Legislativo³¹⁵. Si declararse soldado del PRI o apoyador de todos los gobiernos les ha garantizado algunos privilegios, la verdad es que los Azcárraga y Roberto Marinho tenían algún poder de influenciar decisiones políticas, pero no de cambiarlas. Los magnates pueden haber sido fundamentales para la concepción, implementación y consolidación de muchas decisiones, pero no eran

³¹² Se refiere aquí a los artículos que tratan del Derecho de Réplica, principalmente el 89 y el 90:

Art. 89. Está asegurado el derecho de réplica a quien sea ofendido por la radiodifusión.

Art. 90. El derecho de réplica consiste en la transmisión de una réplica escrita por el ofendido, 24 (veinticuatro) horas después de su recibimiento, en el mismo horario, programa y por la misma emisora en que la ofensa fue hecha.

³¹³ Se refiere aquí al Art. 98 del CBT, que reitera a las autoridades que los excesos cometidos en contra de la radiodifusión serán sancionados penalmente.

Art. 98. La autoridad que impedir o agobiar la libertad de radiodifusión o de la televisión, aparte de los casos autorizados en ley, incidirá, en lo que se aplique, en la sanción del artículo 32 del Código Penal.

³¹⁴ Que también se mostró ineficiente, cuando, en 2002, agentes de TV Azteca irrumpieron en las instalaciones del Canal 40 en el cerro del Chiquihuite, cambiaron la programación y nunca hubo sanción.

³¹⁵ México tiene una particularidad que complica esta relación: en los 70 años del PRI en el poder, el Congreso estuvo bastante subordinado al presidente. Aunque algunas propuestas hayan sido ofrecidas por el Legislativo, las iniciativas fundamentales y las decisiones finales surgían del presidente. De todos modos, lo que debe quedar como idea aquí es que los magnates no han usado tanto la facilidad para acceder a gabinetes presidenciales como han actuado junto a congresistas para conseguir beneficios a sus negocios.

decisivos en los temas de Estado que no estuvieran intrínsecamente relacionados a los medios de comunicación.

Uno de los ejemplos más claros es la invitación de la embajada estadounidense para que Roberto Marinho fuera consultor en temas relacionados a la organización del golpe civil-militar de 1964. Marinho no decidió que un golpe debería ser organizado, pero fue un actor bastante importante en la consolidación del cambio autoritario por el cual Brasil pasó en esos días.

Tal vez exactamente ese juego de fuerzas entre los empresarios, el Poder Legislativo y el Poder Ejecutivo pudiera haber impedido que se consolidara una situación de concentración de poder en manos de los Azcárraga y de Roberto Marinho.

Si más bien los poderes públicos se hubieran unido para acotar el crecimiento y la consolidación de Televisa y de TV Globo, en vez de dejarlos crecer en la expectativa de apoyo y legitimización, el Estado pudiera haberse impuesto sobre estos medios.

Sin embargo, quienes tenían la habilidad para unirse eran los empresarios. Se unían con los gobiernos en turno cuando les convenía, con una parte de Congreso, con todo el Congreso, o unos con otros en contra del Congreso y del gobierno. Todo depende del interés en juego. Además, como se ha comentado anteriormente, la subordinación del Legislativo al presidente en México no permitía un freno a la actuación de los Azcárraga; más bien, era una herramienta más en la consolidación del imperio Televisa, como una herramienta de legitimación de los gobiernos (y Congresos) en turno.

Los traumas dejados por décadas de gobiernos autoritarios –aunque diferentes tipos de autoritarismos– dejaron cicatrices en los dos países que también son aprovechadas por los radiodifusores. Aunque sea imposible alcanzar la plena legitimación sin los medios de comunicación, los gobernantes se han vuelto tan dependientes de los medios que han sido incapaces de acaparar la concentración en este mercado.

Con esto, los agentes del Estado han sido incapaces de hacer a la población en general creer que es necesario –e importante– frenar la concentración en los medios de comunicación. No han podido convencer a la gente que la reglamentación dura de los medios no acota la libertad de expresión y de información de ellos; al revés: garantiza más libertad a todos. Acabar con la concentración de poder en manos de algunos medios de comunicación garantizaría la pluralidad y la diversidad en los medios. Solamente medios plurales y diversos tienen la posibilidad de proveer la información que la sociedad necesita para tomar decisiones cotidianas sin sesgos e influencias mercadológicas. Solamente una sociedad que decida por sí misma es una sociedad realmente libre.

Pero así como el gobierno no puede ir en contra del propio gobierno, no se puede esperar que los medios de comunicación se organicen para acabar con la concentración

en oligopolios de grande poder; es decir, que los propios medios descarten la posibilidad de concentrarse. Especialmente cuando toda la competencia junta no es capaz de dar cuenta de Televisa o de TV Globo. Nada más cabe a las otras emisoras combatir para que el Estado siga débil en relación a la reglamentación de los medios, esperando que en algún momento las otras emisoras también tengan la posibilidad de crecer tanto como Globo y el Canal de las Estrellas, sin la interferencia del poder público.

En conclusión, es probable que la esperanza de acotar u, oníricamente, acabar con la concentración de poder en los medios de comunicación siempre estuvo, como sigue estando, en manos del Estado. No se percibe en la historia ninguna señal de que una autorreglamentación de los medios por los propios medios sería eficiente para proteger las audiencias –sería, al revés, extremadamente eficiente para proteger los intereses de los empresarios de la radiodifusión–. Si en los orígenes de la televisión en México y Brasil el Estado no logró cumplir su papel de limitador del mercado, en algún momento lo podrá y probablemente lo tendrá que hacer.

Recientes cambios en legislaciones de Telecomunicaciones y Radiodifusión en América Latina han enseñado un primer paso para un empoderamiento del Estado. Sin embargo, lo que se ha visto hasta ahora, principalmente en Argentina, donde el gobierno llegó a tener un fuerte enfrentamiento con el Grupo Clarín, y en México, donde Televisa llegó a ser declarada preponderante, han enseñado más bien que el Estado tiene sus momentos de mano fuerte, pero no la resiliencia y la resistencia para mantener sus decisiones duras, pero tan necesarias para garantizar la democracia política y en los medios de comunicación, además de un mercado auténtico, con reales capacidades de competencia, más actores participantes con responsabilidad social y respecto a reglas que benefician a las audiencias, y no a las emisoras.

¿Y qué más ha quedado por hacer?

Éste es un momento interesantísimo para estudiar la televisión. En menos de medio siglo, este medio de comunicación dejó de ser el sueño de magnates –como los Azcárraga, los Marinho, Chateaubriand– e inventores –como González Camarena– para consolidarse mundialmente como *el* medio masivo de comunicación, presente en casi todos los lares de diversos países.

Hoy, la televisión se enfrenta un reto: el avance enorme del internet en los hogares, y el desarrollo de las tecnologías de televisión IP, en línea, por *streaming*. Aunque no sea un peligro inminente a la (ya) tradicional industria de la televisión, hay un horizonte a ser contemplado en dónde una gran cantidad de gente cambiaría la pantalla de televisión por la de la computadora, y pasaría a elegir su propia programación, sin estar rehén de los horarios fijos que la televisión (abierta o de paga) estipula.

Si se consolida, el cambio de la televisión por la pantalla de la computadora resultará en nuevos paradigmas tanto culturales como políticos, principalmente en el

ámbito de la *agenda setting*. En el momento en que las personas pasen a tener el control de qué quieren ver y en qué momento, ya se vuelve bastante difícil que el medio audiovisual dominante pueda guiar la opinión pública como lo hace hoy. La dispersión de opiniones podría ser mucho mayor.

Pero no se percibe en el horizonte un fin de la televisión; su estilo, su estética, su tecnología y todo lo demás que la hacen diferente de otros medios tendrán que adaptarse a esta nueva forma de *ver la tele* que se está dibujando. Y corresponde a los científicos sociales acompañar estos cambios.

Entonces, más que nunca es hora de consolidar, profundizar y dar variedad a los estudios sobre la historia de la televisión, paralelamente a la observación de los fenómenos que se van enseñando a partir de las nuevas tecnologías hechas para la tele, como es el caso del cambio de la tecnología analógica a la digital, y de las nuevas tecnologías que pueden ofrecer una competencia a la televisión como la conocemos hoy.

Este estudio espera haber aportado alguna luz sobre los procesos de construcción de las estructuras de la televisión; lo que pasa tras bambalinas, hasta antes que las bambalinas estuvieran instaladas. Y qué estos magnates, los Azcárraga y Roberto Marinho, han hecho para que su escenario no solamente se fijara, sino dominara las frecuencias de sus países. Como dice Daniel Herz en su libro, “todas las oportunidades de lanzar leña a la fogata de las contradicciones deben ser aprovechadas” (Herz, 1987:16).

Y si se piensa en países, la comparación entre dos países tan semejantes, aunque distintos en la lengua y tan distantes geográficamente se dibuja una solución que ilustra bien los rasgos importantes en la televisión de cada país. Sería bastante interesante ver más estudios comparativos sobre la televisión; comparaciones entre países, entre el pasado y el futuro, comparaciones interdisciplinarias. ¿Como la economía ve la televisión como institución? ¿Cómo los conceptos de las ciencias políticas podrían ser aplicados en los estudios sobre la televisión? ¿Hay democracia en la pantalla chica? ¿El neoinstitucionalismo explica la industria de la televisión?

No se afirma sumariamente que estos estudios no existan. Áreas como la educación, la pedagogía y la psicología han hecho importantes aportaciones en estudios sobre los efectos y los usos de la televisión. Pero la interdisciplinariedad abre un abanico aún más extenso de posibilidades de análisis de los medios de comunicación.

También se podrían comparar más países. ¿Cómo van los demás países de América Latina en cuestiones relacionadas a la televisión y a otros medios de comunicación? ¿Cómo fue el desarrollo de la televisión en estas naciones? ¿De cuándo son sus leyes, y cómo está concentrado el poder en los medios de comunicación en cada uno de ellos? Como ha sido mencionado en el inicio de esta tesis, diversos estudios bastante reconocidos en la Academia como los de Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa (2010), Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2006), Juan Enrique Huerta Wong y

Rodrigo Gómez García (2013) han utilizado los índices HHI, CR4 y Noam para medir los niveles de concentración en medios de comunicación. Actualizaciones y comparaciones en el tiempo pueden ser hechas a partir de estos datos.

El escenario legislativo y jurídico de América Latina en cuanto a las Telecomunicaciones y la Radiodifusión pasa por una etapa con algunas turbulencias ocasionales. Cambios en las legislaciones de Argentina, México y Ecuador generaron bastante polémica, mientras Brasil y otros países no logran mover sus marcos jurídicos. En el año 2015, dos ministros y un viceministro de Comunicaciones perdieron sus puestos en Costa Rica en un intento de la Presidencia del país por hacer cambios sencillos a la Ley de Radio y Televisión de ese país, que es de 1954 (Boza, 2015), anterior, por lo tanto a las dos leyes analizadas en esta tesis. Eso demuestra que los cambios tecnológicos en la industria de la televisión y de internet son inminentes, pero los marcos jurídicos de los países tienen que ser borrados de las piedras donde fueron lapidados con mucho esfuerzo.

Un tema que no ha sido tratado en esta tesis, pero que puede generar estudios bastante valiosos para el campo de la televisión (y de la radiodifusión en general) es el de las audiencias. Una pregunta que quizás no ha sido contestada, por ejemplo, es si realmente las audiencias nunca se involucraron para generar cambios estructurales en los medios de comunicación; ¿Cómo ha sido la actuación de las audiencias en cambiar contenidos, reglas, leyes relacionadas a la pantalla chica?

Las audiencias han sido estudiadas para enseñar niveles de *rating*, que a su vez mueven la publicidad que alimenta a los medios. Pero, ¿y el rol de las audiencias como agentes de cambio en políticas públicas relacionadas a los medios de comunicación?

Otra área de investigación correlacionada que podría nutrirse de los estudios sobre las primeras legislaciones en telecomunicaciones es la de nuevas tecnologías. Un caso bastante reciente, polémico y comentado es el de aplicaciones que usan internet, como *Uber*³¹⁶. Así como la televisión, primero vino la tecnología, después el marco jurídico que reglamenta la actividad. Y así como la televisión, los ejecutivos de *Uber* han trabajado para tener su legislación a modo (Weise, 2015). Tomando la televisión como ejemplo, ¿cómo garantizar que las nuevas tecnologías obedezcan a leyes hechas para el bien público, y no para los empresarios del sector?

Son muchas preguntas; hay mucho que debe ser estudiado. Se espera que este estudio que se cierra en estas líneas pueda ser parte de un abundante marco teórico, aún en construcción, sobre la historia de la televisión en América Latina y en todo el mundo.

³¹⁶ Un *software* para aparatos móviles de telefonía –dichos *software* ahora son conocidos como aplicaciones– que permite a usuarios contratar un automóvil con chofer particular para transportarse por las ciudades que cuentan con este servicio. Es como un taxi, pero con coches particulares, lo que ha despertado la ira de los taxistas.

REFERENCIAS

- Alessi, Gil, (2014) “Candidatos têm 32 emissoras de TV e 141 rádios; prática não é regulamentada” en *UOL* (portal brasileño de noticias) de 1º de agosto. Disponible en <<http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/08/01/candidatos-tem-32-emissoras-de-tv-e-141-radios-pratica-nao-e-regulamentada.htm>> [Consultado el 2 de agosto de 2014]
- Antunes, Anderson, (2014) “The 15 Richest Families in Brazil” en *Forbes.com* de 13 de mayo. Disponible en <<http://goo.gl/S8C6IK>> [Consultado el 13 de marzo de 2015].
- Banco de México S.A. (1961) *Informe anual 1960*. México, DF. Disponible en <<http://www.banxico.org.mx/dyn/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/anual/%7BED0B06E2-5AD9-EE80-CB3F-9759CF192C41%7D.pdf>> [Consultado el 10 de abril de 2015].
- Batista Amaral, Ricardo, (2011) *A vida quer é coragem*. Brasil, Rio de Janeiro, Sextante.
- Berrueco García, Adriana, (2006) “El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923-1953)” en González Martín, Nuria (coord.). *Estudios jurídicos en homenaje a Marta Morineau, t. I: Derecho romano. Historia del derecho*. México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. PP. 81-101.
- Bial, Pedro, (2004) *Roberto Marinho*. Rio de Janeiro, Brasil, Jorge Zahar Editor.
- Boza, Giselle, (2015) “Debate en Costa Rica sobre radiodifusión. Entre la Ley Mordaza y el debate interesado de los medios”. En *Observacom* (sitio web sobre legislación y políticas públicas en telecomunicaciones) de junio de 2015. Disponible en <<http://observacom.org/debate-en-costa-rica-sobre-radiodifusion-entre-la-ley-mordaza-y-el-debate-interesado-de-los-medios/>> [Consultado el 1º de julio de 2015].
- Braga Jr., Celso, (2007) *Rede Globo e Política. O comentarismo político do Jornal Nacional no escândalo do mensalão*. Rio de Janeiro-Brasil, Universidade Federal do Rio de Janeiro, tesis de maestría en Ciencia Política.
- Braga, Rozane & Netto, Dermeval, (Directores), (2011). *Roberto Marinho – O senhor do seu tempo* [Documental en DVD]. Brasil, Canyon/FBL.
- Carmagnani, Marcelo, (2004) *El otro occidente: América Latina desde la invasión Europea hasta la globalización*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Carugati, Anna, (2011) “Exclusive interview: Globo’s Irineu Marinho” en *World Screen* [Revista]. Disponible en <<http://worldscreen.com/articles/display/29095>> [Solamente para suscriptores] [Consultado el 21 de febrero de 2015].

- Castells, Manuel, (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Cervantes, Jesusa, (1997) “Murió el dirigente cetemista Juan José Osorio Palacios” en *La Jornada* de 17 de octubre de 1997. Disponible en <<http://www.jornada.unam.mx/1997/10/17/dirigente.html>> [Consultado el 1º de abril de 2015].
- Córdova, Arnaldo. (1974) *La política de masas del cardenismo*. México, Ediciones Era.
- Cremoux, Raúl, (1982) *La legislación mexicana en radio y televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.
- del Priore, Mary & Venancio, Renato, (2010) *Uma breve história do Brasil*. Sao Paulo, Editora Planeta do Brasil.
- Ellis, John, (Productor), & Hartog, Simon, (Director), (1993) *Beyond Citizen Kane* [Documental para la TV]. Reino Unido: Channel Four.
- Esteinou Madrid, Javier, (2009) “La ‘Ley Televisa’ y la transformación del Estado Mexicano: de la Tercera República Nacional a la Cuarta República Mediática en México” en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, pp. 154-185.
- Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa, (coords.), (2009) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones.
- F5, (2013) “Faturamento das Organizações Globo cresce 16% em 2012” en *Folha de S. Paulo Online* (periódico en línea). São Paulo, 28 de marzo, disponible en <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1253820-faturamento-das-organizacoes-globo-cresce-16-em-2012.shtml>> [Consultado el 11 de septiembre de 2015].
- Fausto, Boris, (1995) *Brasil, de colonia a democracia*. Madrid, Alianza Editorial.
- Feltrin, Ricardo, (2013) “Projeção aponta 2013 como pior ano da Globo em ibope” en *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 18 de octubre. Sección F5. Disponible en: <<http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/ricardofeltrin/2013/10/1358003-projecao-aponta-2013-como-pior-ano-da-globo-em-ibope.shtml>> [Consultado el 11 de septiembre de 2015].
- Fernández Christlieb, Fátima, (1982) *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos Editor.
- _____, (2009) “La ‘Ley Televisa’: la culminación de un poder fáctico” en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) *La*

"Ley Televisa" y la lucha por el poder en México. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, pp. 222-240.

- Fernández, Claudia y Paxman, Andrew (2013) *EL TIGRE: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México, Grijalbo, edición ampliada 2013, versión e-book.
- Forbes, (2014) "La lista de los 10 millonarios mexicanos", en *Revista Forbes Online*. Disponible en <<http://www.forbes.com.mx/sites/la-lista-forbes-de-los-10-millonarios-mexicanos/>>. [Consultado el 13 mayo de 2014].
- Fox, Elizabeth, (1990) *Días de Baile: el fracaso de la reforma de la televisión de América Latina*, FELAFACS-WACC, México DF, 216p. Citada en Mastrini, G. y Becerra, M., (2001) *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. Argentina, Universidad de Buenos Aires.
- García Canclini, Nestór, (1989) *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México.
- González de Bustamante, Celeste, (2015) "*Muy buenas noches*". México, la televisión y la Guerra Fría. Trad. de Jan Roth Kanarski. México, FCE.
- Goulart, João, (1962) *Mensagem de veto ao Projeto de Lei que instituí o Código Brasileiro de Telecomunicações*. Presidência da República, Brasil. Disponible en <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/Mensagem_Veto/anterior_98/Vep-Lei-4117-62.pdf>, [consultado el 4 de noviembre de 2015].
- Grupo Globo, (2008a) "Concessões de canais" en *Memória Globo*. Disponible en <<http://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/concessoes-de-canais.htm>> [Consultado el 11 de enero de 2015]
- Grupo Globo, (2008b) "Erros: Diretas Já" en *Memória Globo*. Disponible en <<http://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja.htm>> [Consultado el 22 de febrero de 2015].
- Grupo Globo, (2008c) "Memoria Roberto Marinho" en *Memória Globo*. Disponible en <<http://www.robertomarinho.com.br>> [Consultado el 22 de febrero de 2015].
- Grupo Globo, (2008d) "Roque Santeiro" en *Memória Globo*. Disponible en <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/roque-santeiro/censura.htm>> [Consultado el 4 de noviembre de 2015].
- Grupo Televisa, S.A.B., (2014a) *Relación con inversionistas: resultados del tercer trimestre 2014* [Comunicado oficial de la empresa]. Disponible en <

<http://i2.esmas.com/documents/2014/11/28/3388/reporte-tercer-trimestre-2014.pdf>>

[Consultado el 14 de octubre de 2015].

- _____, (2014b) *Grupo Televisa vende su participación del 50 % en Iusacell a Grupo Salinas* [Comunicado oficial de la empresa]. Disponible en <<http://prensa.televisa.com/files/pdf/boletinri016.pdf>> [Consultado el 4 de noviembre de 2015].
- _____ (2015) “Grupo Televisa anuncia el cierre de la venta de su participación en Iusacell y la compra de Cablevisión Red” en *Relación con Inversionistas: Comunicado de prensa N°RI019*. Disponible en <http://www.bmv.com.mx/eventore/eventore_569778_2.pdf> [Consultado el 23 de febrero de 2015].
- Guedes-Bailey, O. & Jambeiro Barbosa, Othon F., (2008) “The media in Brazil: an historical overview of Brazilian broadcasting politics” in Lugo-Ocando, Jairo (coord.) *The media in Latin America*. England, McGraw Hill. Pp. 46-60.
- Gutiérrez Espíndola, José Luis; Avilés, Francisco; Lobato, Maria Petra, (1987) “Una mirada a Televisa” en *Revista El Cotidiano, n°18, jul-ago 1987*, UAM Azcapotzalco, pp.213-217.
- Hernández Lomelí, Francisco, (2006) “Reseña de ‘Emilio Azcárraga Vidaurreta. Bosquejo biográfico’ de María del Carmen Olivares Arriaga”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.6, julio-diciembre, 2006, pp.183-187.
- Hernández Lomelí, Francisco y Guillermo Orozco Gómez, (2007) *Televisión en México: un recuento histórico*. Universidad de Guadalajara.
- Hernández Ochoa, César E., (2011) “Títulos habilitantes y discrecionalidad en las telecomunicaciones mexicanas”, en Fernández Ruiz, Jorge & Rivera Hernández, Juan (2011) *La concesión de las telecomunicaciones*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas – UNAM.
- Herz, Daniel, (1987) *A historia secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Brasil, Taché.
- Huerta Wong, Juan Enrique y Gómez García, Rodrigo, (2013) “Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México”, en *Comunicación y Sociedad*, Departamentos de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, nueva época, núm. 19, enero-junio, 2013, pp. 113-152.
- Hughes, Sallie, (2008) “The media in Mexico: from authoritarian institution to hybrid system” in Lugo-Ocando, Jairo (coord.) *The media in Latin America*. England, McGraw Hill. Pp. 131-149.

- Ianni, Octavio. (1975) *La formación del Estado populista en América Latina*. México, Ediciones Era.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014) *Estimativas de população para 1º de julho de 2014 enviadas para o TCU em 31 de outubro de 2014*. Disponible en ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2014/estimativas_2014_TCU.pdf [Consultado el 16 de julio de 2015].
- INEGI - Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010) *Censo de Población y Viviendas 2010*. Disponible en <http://www.censo2010.org.mx/> [Consultado el 13 de mayo de 2014].
- Projeto Inter-meios, (2012), “Relatório Final da Subcomissão Especial sobre Formas de financiamento de mídias alternativas” de la Comisión de Ciencia, Tecnología, Comunicación e Informática de la Cámara de Diputados de Brasil. Disponible en: http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=DC170D30D4E8EB9A9265AADF5E1B5461.node2?codteor=1169504&filename=REL+2/2013+CCTCI [Consultado el 11 de septiembre de 2015], p.13.
- Intervezes, (2007) “Concessões de rádio e TV: onde a democracia ainda não chegou” en *Informativo INTERVOZES de noviembre de 2007*. Disponible en <http://www.intervezes.org.br/arquivos/interrev001crtodnc> [Consultado el 11 de agosto de 2014].
- Intervezes, (14 de diciembre de 2011) “Ação contra concessões de rádio e TV para políticos será apresentada ao STF” en *Intervezes* (llamado para conferencia de prensa de la ONG). Disponible en <http://intervezes.org.br/acao-contr-concessoes-de-radio-e-tv-para-politicos-sera-apresentada-ao-stf/> [Consultado el 11 de agosto de 2014].
- Kaufmann D., Vicente P. (2005). “Legal corruption”. World Bank.
- Kurth, Estela Doris, (2006) *A contribuição das afiliadas na formação das redes nacionais de televisão no Brasil: o caso da RBS/Rede Globo em SC*. Florianópolis, Brasil, Universidade Federal de Santa Catarina, dissertação de mestrado.
- Lima, Venício A., (2012) “Os vetos de Jango que a Abert derrubou”, en *Observatório da imprensa* (revista en línea sobre temas de la Comunicación Social). Edición 702 de 10 de julio de 2012. Disponible en <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/ed702-os-vetos-de-jango-que-a-abert-derrubou/>, [Consultado el 27 de julio de 2015].

- Lobato, Elvira, (1995) “Raio X das telecomunicações: oito grupos dominam as TVs no Brasil” em *Comunicação e Educação* (3). São Paulo, Brasil, Comunicação e Educação.
- López Olvera, Miguel Alejandro (2011) “Las concesiones de telecomunicaciones en México”, en Fernández Ruiz, Jorge & Rivera Hernández, Juan (2011) *La concesión de las telecomunicaciones*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas – UNAM, pp. 227-272.
- Lugo-Ocando, Jairo, (coord.), (2008) *The media in Latin America*. England, McGraw Hill.
- Luz Álvarez, Clara, (2012) *Derecho de las Telecomunicaciones*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas – UNAM. Disponible en <<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=3716>>. [Consultado el 1º de junio de 2015].
- Macedo, Edir (2012) *Nada a perder*. São Paulo, Ed. Planeta.
- Mancinas Chávez, Rosalva, (2007) “El desarrollo de grupos de comunicación en México: el caso del grupo Televisa”, en *Revista Razón y Palabra* (revista electrónica especializada en comunicación), vol. 12, núm. 59, octubre-noviembre, 2007, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México. Disponible en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520703013>> [consultado el 29 de julio de 2015].
- Márquez Gómez, Daniel, (2011) “Uso del espectro radioeléctrico en México”, en Fernández Ruiz, Jorge & Rivera Hernández, Juan (2011) *La concesión de las telecomunicaciones*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas – UNAM, pp. 31-70.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- Mastrini, Guillermo, (2005). *La regulación de la comunicación ante da sociedad de la información y el Mercosur*. Argentina, Universidad de Buenos Aires, ponencia en la Universidad de Buenos Aires.
- Mastrini, G. y Becerra, M., (2001) *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. Argentina, Universidad de Buenos Aires.
- _____, (2006) *Periodistas y magnates. estructura y concentración de las industrias culturales*. Buenos Aires, Prometeo.
- Mattos, Sergio, (1982) *The impact of the 1964 revolution on Brazilian TV*. Texas, USA, V. Klingensmith Independent Publisher.

- _____, (1990). *Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história*. Bahia, Brasil, A Tarde.
- _____, (2007) *A trajetória de sucesso de Roberto Marinho*. [Trabalho apresentado durante o seminário “Pioneirismo Empresarial no Brasil e a Construção do Século XXI”, realizado no dia 09 de outubro de 2007, na sala da Congregação da FEA/USP – São Paulo.] Disponible en <www.usp.br/pioneiros/n/arqs/sMattos_rMarinho.doc> [Consultado el 21 de febrero de 2015].
- McFadden, Robert D., (21 de diciembre de 2009) “Lincoln Gordon Dies at 96; Educator and Ambassador to Brazil” en *The New York Times* (en línea). Disponible en <http://www.nytimes.com/2009/12/21/us/21GORDON.html?_r=0> [Consultado el 10 de agosto de 2014].
- Meio&Mensagem (2014) “Globo fatura R\$14,6 bilhões em 2013” en *Meio & Mensagem* [Revista brasileña segmentada al mercado de la Comunicación]. Reportaje publicado en 26 de marzo de 2014. Disponible en <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/03/26/Globo-fatura-14-6-bilhoes-em-2013.html>> [Consultado el 23 de febrero de 2015].
- Meyer Cosío, Lorenzo, (2009). “Transformar la televisión para construir el México moderno” en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, pp. 145-153.
- Morais, Fernando, (1994). *Chatô: o rei do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras.
- Mota, R., (1992) *Televisão pública. A democracia no ar*. Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil, Universidade Federal de Minas Gerais, dissertação de mestrado em Educação.
- _____, (2004) “Uma pauta pública para uma nova televisão brasileira” em *Revista de Sociologia e Política*, nº22. Brasil, Redalyc, pp.77-86.
- Munck, Gerardo y Richard Snyder, “El pasado, presente y futuro de la política comparada: un simposio” Entrevistas con Dahl, Juan Linz, A. Przworsky y d. Laitin, en *Política y Gobierno*, Vol. XIII, Núm. 1 1 semestre de 2005, CIDE, México.
- Neptune Nordahl, Christian (2011) *A televisão pública no Brasil*. Campinas, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes. Tese de doctorado. Director: Prof. Dr. Adilson José Ruiz.

- Nordheimer, Jon (1986) “Changes at U.S. Network stir concern about news in Spanish” en *The New York Times* de 28 de septiembre de 1986. Disponible en < <http://www.nytimes.com/1986/09/28/us/changes-at-us-network-stir-concern-about-news-in-spanish.html>> [Consultado el 22 de febrero de 2015]
- O Globo (2013) “Apoio editorial ao golpe de 64 foi um erro” en *O Globo* de 31 de agosto de 2013. Disponible en < <http://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>> [Consultado el 20 de agosto de 2015].
- Olivares Arriaga, María del Carmen (2002) *Emilio Azcárraga Vidaurreta. Bosquejo biográfico*. Ciudad Victoria: Universidad Autónoma de Tamaulipas. Instituto de Investigaciones Históricas.
- Paiva Rodrigues, Antonio, (2008) “Pequena historia do Radio e da Televisão” en *Observatório da Imprensa* [sitio web brasileño de noticias sobre la Comunicación Social] de 26 de agosto de 2008. Disponible en <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/pequena-historia-do-radio-e-da-televisao/>> [Consultado el 22 de abril de 2015].
- Panebianco, Angelo (1999) “Comparación y explicación”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza. Pp. 81-104.
- Passi, Clara, (2014) “Con beijo gay, último capítulo de ‘Amor à vida’ marca 44 pontos” en *O Globo*. Rio de Janeiro, 31 de enero, sección Patricia Kogut. Disponible en < <http://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/audiencia/noticia/2014/01/com-beijo-gay-ultimo-capitulo-de-amor-vida-marca-44-pontos.html> > [Consultado el 11 de septiembre de 2015].
- Possebon, Samuel, (2015) “Lucro do Grupo Globo cai 6% em 2014” en *Revista Exame*. Disponible en < <http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/lucro-do-grupo-globo-cai-6-em-2014> > [Consultado en el 21 de agosto de 2015].
- Priolli Neto, Gabriel, (1982) "A TV para o bem do Brasil", in *Comunicação Hegemonia e Contra-Infomação*, Carlos Eduardo Lins da Silva (org.). São Paulo: Cortez Editora/Intercom, 1982, pp. 107-115.
- Reis Silva, Paulo Fabrício (2010) “A metáfora do teatro e o impacto social: Dias Gomes e a desconstrução do arquétipo do herói”, en *Revista Discente do Centro de Estudos Lingüísticos e Literários da Universidade Federal de Ouro Preto*, nº 0, 1º semestre de 2010. Disponible en <

<http://www.ichs.ufop.br/cell/cell/index.php/cell/article/view/12>>, [consultado el 4 de noviembre de 2015).

- Rezende de Carvalho, Maria Alice, (2012) *Irineu Marinho: Imprensa e Cidade*. São Paulo, Editora Globo.
- Riding, Alan, (1984) “On TV, Brazil is getting a clearer picture of itself” en *The New York Times* de 13 de diciembre de 1984, disponible en < <http://www.nytimes.com/1984/12/13/world/on-tv-brazil-is-getting-a-clearer-picture-of-itself.html> > [Consultado el 20 de febrero de 2015].
- _____, (1987) “Rio Journal; one man’s political views color Brazil’s TV eye” en *The New York Times*. Disponible en < <http://www.nytimes.com/1987/01/12/world/rio-journal-one-man-s-political-views-color-brazil-s-tv-eye.html> > [Consultado el 18 de enero de 2015].
- Sánchez Ruiz, Enrique E., (2009) “Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria: la ‘Ley Televisa’ como estudio de caso” en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, pp. 193-221.
- Sarsfield, Rodolfo. Entrevista en marzo de 2014 sobre el estudio de Kaufmann D., Vicente P. (2005). *Legal corruption*. World Bank.
- Sartori, Giovanni, (1999) “Comparación y método comparativo”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza.
- Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza.
- Silva Guerrero, Lucila, (2011) “Las concesiones en materia de telecomunicaciones en México” en Fernández Ruiz, Jorge y Rivera Hernández, Juan (coord.) *La concesión de las telecomunicaciones*. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas. Pp. 195-225.
- Sinclair, John, (2005) “Chap. 9: International Television Channels in the Latin American Audiovisual Space” in *Transnational Television Towards a New Media Order*. NY, USA, I.B.Tauris & CO, pp. 196-215.
- Skocpol, Theda, (1984) *Los Estados y las revoluciones sociales. Un análisis comparativo de Francia, Rusia y China*. México, Fondo de Cultura Económica. Pp. 19-82.

- Sodré, Muniz (1978) *O Monopólio da fala*. Petrópolis, Vozes. Pp.99-100. En Priolli Neto, Gabriel (1982) "A TV para o bem do Brasil", en *Comunicação Hegemonia e Contra-Infomação*, Carlos Eduardo Lins da Silva (org.). São Paulo: Cortez Editora/Intercom, 1982, pp. 107-115.
- Sthephanowitz, Helena, (2014) "Nos EUA, a confirmação da mão de Roberto Marinho nos bastidores da ditadura" en *RBA: Rede Brasil Atual* (periódico online brasileño) de 5 de abril. Disponible en <<http://www.redebrasilatual.com.br/blogs/helena/2014/04/eua-confirma-acao-de-roberto-marinho-nos-bastidores-da-ditadura-3931.html>> [Consultado el 6 de abril de 2014].
- Straubhaar, Joseph, (1989a) "The reflection of the Brazilian political opening in the telenovela [soap opera], 1974-1985", in *Studies in Latin American Culture*, vol. 7. Michigan State University.
- _____, (1989b) "Television and Video in the Transition from Military to Civilian Rule in Brazil", en *Latin American Research Review*, Vol. 24, Nº 1, pp.140-154.
- Toussaint Alcaraz, Florence, (2009) "Historia y políticas de televisión pública en México", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. 51, nº206, México, mayo/ago.2009. Disponible en < http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-19182009000200006&script=sci_arttext> [Consultado el 18 de febrero de 2015].
- Trejo Delarbre, Raúl, (2001) *Mediocracia sin mediaciones*. Prensa, televisión y elecciones. México, Cal y Arena.
- _____, (2005) *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México, Cal y Arena.
- _____, (2008) *Azcárraga Jean, protegido por Zedillo*, en *Zócalo* [Revista], marzo de 2008. Disponible en < <https://mediocracia.wordpress.com/2008/03/20/azcarraga-jean-protegido-por-zedillo/>> [Consultado el 22 de febrero de 2015]
- _____, (2010) "Muchos medios en pocas manos" en *Revista Intercom*, vol. 33, nº 1, Brasil, Intercom.
- _____, (2014) "Televisa: viejas prácticas, nuevo entorno" en *Revista Nueva Sociedad* nº 249, enero-febrero de 2014, ISSN: 0251-3552, México, <www.nuso.org>, pp. 149-162
- Velázquez Briseño, Ernesto (2009) "La 'Ley Televisa', los medios públicos y las tareas pendientes" en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.)

La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, pp. 584-607

- Villamil, Jenaro, (2011) “Azcárraga, el socio mexicano de Murdoch” en *Proceso* (Revista) de 18 de julio. Disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=276218>> [Consultado el 18 de agosto de 2014].
- Weise, Karen, (2015) “This is how Uber takes over a city: To conquer America's quirkiest city, the company unleashed its biggest weapon” en *Bloomberg* (Sitio web sobre economía), de 23 de junio. Disponible en <<http://www.bloomberg.com/news/features/2015-06-23/this-is-how-uber-takes-over-a-city>> [Consultado el 2 de agosto de 2015].
- Zechowski, Sharon (s/f) “Public interest, convenience and necessity” en *Museum of Broadcast Communications* (sitio web). Disponible en <<http://www.museum.tv/eotv/publicintere.htm>> [Consultado el 7 de abril de 2015].
- Zukernik, Eduardo, (2008) *Observador de medios de comunicación en América Latina: prensa, ciudadanía y democracia en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela*. Buenos Aires, Konrad Adenauer Stiftung.

BIBLIOGRAFIA

- ABAP, IAA, SAPESP (1978) *Anais do II Congresso Brasileiro de Propaganda*. Anhembi, São Paulo, Brasil, editado por Associação Brasileira das Agências de Propaganda (ABAP), International Advertising Association (IAA), Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SAPESP), pp.306-312, citado en Herz, (1987) *A historia secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Brasil, Tchê, p.215.
- Ames, Barry, (s/f) *Rhetoric and Reality in a Militarized Regime: Brazil Since 1964*, p.8, citado en Mattos, (1982) *The impact of the 1964 revolution on Brazilian TV*. Texas, USA, V. Klingensmith Independent Publisher, p.16.
- Baer, Miriam, (1992) *Television and political control in Mexico*. Estados Unidos, Universidad de Michigan, tesis doctoral, pp.95-96, citada en Hernández Lomelí, Francisco y Guillermo Orozco Gómez, (2007) *Televisión en México: un recuento histórico*. Universidad de Guadalajara, p.84.
- Bizinuver, Ana Lúcia, (1985) *Status. Globo for export*. São Paulo, enero, p.48, citada en Herz, (1987) *A historia secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Brasil, Tchê, p.22.

- Caparelli, Sérgio, (1982) *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L & M, citado en Mattos, (1990). *Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história*. Bahia, Brasil, A Tarde, p.8.
- Cárdenas, Lázaro, (1936) *Los catorce puntos de la política obrera presidencial*, PNR, México, pp.46-48, citado en Córdova, (1974) *La política de masas del cardenismo*. México, Ediciones Era, pp.87-89.
- Carugati, Anna (2004) “Interview: Globo’s Roberto Irineu Marinho” en *World Screen* (revista sobre la industria de la televisión) de mayo. Disponible originalmente en: <www.worldscreen.com/interviews/current.php?filename=0504marinho> Ahora en <www.worldscreen.com/articles/display/9977>, bajo suscripción. Citada en Mattos, (2007) *A trajetória de sucesso de Roberto Marinho*. [Trabalho apresentado durante o seminário “Pioneirismo Empresarial no Brasil e a Construção do Século XXI”, realizado no dia 09 de outubro de 2007, na sala da Congregação da FEA/USP – São Paulo]. Disponible en <www.usp.br/pioneiros/n/arqs/sMattos_rMarinho.doc> [Consultado el 21 de febrero de 2015], pp.8-9.
- Casar, María Amparo, (2006) “Nuevo mapa del poder político”, Nexos, Vol. XXVIII, núm. 334, agosto, citada en Fernández Christlieb, Fátima, (2009) “La ‘Ley Televisa’: la culminación de un poder fáctico” en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, p.225.
- Castro Leal, Antonio, (1966) *El pueblo de México espera. Estudio sobre la radio y la televisión*, Cuadernos Americanos, México, p. 28, citado en Fernández Christlieb, (2009) “La ‘Ley Televisa’: la culminación de un poder fáctico” en Esteinou Madrid, Javier & Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México, UAM Xochimilco, Fundación Ebert y otras instituciones, p.232.
- Córdova, Arnaldo, (1986) *La política de masas y el futuro de la izquierda en México*, México: Era, pp. 9-10, citado en Berrueco García, Adriana, (2006) “El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923-1953)” en González Martín, Nuria (coord.). *Estudios jurídicos en homenaje a Marta Morineau, t. I: Derecho romano. Historia del derecho*. México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, p.90.
- Collier, David, (1993) “The comparative method”, en Asa W. Fibifter, ed. (1993) *Political Science: The State of the Discipline II*. Washington, D.C.: América Political Science Association. Disponible en <

<http://polisci.berkeley.edu/sites/default/files/people/u3827/APSA->

[TheComparativeMethod.pdf](#) >, [consultado el 4 de noviembre de 2015].

- Dogan, M. y D. Pelassy (1984), *How to compare Nations: Strategies in Comparative Politics*, Chatham, Chatham House, citado en Sartori, Giovanni, (1999) “Comparación y método comparativo”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza, p.40.
- Dorfman, Ariel, y Armand Mattelart, (2007) *How to read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic*, International General, Nueva York, citados en González de Bustamante, (2015) “*Muy buenas noches*”. *México, la televisión y la Guerra Fría*. Trad. de Jan Roth Kanarski. México, FCE, pp.39-40.
- Durkheim, E. (1947), *Les regles de la Méthode Sociologique*, Paris, Presses Universitaires de France. Trad. esp.: *Las reglas del método sociológico* (1978), Buenos Aires, La Pléyade, citado en Sartori, Giovanni, (1999) “Comparación y método comparativo”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza, p.32.
- Elster, J. (1989) *Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge, Cambridge University Press. Trad. esp.: *Tuercas y tornillos: una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales* (1991), Barcelona, Gedisa. Citado en Panebianco, Angelo (1999) “Comparación y explicación”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza. Pp. 81-104.
- Fiorini, Bartolomé A., (1944) “Noción funcional de la concesión, la autorización y el permiso” en *Revista de Derecho y Administración Municipal*, Buenos Aires, núm. 178, diciembre de 1944, p.1070, citado en Márquez Gómez, Daniel, (2011) “Uso del espectro radioeléctrico en México”, en Fernández Ruiz, Jorge & Rivera Hernández, Juan (2011) *La concesión de las telecomunicaciones*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas – UNAM, pp.41-42.
- Fox, Elizabeth (1990) *Días de Baile: el fracaso de la reforma de la televisión de América Latina*, FELAFACS-WACC, México DF, 216p, citada en Mastrini y Becerra, 2001.
- García Canclini, Néstor (1987), "Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano", en García Canclini, N. (ed.) *Políticas culturales en América latina*, Grijalbo, México, citado en Mastrini y Becerra (2001) *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. Argentina, Universidad de Buenos Aires, p.3.

- Gómez, R. & Sosa, G. (2010). La concentración en el mercado de la televisión restringida en México. *Comunicación y Sociedad*, 14, pp. 109-142, citado en Huerta Wong, Juan Enrique y Gómez García, Rodrigo, (2013) “Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México”, en *Comunicación y Sociedad*, Departamentos de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, nueva época, núm. 19, enero-junio, 2013, pp. 113-152.
- Hage, J. y B. Foley Meeker (1988), *Social Casuality*. Boston, Unwin Hyman. Citado en Panebianco, Angelo (1999) “Comparación y explicación”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza. Pp. 81-104.
- Jordão, Maria de Fátima Pacheco, (1978) “Concentração econômica da mídia”, en *Diário Popular* [periódico diario que existía en Brasil]. São Paulo. 30 de abril de 1978. Caderno de Marketing, p.11. En Herz, Daniel, (1987) *A historia secreta da Rede Globo*. Porto Alegre, Brasil, Tchê, p.215.
- Leyva, Juan, (1992) *Política educativa y comunicación social. La radio en México 1940- 1946*. México, UNAM, Centro de Estudios Sobre la Universidad, pp. 41 y 42, citado en Berrueco García, Adriana, (2006) “El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923-1953)” en González Martín, Nuria (coord.). *Estudios jurídicos en homenaje a Marta Morineau, t. I: Derecho romano. Historia del derecho*. México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, p.94.
- Mattos, Sérgio, (1982a) *Domestic and Foreign Advertising in Television and Mass Media Growth: A Case Study of Brazil*. Austin, Texas, USA, The University of Texas, tesis de doctorado.
- Mill, J. S. (1843), *A System of logic*. Londres. Citado en Panebianco, Angelo (1999) “Comparación y explicación”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza. Pp. 81-104.
- Ragin, C. Y D. Zaret (1983) *Theory and Method in Comparative Research: Two Strategies*, en <<Social Forces>>, LXI, pp.731-754, citado en Panebianco, Angelo (1999) “Comparación y explicación”, en Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza. Pp. 81-104.
- Robina Bustos, Soledad, (1996) "Televisa: de los cables subterráneos a PANAMSAT", en Covi, Delia (coord.), *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, UNAM, México DF., p.90, citada en Mastrini, G. y Becerra, M.,

(2001) *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. Argentina, Universidad de Buenos Aires, p.4.

• Thomas, Gerald, (1979) "Closely Watched TV" en *Index on Censorship: Brazil*. Oxford University Press, Vol.8, no.4 (July-August 1979), p. 44, citado en Mattos, (1982) *The impact of the 1964 revolution on Brazilian TV*. Texas, USA, V. Klingensmith Independent Publisher, p.11.

• Vidal Bonifaz, Francisco, (2013) "Ventas de empresas latinoamericanas de medios, 2012" en *La rueda de la fortuna*. México, 3 de diciembre, disponible en <<http://ruedadelafortuna.com.mx/2013/12/03/ventas-de-empresas-latinoamericanas-de-medios-2012/>>. Citado en Trejo Delarbre, Raúl, (2014) "Televisa: viejas prácticas, nuevo entorno" en *Revista Nueva Sociedad* n° 249, enero-febrero de 2014, ISSN: 0251-3552, México, <www.nuso.org>, p.151.

Apéndice 1

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960

ADOLFO LOPEZ MATEOS, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión se ha servido dirigirme el siguiente DECRETO:

"El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, decreta:

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

TITULO PRIMERO

Principios fundamentales

CAPITULO UNICO

Artículo 1o.- Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

Artículo 2o. El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes como vehículos de información y expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley.

Artículo 3o. La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posible.

Artículo 4o.- La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

Artículo 5o.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

Artículo 6o.- En relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

Artículo 7o.- El Estado otorgará facilidades para su operación a las estaciones difusoras que, por su potencia, frecuencia o ubicación, sean susceptibles de ser captadas en el extranjero, para divulgar las manifestaciones de la cultura mexicana, fomentar las relaciones comerciales del país, intensificar la propaganda turística y transmitir informaciones sobre los acontecimientos de la vida nacional.

Artículo 8o.- Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión.

Artículo 9o.- A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, corresponde:

I. Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión asignándoles la frecuencia respectiva;

II. Declarar la nulidad o caducidad de las concesiones o permisos y modificarlas en los casos previstos en esta ley;

III.- Autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios;

IV.- Fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales;

V.- Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten al régimen de propiedad de las emisoras;

VI.- Imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones, y

VII.- Las demás facultades que le confieren las leyes.

Artículo 10.- Compete a la Secretaría de Gobernación:

- I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;
- II.- Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal;
- III.- Vigilar la eficacia de las transmisiones a que se refiere el artículo 59 de esta ley;
- IV.- Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta ley, y
- V.- Las demás facultades que le confieren las leyes.

Artículo 11.- La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

- I.- Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- II.- Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- III.- Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;
- IV.- Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor;
- V.- Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participe en las transmisiones;
- VI.- Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes, y
- VII.- Las demás que le confiera la ley.

Artículo 12. A la Secretaría de Salubridad y Asistencia compete:

- I.- Autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas;
- II.- Autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o de curación de enfermedades;
- III.- Promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo;
- IV.- Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones, y
- V.- Las demás facultades que le confiera la ley.

TITULO TERCERO CONCESIONES, PERMISOS E INSTALACIONES

CAPITULO PRIMERO CONCESIONES Y PERMISOS

Artículo 13. Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinar la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. Las estaciones comerciales requerir n concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerir n permiso.

Artículo 14 Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgar n únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyas socios sean mexicanos. Si se tratare de sociedad por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

Artículo 15 La instalación de una difusora de radio que vaya a operar retransmitiendo o enlazada permanentemente a otra que no era recibida anteriormente en la localidad en que pretenda ubicarse, ser considerada como una estación nueva y, en consecuencia, deber llenar todos los requisitos respectivos.

Artículo 16 El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y por ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros.

Artículo 17 Sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, cuando el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente determine que pueden destinarse para tal fin, lo que hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial. Las solicitudes de concesión deber n llenar los siguientes requisitos:

- I.- Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana;
- II.- Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente; y
- III.- Información detallada de las inversiones en proyecto.

Artículo 18 La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalar al solicitante el monto del depósito o de la fianza que deber constituir, para garantizar que se continúan los trámites hasta que la concesión sea otorgada o negada.

De acuerdo con la categoría de la estación radiodifusora en proyecto, el monto del depósito o de la fianza no podrá ser menor de 10,000 ni exceder de 30,000 pesos. Si el interesado abandona el trámite la garantía se aplicará en favor del erario federal. Procede la declaración de abandono de trámite, cuando el interesado no cumpla con cualquiera de los requisitos técnicos, jurídicos o administrativos dentro del plazo que señale la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Para tal efecto se seguirá el procedimiento a que alude el artículo 35 de esta Ley. En todo caso, el plazo real para el cumplimiento de la totalidad de los requisitos citados en el párrafo precedente, será de un año; sin embargo, a juicio de la Secretaría, dicho plazo podrá prorrogarse hasta por un período igual, si existen causas que así lo ameriten.

Artículo 19 Constituido el depósito u otorgada la fianza, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, estudiará cada solicitud que exista con relación a un mismo canal y calificando el interés social, resolver a su libre juicio, si alguna de ellas debe seleccionarse para la continuación de su trámite, en cuyo caso dispondrá que se publique, a costa del interesado, una síntesis de la solicitud, con las modificaciones que acuerde, por dos veces y con intervalo de diez días, en el Diario Oficial y en otro periódico de los de mayor circulación en la zona donde debe operarse el canal, señalando un plazo de treinta días contados a partir de la última publicación, para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presenten objeciones. Si transcurrido el plazo de oposición no se presentan objeciones, previo cumplimiento de los requisitos técnicos, administrativos y legales que fije la Secretaría, se otorgará la concesión. Cuando se presenten objeciones, la Secretaría oír en defensa a los interesados, les recibirá las pruebas que ofrezcan en un término de quince días y dictará la resolución que a su juicio proceda, en un plazo que no exceda de treinta días, oyendo a la Comisión Técnica Consultiva establecida por la Ley de Vías Generales de Comunicación. Otorgada la concesión, será publicada, a costa del interesado, en el Diario Oficial de la Federación y se fijará el monto de la garantía que asegure el cumplimiento de las obligaciones que imponga dicha concesión. Esta garantía no será inferior de diez mil pesos, ni exceder de quinientos mil. Una vez otorgada la garantía antes citada, quedará sin efecto el depósito o la fianza que se hubiere constituido para garantizar el trámite de concesión. Los solicitantes que no hayan sido seleccionados, tendrán derecho a la devolución del depósito o fianza que hubieren otorgado para garantizar el trámite de su solicitud.

Artículo 20 Las garantías que deben otorgar los concesionarios en cumplimiento de las obligaciones que contraigan de acuerdo con las concesiones y permisos respectivos, y las demás que fijen las leyes o reglamentos, se constituirán en la Nacional Financiera, S. A., cuando sean en efectivo. La calificación de las fianzas u otras garantías será hecha por la Secretaría ante la que deban presentarse.

Artículo 21 Las concesiones contendrán, cuando menos, lo siguiente: a).- Canal asignado; b).- Ubicación del equipo transmisor; c).- Potencia autorizada; d).- Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas; e).- Horario de funcionamiento; f).- Nombre, clave o indicativo; g).- Término de su duración.

Artículo 22 No podrán alterarse las características de la concesión sino por resolución administrativa en los términos de esta ley o en cumplimiento de resoluciones judiciales.

Artículo 23 No se podrá ceder ni en manera alguna gravar, dar en fideicomiso o enajenar total o parcialmente la concesión, los derechos en ella conferidos, instalaciones, servicios auxiliares, dependencias o accesorios, a un gobierno o persona extranjeros, ni admitirlos como socios de la empresa concesionaria.

Artículo 24 Las acciones y participaciones emitidas por las empresas que exploten una estación radiodifusora, que fueren adquiridas por un gobierno o persona extranjeros, desde el momento de la adquisición quedarán sin efecto para el tenedor de ellas y pasarán al dominio de la nación los derechos que representen, sin que proceda indemnización alguna.

Artículo 25 Los permisos para las estaciones oficiales, culturales y de experimentación y para las escuelas radiofónicas, sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquellas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

Artículo 26 Sólo se autorizará el traspaso de concesiones de estaciones comerciales y de permisos de estaciones culturales, de experimentación y de escuelas radiofónicas, a entidades, personas físicas o morales de orden privado o público que estén capacitados conforme esta ley para obtenerlos y siempre que hubieren estado vigentes dichas concesiones y permisos por un término no menor de tres años y que el beneficiario hubiese cumplido con todas sus obligaciones.

Artículo 27 Para que una concesión pueda ser transmitida por herencia o adjudicación judicial o cualquier otro título, se requerirá que los causahabientes reúnan la calidad de mexicanos.

Artículo 28 Cuando por efecto de un convenio internacional, sea indispensable suprimir o restringir el empleo de un canal originalmente asignado a una radiodifusora, el concesionario o permisionario tendrá derecho a un canal equivalente entre los disponibles y lo más próximo al suprimido o afectado.

CAPITULO II NULIDAD, CADUCIDAD Y REVOCACIÓN

Artículo 29 Son nulas las concesiones y los permisos que se obtengan o se expidan sin llenar los trámites o en contravención con las disposiciones de esta ley y sus reglamentos.

Artículo 30 Las concesiones otorgadas para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducan por las causas siguientes: I.- No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones sin causa justificada, dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen; II.- No iniciar las transmisiones dentro de los plazos fijados en la concesión, salvo causa justificada; III.- No otorgar la garantía a que se refiere el artículo 19 de esta Ley.

Artículo 31 Son causas de revocación de las concesiones:

I.- Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin previa autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

II.- Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

III.- Enajenar la concesión, los derechos derivados de ella o el equipo transmisor, sin la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

IV.- Enajenar, ceder o transferir, hipotecar, dar en garantía o en fideicomiso o gravar de cualquier modo, íntegra o parcialmente, la concesión y los derechos derivados de ella, el equipo transmisor, o los bienes afectos a su actividad, a Gobierno, empresa o individuo extranjeros, o admitirlos como socios de la negociación concesionaria.

V.- Suspender sin justificación los servicios de la estación difusora por un período mayor de 60 días;

VI.- Proporcionar al enemigo, en caso de guerra, bienes o servicios de que se disponga, con motivo de la concesión;

VII.- Cambiar el concesionario su nacionalidad mexicana o solicitar protección de algún gobierno, empresa o persona extranjeros.

VIII.- Modificar la escritura social en contravención con las disposiciones de esta ley;

IX.- Cualquier falta de cumplimiento a la concesión, no especificada en las fracciones anteriores.

Artículo 32 En los casos de los artículos anteriores, y cuando la causa sea imputable al concesionario, éste perderá a favor de la nación el importe de la garantía que hubiese otorgado conforme al artículo 18 o al 19 en su caso.

Artículo 33 En los casos de las fracciones IV, VI y VII del artículo 31, el concesionario perderá la propiedad de los bienes en favor de la nación. En los demás casos de caducidad y de revocación, el concesionario conservará la propiedad de los bienes pero tendrá obligación de levantar las instalaciones en el término que al efecto le señale la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la cual podrá efectuar dicho levantamiento a costa del concesionario, siguiendo el procedimiento administrativo establecido en el Código Fiscal de la Federación.

Artículo 34 El Ejecutivo Federal, en los casos a que se refiere el artículo anterior, tendrá en todo tiempo, derecho de adquirir los bienes que el concesionario conserve en propiedad, previo pago de su valor, fijado por peritos nombrados conforme al procedimiento judicial señalado en materia de expropiación, que los valúen conforme a las normas de la misma.

Artículo 35 La caducidad y la revocación, serán declaradas administrativamente por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, conforme al procedimiento siguiente:

I.- Se hará saber al concesionario los motivos de caducidad o revocación que concurran, y se le concederá un plazo de treinta días para que presente sus defensas y sus pruebas:

II.- Formuladas las defensas y presentadas las pruebas, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, la Secretaría dictará su resolución declarando la procedencia o improcedencia de la caducidad o de la revocación, salvo cuando medie caso fortuito o fuerza mayor. En los casos de nulidad se observará el procedimiento anterior para declararla.

Artículo 36 El beneficiario de una concesión declarada caduca o revocada no podrá obtener otra nueva, dentro de un plazo de uno a cinco años, según la gravedad de la causa que motivó la declaración, contados a partir de la fecha de ésta. No podrá otorgarse otra nueva concesión al que hubiere incurrido en alguna de las causas enumeradas en las fracciones IV, VI y VII del artículo 31.

Artículo 37 Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, podrán ser revocados por los siguientes motivos: I.- Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; II.- Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; III.- Transmitir anuncios comerciales o

asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso; IV.- No prestar con eficacia, exactitud y regularidad, el servicio especializado, no obstante el apercibimiento; y V.- Traspasar el permiso sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Artículo 38 Las autorizaciones otorgadas a los locutores extranjeros, ser n revocadas cuando éstos hayan reincidido en alguna de las infracciones señaladas en esta ley.

Artículo 39 En los casos previstos en los dos artículos anteriores, se declarar la revocación observando lo dispuesto en el artículo 35 de esta ley.

CAPITULO III INSTALACIONES

Artículo 40 Cuando fuere indispensable, a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el uso de algún bien de propiedad federal para ser empleado en la instalación, construcción y operación de las estaciones y sus servicios auxiliares, dicho uso deber sujetarse a las leyes y disposiciones relativas. El Ejecutivo Federal podrá acordar en los casos a que se refiere este artículo, que no se cobren contraprestaciones por el uso de estos bienes, ni en su caso, se causen derechos.

Artículo 41 Las estaciones radiodifusoras se construirán e instalarán con sujeción a los requisitos técnicos que fije la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, de acuerdo con los planos, memorias descriptivas y demás documentos relacionados con las obras por realizarse, los cuales deber n ajustarse a lo dispuesto por esta ley, sus reglamentos y las normas de ingeniería generalmente aceptadas. Las modificaciones se someter n igualmente, a la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones, salvo los trabajos de emergencia necesarios para la realización del servicio, respecto a los cuales deber rendirse un informe a dicha Secretaría, dentro de las 24 horas siguientes.

Artículo 42 La Secretaría de Comunicaciones y Transportes dictar todas las medidas que juzgue adecuadas para la seguridad y eficiencia técnica de los servicios que presten las radiodifusoras, las cuales deberán estar dotadas de los dispositivos de seguridad que se requieran.

Artículo 43 Las estaciones radiodifusoras podrán instalarse dentro de los límites urbanos de las poblaciones, siempre que no constituyan obstáculos que impidan o estorben el uso de calles, calzadas y plazas públicas, y que cumplan los requisitos técnicos indispensables para no interferir la emisión o recepción de otras radiodifusoras. Además, en las torres deberán instalarse las sedales preventivas para la navegación aérea que determine la señal de Comunicaciones y Transportes.

Artículo 44 Las estaciones difusoras podrán contar con un equipo transmisor auxiliar, que eventualmente sustituya al equipo principal.

Artículo 45 La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalar un plazo prudente, no menor de 180 días, para la terminación de los trabajos de construcción e instalación de una emisora, tomando en cuenta los cálculos que presente el concesionario o permissionario, de conformidad con los planos aprobados.

TITULO CUARTO FUNCIONAMIENTO

CAPITULO I OPERACIÓN

Artículo 46 Las difusoras operar n con sujeción al horario que autorice la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de acuerdo con los Tratados Internacionales vigentes y las posibilidades técnicas de utilización de los canales.

Artículo 47 Las estaciones no podrán suspender sus transmisiones, salvo hecho fortuito o causa de fuerza mayor. El concesionario deber informar a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes: a).- De la suspensión del servicio; b).- De que utilizar , en su caso, un equipo de emergencia mientras dure la eventualidad que origine la suspensión; c).- De la normalización del servicio al desaparecer la causa que motivó la emergencia. Los avisos a que se refieren los incisos anteriores, se dar n en cada caso, en un término de veinticuatro horas.

Artículo 48 Las estaciones operar n con la potencia o potencias que tuvieren autorizadas para su horario diurno o nocturno, dentro de los límites de tolerancia permitidos por las normas de ingeniería. Las estaciones que deban operar durante las horas diurnas con mayor potencia que la nocturna, estar n dotadas de dispositivos para reducir la potencia.

Artículo 49 El funcionamiento técnico de las estaciones de radio y televisión deber reunir las condiciones señaladas en las disposiciones que dicte la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de acuerdo con las normas de ingeniería reconocidas.

Artículo 50.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes dictará las medidas necesarias para evitar interferencias en las emisiones de radio y televisión. Toda estación o aparato científico, terapéutico o

industrial, y aquellas instalaciones que radien energía en forma suficientemente perceptible para causar perturbaciones a las emisiones autorizadas, deberán suprimir esas interferencias en el plazo que al efecto fije la Secretaría.

Artículo 51.- La misma Secretaría evitará las interferencias entre estaciones nacionales e internacionales, y dictará las medidas convenientes para ello, velando porque las estaciones que operen sean protegidas en su zona autorizada de servicio. Determinará también los límites de las bandas de los distintos servicios, la tolerancia o desviación de frecuencia y la amplitud de las bandas de frecuencia de emisión para toda clase de difusoras cuando no estuvieren especificados en los tratados en vigor.

Artículo 52.- No se considerará interferencia objetable la que provenga de algún fenómeno esporádico de radiopropagación.

CAPITULO SEGUNDO: Tarifas

Artículo 53.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas a que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión al público.

Artículo 54.- La misma Secretaría vigilará que se apliquen correctamente las tarifas y que no se hagan devoluciones o bonificaciones que impliquen la reducción de las cuotas señaladas.

Artículo 55.- Se exceptúan de lo dispuesto en el artículo anterior:

I.- Los convenios celebrados por las difusoras, con el Gobierno Federal, Gobiernos Locales, Ayuntamientos y organismos públicos, en interés de la Sociedad o de un servicio público;

II.- Las transmisiones gratuitas o las reducciones que hagan las empresas por razones de beneficencia a instituciones culturales, a estudiantes, a maestros y a conjuntos deportivos.

Artículo 56.- Las estaciones difusoras deberán tener a disposición del público, en sus oficinas, suficientes ejemplares de las tarifas respectivas y de sus formas de aplicación.

Artículo 57.- No se concederán prerrogativas que impliquen privilegios de alguna empresa de radio y televisión en perjuicio de las demás.

CAPITULO TERCERO

Programación

Artículo 58.- El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

Artículo 59.- Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 60.- Los concesionarios de estaciones radiodifusoras comerciales y los permisionarios de estaciones culturales y de experimentación, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia:

I.- Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública;

II.- Los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones o aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.

Artículo 61.- Para los efectos del artículo 59 de esta ley, el Consejo Nacional de Radio y Televisión oírá previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos, fijará los horarios a que se refiere el citado artículo.

Artículo 62.- Todas las estaciones de radio y televisión en el país, estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

Artículo 63.- Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Artículo 64.- No se podrán transmitir:

I.- Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o el orden público;

II.- Asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario, con la citada Secretaría.

Artículo 65.- La retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier medio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente podrán hacerse con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación.

Artículo 66.- Queda prohibido interceptar, divulgar o aprovechar, los mensajes, noticias o informaciones que no estén destinados al dominio público y que se reciban por medio de los aparatos de radiocomunicación.

Artículo 67.- La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

I.- Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;

II.- No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;

III.- No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.

Artículo 68.- Las difusoras comerciales, al realizar la publicidad de bebidas cuya graduación alcohólica exceda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular. En la difusión de esta clase de publicidad no podrán emplearse menores de edad; tampoco podrán ingerirse real o aparentemente frente al público, los productos que se anuncian.

Artículo 69.- Las difusoras comerciales exigirán que toda propaganda de instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento, prevención o curación de enfermedades, esté autorizada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

Artículo 70.- Sólo podrá hacerse propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, cuando éstos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación. La propaganda o anuncio de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y de las operaciones que realicen, deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda.

Artículo 71.- Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

Artículo 72.- Para los efectos de la fracción II del artículo 5o. de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

Artículo 73.- Las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.

Artículo 74.- Para los efectos del artículo anterior, se entenderá por programa vivo toda intervención personal realizada en el momento de la transmisión, exceptuando el anuncio o mención comercial.

Artículo 75.- En sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al español, íntegra o resumida, a juicio de la propia Secretaría.

Artículo 76.- En toda transmisión de prueba o ajuste que se lleve a cabo por las estaciones, así como durante el desarrollo de los programas y en lapsos no mayores de 30 minutos, deberán expresarse en español las letras nominales que caracterizan a la estación, seguidas del nombre de la localidad en que esté instalada.

Artículo 77.- Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales.

Artículo 78.- En las informaciones radiofónicas, deberán expresarse la fuente de la información y el nombre del locutor, y se evitará causar alarma o pánico en el público.

Artículo 79.- Para que una estación de radio y televisión se dedique a la transmisión de sólo uno de los asuntos permitidos por esta ley, se deberán llenar los siguientes requisitos:

I.- Que se trate de un servicio de interés público, a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

II.- Que se garantice la regularidad y eficiencia del servicio, y

III.- Que no se cree una innecesaria multiplicación del mismo servicio.

Artículo 80.- Serán responsables personalmente de las infracciones que se cometan en las transmisiones de radio y televisión, quienes en forma directa o indirecta las preparen o transmitan.

CAPITULO CUARTO

De las escuelas radiofónicas

Artículo 81.- Las escuelas radiofónicas constituyen un sistema de estaciones emisoras y receptores especiales para los fines de extensión de la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación social.

Artículo 82.- La transmisión y la recepción de las escuelas radiofónicas, estarán regidas por las disposiciones que sobre la materia dicte la Secretaría de Educación Pública, la cual seleccionará al personal especializado, profesores, locutores y técnicos que participen en ese tipo de programas.

Artículo 83.- Los Ayuntamientos, sindicatos, comunidades agrarias y cualesquiera otras organizaciones que se inscriban en ese sistema, tendrán la obligación de instalar en sitios adecuados, el número de receptores que satisfaga las necesidades de cada comunidad.

CAPITULO QUINTO De los locutores

Artículo 84.- En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud.

Artículo 85.- Sólo los locutores mexicanos podrán trabajar en las estaciones de radio y televisión. En casos especiales la Secretaría de Gobernación podrá autorizar a extranjeros para que actúen transitoriamente.

Artículo 86.- Los locutores serán de dos categorías: "A" y "B". Los locutores de la categoría "A" deberán comprobar que han terminado sus estudios de bachillerato o sus equivalentes, y los de la categoría "B", los estudios de enseñanza secundaria o sus equivalentes; unos y otros cumplirán, además, con los requisitos que establezca el reglamento.

Artículo 87.- Los concesionarios o permisionarios de las difusoras podrán emplear aprendices de locutores para que practiquen por períodos no mayores de 90 días, previa autorización de la Secretaría de Educación Pública.

Artículo 88.- Las estaciones difusoras hasta de 10,000 vatios de potencia, podrán emplear locutores autorizados de cualquiera de las dos categorías. En las de mayor potencia, cuando menos el 50% de sus locutores autorizados serán precisamente de la categoría "A".

Artículo 89.- Los cronistas y los comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a que se dediquen, expedido por la Secretaría de Educación Pública.

TITULO QUINTO

Coordinación y vigilancia

CAPITULO PRIMERO

Organismo coordinador

Artículo 90.- Se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la de Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y Televisión y dos de los trabajadores.

Artículo 91.- El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá las siguientes atribuciones:

I.- Coordinar las actividades a que se refiere esta ley;

II.- Promover y organizar las emisiones que ordene el Ejecutivo Federal;

III.- Servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal; IV.- Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones;

V.- Conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por las instituciones, organismos o personas relacionadas con la radio y la televisión;

VI.- Todas las demás que establezcan las leyes y sus reglamentos.

Artículo 92.- El Consejo celebrará sesiones ordinarias y extraordinarias, conforme a su reglamento. El Presidente tendrá voto de calidad.

CAPITULO SEGUNDO

Inspección y vigilancia

- Artículo 93.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para cumplir con las funciones y atribuciones que esta ley le señala, podrá practicar las visitas de inspección que considere pertinentes.
- Artículo 94.- Las visitas de inspección técnica de dichas estaciones tendrán por objeto comprobar que su operación se ajuste a la potencia, frecuencia, ubicación, normas de ingeniería y demás requisitos fijados en la concesión o el permiso, en la ley y los reglamento, o para determinar si su servicio es satisfactorio y se presta con las especificaciones señaladas.
- Artículo 95.- Las visitas de inspección se practicarán en presencia del permisionario o concesionario o de alguno de sus empleados, dentro de las horas de funcionamiento de la estación.
- Artículo 96.- La Secretaría de Gobernación, para cumplir con las funciones y atribuciones que esta ley le señala, podrá practicar las visitas de inspección que considere pertinentes.
- Artículo 97.- El concesionario o permisionario está obligado a atender las observaciones que por escrito le haga la Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta las transmisiones no se ajustaren a la presente ley y su reglamento.
- Artículo 98.- Las visitas se practicarán o se suspenderán mediante la orden expresa de la Secretaría facultada para la inspección.
- Artículo 99.- La inspección y vigilancia la cubrirán las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Gobernación, con personal a su cargo.
- Artículo 100.- Los datos que el personal de inspección obtenga durante o con motivo de su visita tendrán el carácter de confidenciales y sólo se comunicarán a la Secretaría que haya ordenado la práctica de esa diligencia o al Consejo Nacional de Radio y Televisión, para los efectos legales correspondientes.

TITULO SEXTO Infracciones y sanciones CAPITULO UNICO

- Artículo 101.- Constituyen infracciones a la presente ley:
- I.- Las transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz y al orden públicos;
 - II.- No prestar los servicios de interés nacional previstos en esta ley, por parte de los concesionarios o permisionarios;
 - III.- La operación de una emisora con una potencia distinta a la asignada, sin autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
 - IV.- La alteración sustancial por los locutores de los textos de boletines o informaciones proporcionados por el Gobierno, con carácter oficial para su transmisión; asimismo, la emisión no autorizada de los textos de anuncios o propaganda comerciales que requieran previamente la aprobación oficial;
 - V.- Utilizar los servicios de locutores, cronistas o comentaristas que carezcan de certificado de aptitud;
 - VI.- Iniciar las transmisiones sin la previa inspección técnica de las instalaciones;
 - VII.- No suprimir las perturbaciones o interferencias que causen a las emisiones de otra difusora en el plazo que al efecto les haya fijado la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
 - VIII.- Modificar las instalaciones sin la previa aprobación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
 - IX.- La violación a lo dispuesto en el artículo 46;
 - X.- No cumplir con la obligación que les impone el artículo 59 de esta ley;
 - XI.- La falta de cumplimiento a cualesquiera de las obligaciones contenidas en el artículo 60 de esta ley;
 - XII.- No encadenar una emisora cuando se trate de transmitir las informaciones a que se refiere el artículo 62;
 - XIII.- La desobediencia a cualquiera de las prohibiciones que para la correcta programación prevé el artículo 63 de esta ley;
 - XIV.- La violación a lo dispuesto por el artículo 64 de esta ley;
 - XV.- Contravenir lo dispuesto por cualesquiera de las tres fracciones del artículo 67 de esta ley;
 - XVI.- Contravenir las disposiciones que, en defensa de la salud pública, establece el artículo 68 de la presente ley;
 - XVII.- Realizar propaganda o anuncios en contravención al artículo 70;
 - XVIII.- Faltar a lo que dispone el artículo 75 en relación con el uso del idioma nacional;
 - XIX.- La violación a lo dispuesto en el artículo 78;
 - XX.- No acatar las observaciones que haga la Secretaría de Gobernación en los términos del artículo 97;
 - XXI.- No acatar las órdenes o no respetar las características de las autorizaciones que sobre transmisiones formule la Secretaría de Gobernación;

Artículo 102.- Quienes dañen, perjudiquen o destruyan cualquier bien inmueble o mueble usado en la instalación u operación de una estación de radio o televisión, interrumpiendo sus servicios, serán castigados con tres días a cuatro años de prisión y multa de \$1,000.00 a \$50,000.00. Si el daño se causa empleando explosivos o materias incendiarias, la prisión será en ese caso de 5 a 10 años.

Artículo 103.- Se impondrá multa de cinco mil a cincuenta mil pesos en los casos de las fracciones I, II, III, VIII, XIII, XXI, XXII y XXIII del artículo 101 de esta Ley.

Artículo 104.- Se impondrá multa de quinientos a cinco mil pesos en los casos de las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXI del mismo artículo 101.

Artículo 105.- Para imponer las sanciones a que se refieren los artículos 103 y 104 de esta ley, la autoridad administrativa oirá previamente al o a los presuntos infractores. Cuando se encuentren irregularidades de carácter técnico durante las visitas de inspección a las radiodifusoras, se les concederá un plazo perentorio para corregirlas, sin perjuicio de formar el expediente de infracción que proceda, a que se refiere el párrafo antecedente y de que la autoridad administrativa dicte oportunamente la resolución que corresponda.

Apéndice 2

LEI Nº 4.117, DE 27 DE AGOSTO DE 1962.

Instituye el Código Brasileño de Telecomunicaciones.

EL PRESIDENTE DA REPÚBLICA hago saber que el Congreso Nacional decreta e yo sanciono la siguiente Ley:

CAPÍTULO I Introducción

Art. 1º Los servicios de telecomunicaciones en todo el territorio del País, incluso en aguas territoriales y espacio aéreo, así como en lugares en los cuales principios y convenciones internacionales les reconozcan extraterritorialidad, obedecerán a los preceptos de la presente ley y a los reglamentos creados para su ejecución.

Art. 2º. Los actos internacionales de naturaleza normativa, cualquier que sea la denominación adoptada, serán considerados tratados o convenciones y solamente entrarán en vigor a partir de su aprobación por el Congreso Nacional.

Párrafo único. El Poder Ejecutivo enviará al Congreso Nacional en el plazo de 180 (ciento ochenta) días, contados de la fecha de la firma, los actos normativos sobre telecomunicaciones, adjuntándoles los respectivos reglamentos, debidamente traducidos.

Art. 3º. Los actos internacionales de naturaleza administrativa entrarán en vigor en la fecha establecida en su publicación después de aprobados por el Presidente de la República (art. 29, al)

CAPÍTULO II De las Definiciones

Art. 4º Para efectos de esta ley, constituyen servicios de telecomunicaciones la transmisión, emisión o recepción de símbolos, caracteres, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por cable, radio, electricidad, medios ópticos o cualquier otro proceso electromagnético. Telegrafía es el proceso de telecomunicación destinado a la transmisión de escritos, por el uso de un código de señales. Telefonía es el proceso de telecomunicación destinado a la transmisión de la palabra hablada o de sonidos.

§1º Los términos no definidos en esta ley tienen el significado establecido en los actos internacionales aprobados por el Congreso Nacional.

§2º Los contratos de concesiones, las autorizaciones y los permisos serán interpretados y ejecutados de acuerdo a definiciones en vigencia en la época que los mismos hayan sido celebrados o expedidos. (Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Art. 5º Cuánto a su ámbito, los servicios de telecomunicaciones se clasifican en:

- a) servicio interior, establecido entre estaciones brasileñas, fijas o móviles, dentro de los límites de jurisdicción territorial de la Unión;
- b) servicio internacional, establecido entre estaciones brasileñas, fijas o móviles, y estaciones extranjeras, o estaciones brasileñas que se ubiquen fuera de los límites de la jurisdicción territorial de la Unión.

Art. 6º Cuanto a los fines a los cuales se destinan, las telecomunicaciones así se clasifican:

- a) servicio público, destinado al uso del público en general;
- b) servicio público restringido, facultado al uso de los pasajeros de navíos, aeronaves, vehículos en movimiento o al uso del público en localidades todavía no atendidas por un servicio público de telecomunicación;
- c) servicio limitado, ejecutado por estaciones no abiertas a la correspondencia pública y destinado al uso de personas físicas o morales nacionales.

Constituyen servicio limitado, entre otros:

- 1) el de seguridad, regularidad, orientación y administración de los transportes en general;
 - 2) el de múltiples destinos;
 - 3) el servicio rural;
- el servicio privado;
- d) el servicio de radiodifusión, destinado a ser recibido directa y libremente por el público en general, comprendiendo la radiodifusión sonora y la televisión;
 - e) servicio de radio-amador, destinado a entrenamiento propio, intercomunicación e investigaciones técnicas, realizadas por amadores, debidamente autorizados, interesados en la radiotécnica únicamente a título personal y que no busquen cualquier objetivo pecuniario o comercial;
 - f) servicio especial, relativo a determinados servicios de interés general, no abiertos a la correspondencia pública y no incluidos en las definiciones de los incisos anteriores, entre los cuales:
 - 1) el de señales horarios;
 - 2) el de frecuencia estándar;
 - 3) el de boletines meteorológicos;
 - 4) el que se destine a fines científicos o experimentales;
 - 5) el de música funcional;
 - 6) el de Radiodeterminación.

Art. 7º Los medios, a través de los cuales se ejecutan los servicios de telecomunicaciones, constituirán troncos y redes continuos, que formarán el Sistema Nacional de Telecomunicaciones.

§ 1º El Sistema Nacional de Telecomunicaciones será integrado por troncos y redes conectados a ellos.

§ 2º Con el objetivo de estructurar y emplear el Sistema Nacional de Telecomunicaciones, el Gobierno establecerá las normas técnicas y las condiciones de tráfico mutuo a ser compulsoriamente observadas por los ejecutores de los servicios, según lo que sea especificado en los Reglamentos.

Art. 8º Constituyen troncos del Sistema Nacional de Telecomunicaciones los circuitos portadores comunes, que interconectan los centros principales de telecomunicaciones.

§ 1º Circuitos portadores comunes son aquellos que realizan el transporte integrado de diversas modalidades de telecomunicaciones.

§ 2º Centros principales de telecomunicaciones son aquellos en los cuales se realiza la concentración y la distribución de las diversas modalidades de telecomunicaciones, destinadas al transporte integrado.

§ 3º Se entienden por urbanas las redes telefónicas situadas adentro de los límites de un municipio o del Distrito Federal, y por interurbanas las intermunicipales adentro de los límites de un Estado o territorio.

Art. 9º El Consejo Nacional de Telecomunicaciones al planear el Sistema Nacional de Telecomunicaciones, especificará los troncos y los centros principales de telecomunicaciones.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

§ 1º En la especificación a que se refiere este artículo serán incluidas, en la medida de las posibilidades y conveniencias entre los centros principales de

telecomunicación, a Capital de la República y las Capitales de todos los Estados y Territorios.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

§ 2º El Consejo Nacional de Telecomunicaciones establecerá las prioridades, según las cuales se procederá a la instalación de los troncos y redes del Sistema Nacional de Telecomunicaciones.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

CAPÍTULO III

De la competencia de la Unión

Art. 10. Corresponde privativamente a la Unión:

I. mantener y explotar directamente:

a) los servicios de los troncos que integran el Sistema Nacional de Telecomunicaciones, incluso sus conexiones internacionales;

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

b) los servicios públicos de telégrafos, de teléfonos interestatales y de radiocomunicaciones, salvo las excepciones constantes de esta ley, incluso cuanto a los de radiodifusión y al servicio internacional;

II - fiscalizar los Servicios de telecomunicaciones por ella concedidos, autorizados o permitidos.

Art. 11. Corresponde, también, a la Unión: fiscalizar los servicios de telecomunicaciones concedidos, permitidos o autorizados por los Estados y Municipios, en todo lo concerniente a la observancia de las normas generales establecidas en esta ley e la integración de estos servicios en el Sistema Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 12 Las concesiones hechas en el espacio de 150 (ciento cincuenta) kilómetros establecida por la Ley 2.587 de 12 de septiembre de 1955 obedecerán las normas determinadas en la referida ley, observando iguales restricciones relativas a los servicios explorados por la Unión.

Art. 13. Dentro de sus respectivos límites, los estados y los municipios podrán organizar, regular y ejecutar servicios de telefonía, directamente o bajo concesión, desde que se obedezcan las normas generales fijadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

CAPÍTULO IV

Del Consejo Nacional de Telecomunicaciones

Art. 14. Se crea el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (C.O.N.T.E.L.), con organización y responsabilidades definidas en esta ley, directamente subordinado al Presidente de la República.

Art. 15. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones tendrá un Presidente de Libre nombramiento por el Presidente de la República y será constituido:

a) por el Director del Departamento de Correo, en ejercicio en este cargo, que puede ser representado por persona elegida entre los miembros de su Gabinete o Directores de su repartición;

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

b) por 3 (tres) miembros indicados, respectivamente, por los Ministros de la Guerra, Marina y Aeronáutica;

c) por 1 (un) miembro indicado por el Jefe del Estado Mayor de las Fuerzas Armadas;

d) por 4 (cuatro) miembros indicados, respectivamente, por los Ministros de la Justicia y de Negocios Interiores, de la Educación y Cultura, de las Relaciones Exteriores y de la Industria Y Comercio;

e) de 3 (tres) representantes de los 3 (tres) mayores partidos políticos, según la respectiva representación en la Cámara de Diputados al inicio de la legislatura, indicados por la dirección nacional de cada camarilla.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

f) por el director de la empresa pública que tendrá bajo su responsabilidad la explotación de los troncos del Sistema Nacional de Telecomunicaciones y servicios correlacionados, lo cual puede ser representado por persona elegida entre los miembros de su Gabinete o Directores de la empresa;

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

g) por el Director General del Departamento Nacional de Telecomunicaciones, sin derecho a voto.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

§ 1º Se todos los tres partidos a los cuales se refiere el inciso “e” apoyen el Gobierno, el partido de menor representación será substituido por lo mayor partido de oposición, con representación en la Cámara de Diputados.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

§ 2º Los representantes de partidos políticos de que trata este artículo serán indicados hasta 30 (treinta) días después del inicio de cada legislatura.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Art. 16. El mandato de los miembros del Consejo mencionado en los incisos *b*, *c*, *d* y *e* será de 4 (cuatro) años.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Párrafo único. Será de dos años solamente el primer mandato de los miembros indicados en los incisos *b* y ... siendo observado el dispuesto en el § 2º del artículo anterior.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Art. 17. En caso de vacancia, el miembro que sea nombrado en sustitución, ejercerá el mandato hasta el fin del período lo cual cabría al sustituido.

Párrafo único. Está prohibida la sustitución de los miembros del Consejo en el decurso del mandato, excepto por causa justificada verificada por investigación administrativa o, como sanción, las decisiones hechas con el voto del sustituto serán anuladas.

Art. 18. El miembro del Consejo que falte, sin motivo justificado, a 3 (tres) juntas consecutivas, perderá automáticamente el cargo.

§ 1º El Reglamento Interno del Consejo dispondrá sobre las justificación de las faltas.

§ 2º Serán anuladas las deliberaciones las cuales participe, con voto decisivo, un miembro que haya cometido alguna de las sanciones de este artículo; el presidente que haya admitido este voto perderá inmediatamente el cargo.

Art. 19. El presidente será substituido, en caso de impedimento, por el vicepresidente electo por el Consejo entre sus miembros.

Párrafo único. El presidente tiene voto de calidad en las deliberaciones del Consejo.

Art. 20. Los miembros del Consejo, en su toma de protesta, deben probar que han pagado su impuesto sobre beneficios, presentar declaración de bienes y rendimientos propios, de sus esposas y dependientes; estos documentos deben ser renovados en el 30 de julio de cada año.

§ 1º Los documentos que hagan parte de estas declaraciones serán lacrados y archivados.

§ 2º El análisis de estos documentos solamente será admitido por determinación del Presidente de la República o del Poder Judicial.

Art. 21. Los miembros del Consejo recibirán mensualmente el sueldo correspondiente al símbolo I-C, además de una retribución, por sesión a la cual comparezcan, igual a 5% (cinco por ciento) del sueldo, hasta un máximo de 10 (diez) sesiones.

Art. 22. Los militares que hagan parte del Consejo, serán considerados, para todos efectos, durante las labores del respectivo mandato, en el ejercicio pleno de sus funciones militares.

Art. 23. Ningún miembro del Consejo o servidor que, en el mismo tenga ejercicio, podrá ser parte de cualquier empresa, compañía, sociedad o firma que tenga por objetivo comercial la telecomunicación como director, técnico, consultor, abogado,

perito, accionista, dueño de cuotas, obligacionista, socio o asalariado, ni tampoco tener cualquier interés directo o indirecto en la manufactura o venta de material aplicable a la telecomunicación.

§ 1º La infracción de este artículo – debidamente comprobada, resultará en la pérdida inmediata del mandato en el Consejo.

§ 2º Cabrá al Consejo conocer las denuncias hechas sobre este tema y, cuando por dos tercios de sus votos, entender que las acusaciones hayan sido comprobadas, encaminar al Presidente de la República el pedido de nombramiento del sustituto.

Art 24. A las deliberaciones unánimes del Consejo Nacional de Telecomunicaciones se podrán aplicar pedido de reconsideración para el mismo Consejo, y a las que no la sean [unánimes] cabrá recurso al Presidente de la República.

§ 1º Las decisiones serán tomadas por la mayoría absoluta de los votos de los miembros que componen el Consejo considerándose unánimes solamente las que cuenten con la totalidad de estos.

§ 2º El recurso al Presidente de la República o el pedido de consideración debe ser presentado en el plazo de 60 (sesenta) días, contados a partir de la publicación hecha al interesado, por telegrama o carta registrada con aviso de recibimiento.

§ 3º El recurso para el Presidente de la República tendrá efecto suspensivo.

Art. 25. El Departamento Nacional de Telecomunicaciones es la secretaría ejecutiva del Consejo y tendrá la siguiente organización administrativa:

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

I - División de Ingeniería

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

II - División Jurídica

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

III - División Administrativa

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

IV - División de Estadística

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

V - División de Fiscalización

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

VI - Oficinas Regionales.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Art. 26. El territorio nacional queda dividido en ocho Distritos. Cada uno de estos tendrá una Oficina Regional, con sede, respectivamente, en

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Brasilia (DF)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Belém (PA)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Recife (PE)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Salvador (BA)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Rio de Janeiro (RJ)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

São Paulo (SP)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Porto Alegre (RS)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Campo Grande (MT)

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Párrafo único. Cada distrito tendrá su jurisdicción delimitada por el Consejo.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Art. 27. Están creados, en el Consejo, los cargos con sueldo extra según tabla adjunta.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Art. 28. Los miembros del Consejo, su presidente, su director general, los directores de división y los delegados regionales serán ciudadanos brasileños de reputación inmaculada y notorios conocimientos de asuntos asociados a las diversas ramas de las telecomunicaciones”.

Art. 29. Compete al Consejo Nacional de Telecomunicaciones:

- a) elaborar su reglamento interno;
- b) organizar, en la forma de la ley, los servicios de su administración;
- c) elaborar el plan nacional de telecomunicaciones y proceder a su revisión, por lo menos, a cada cinco años, para debida aprobación por el Congreso Nacional;
- d) adoptar medidas que aseguren la continuidad de los servicios de telecomunicaciones, cuando las concesiones, autorizaciones o permisos no sean renovados o tengan sido casados, y haya interés público en la continuidad de estos servicios;
- e) promover, orientar e coordinar el desarrollo de las comunicaciones, así como la constitución, organización. Articulación y expansión de los servicios públicos de telecomunicaciones;
- f) establecer las prioridades previstas en el art. 9º, §2º de esta ley;
- g) proponer o promover las medidas adecuadas a la ejecución de la presente ley;
- h) fiscalizar el cumplimiento de las obligaciones debidas de concesiones, autorizaciones y permisos de servicios de telecomunicaciones y aplicar las sanciones que estén a su jurisdicción;
- i) Rever los contratos de concesión o actos de autorización o permiso, por efecto de la aprobación, por el Congreso, de actos internacionales;
- j) Fiscalizar las concesiones, autorizaciones y permisos en vigencia; opinar sobre la respectiva renovación y proponer la declaración de caducidad y prescripción;
- l) estudiar los temas a ser debatidos por las delegaciones brasileñas, en las conferencias y reuniones internacionales de telecomunicaciones, sugiriendo y proponiendo directrices.
- m) establecer normas para la estandarización de la escrita y de la contabilidad de las empresas que exploren servicios de telecomunicación;
- n) promover y supervisar el archivamiento público de los bienes y la pericia de la contabilidad de las empresas concesionarias o permisionarias e servicios de telecomunicación, y de las empresas subsidiarias, asociadas o dependientes de ellas, o a ellas vinculadas, incluso de las que sean controladas por accionistas extranjeros, o tengan como accionistas personas morales basadas en el extranjero, con el objetivo de determinar la inversión efectivamente realizada y el conocimiento de todos los elementos, que concurran a la determinación de los costos del servicio, solicitando para tal fin los funcionarios federales que puedan contribuir para la apuración de estos datos;
- o) establecer normas técnicas dentro de las leyes y reglamentos en vigencia, visando a la eficiencia y la integración de los servicios en el sistema nacional de telecomunicaciones;
- p) proponer al Presidente de la República el valor de las tasas a ser pagas por la ejecución de los servicios concedidos, autorizados o permitidos, y destinadas a pagar por los servicios de fiscalización.
- q) cooperar para el desarrollo de la educación técnica profesional en las ramas pertinentes a la telecomunicación;
- r) promover y estimular el desarrollo de la industria de equipos de telecomunicaciones, dando preferencia a aquellos cuyo capital en su mayoría, pertenezcan a accionistas brasileños.

- s) establecer o aprobar normas técnicas y especificaciones a ser observadas en la planificación de la producción industrial y en la fabricación de piezas, aparatos y equipos utilizados en los servicios de telecomunicaciones;
- t) sugerir normas para censura en los servicios de telecomunicaciones, en caso de declaración de Estado de Sitio;
- u) fiscalizar la ejecución de convenios firmados por el gobierno brasileño con otros países;
- v) encaminar a la autoridad superior los recursos regularmente interpuestos de sus actos, decisiones o resoluciones;
- x) otorgar o renovar cualquier permiso y autorizaciones de servicio de radiodifusión de carácter local (art.33, §5) y opinar sobre la otorga o renovación de concesiones y autorizaciones (art.34, §§1º y 3º);
- z) establecer normas, fijar criterios y tasas para redistribución de tarifa en los casos de tráfico mutuo entre las empresas de telecomunicación en todo el País;
- aa) expedir certificados de licencia para el funcionamiento de las estaciones de radiocomunicación y radiodifusión una vez que sea verificado, en visita de inspección, que están atendidas las condiciones técnicas exigidas;
- ab) establecer las calificaciones necesarias al desempeño de funciones técnicas y operacionales pertinentes a las telecomunicaciones, expidiendo los certificados correspondientes;
- ac) solicitar la prestación de servicios de cualquier repartición o oficina federal;
- ad) aplicar las sanciones de multa y suspensión a las estaciones de radiodifusión que transmitan o utilicen, total o parcialmente, las emisiones de estaciones congéneres sin autorización previa;
- ae) fiscalizar, durante las transmisiones de radiodifusión, la declaración del prefijo o indicativo y la localización de la estación emisora y de la estación de origen;
- af) fiscalizar el cumplimiento, por parte de las emisoras de radiodifusión, de las finalidades y obligaciones de programación, definidas en el art. 38;
- ag) establecer o aprobar normas técnicas y especificaciones para la fabricación y uso de cualquier instalaciones o equipos eléctricos que puedan venir o causar interferencias perjudiciales a los servicios de telecomunicaciones, incluyéndose en esta disposición las líneas de transmisión de energía y las estaciones y subestaciones transformadoras;
- ah) proponer al presidente del Consejo la imposición de las sanciones de la competencia del Consejo;
- ai) opinar sobre la aplicación de la sanción de casación o de suspensión, cuando fundada en motivaciones de orden técnica;
- aj) proponer, en parecer fundamentado, la declaración de caducidad o prescripción, de la concesión, autorización o permiso;
- al) opinar sobre los actos internacionales de naturaleza administrativa, antes de su aprobación por el presidente de la República (artículo 3º);
- am) aprobar las especificaciones de las redes telefónicas de exploración o concesión estatal o municipal.

CAPÍTULO V

De los Servicios de Telecomunicaciones

Art. 30. Los servicios de telégrafos, radiocomunicaciones y teléfonos interestatales está bajo jurisdicción de la Unión, que explotará directamente los troncos integrantes del Sistema Nacional de Telecomunicaciones, y podrá explotar

directamente o a través de concesión, autorización o permiso, las líneas y los canales subsidiarios.

§ 1º Los troncos que constituyen el Sistema Nacional de Telecomunicaciones será explotados por la Unión a través de una empresa pública, con los derechos y prerrogativas del Departamento de Correos y Telégrafos, a la cual avocará todos los servicios procesados por dichos troncos, en la medida que expiren las concesiones o autorizaciones vigentes o que se vuelva conveniente la revocación de las autorizaciones sin un plazo determinado.

§ 2º Los servicios telefónicos explotados por un Estado o un Municipio, directamente o a través de concesión o autorización, a partir del momento en que conecten directa o indirectamente a servicios semejantes existentes en otra unidad federativa, estarán bajo fiscalización del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, que tendrá poderes para determinar las condiciones de tráfico mutuo, la redistribución de las tasas resultantes, y las normas y especificaciones que deben ser obedecidas en la operación e instalación de estos servicios, incluso para determinación de las tarifas.

Art. 31. Los servicios internacionales de telecomunicaciones serán explorados por la Unión directamente o a través de concesión otorgada, sin carácter exclusivo, para la instalación y la operación de estaciones en puntos determinados del territorio nacional, con el único fin de establecer servicio público internacional.

Párrafo único. Las estaciones de los concesionarios serán enlazadas al Servicio Nacional de Telecomunicaciones, a través de lo cual será encaminado y recibido tráfico telegráfico y telefónico para los locales no comprendidos en la concesión.

Art. 32. Los servicios de radiodifusión, en los cuales se comprenden los de televisión, serán ejecutados directamente por la Unión o a través de concesión, autorización o permiso.

Art. 33. Los servicios de telecomunicaciones, no ejecutados directamente por la Unión, podrán ser explorados por concesión, autorización o permisión, observadas las disposiciones de la presente ley.

§ 1º En la atribución de frecuencias para ejecución de servicios de telecomunicaciones serán considerados:

- a) el empleo ordenado y económico del espectro electromagnético;
- b) las consignaciones de frecuencias hechas anteriormente, con el objetivo de evitar una interferencia prejudicial.

§ 2º Se considera interferencia cualquier emisión, irradiación o inducción que obstruya, total o parcialmente, o interrumpa repetidamente servicios radioeléctricos.

§ 3º Los plazos de concesión y autorización serán de 10 (diez) años para el servicio de radiodifusión sonora y de 15 (quince) años para el de televisión, pudiendo ser renovados por períodos sucesivos e iguales si los concesionarios hayan cumplido todas las obligaciones legales y contractuales, mantenida la misma idoneidad técnica, financiera y moral, y atendido el interés público.

§ 4º Una vez que la concesionaria haya requerido, en tiempo hábil, la prórroga de la respectiva concesión, la tendrá como deferida si el órgano competente no decidir dentro de 120 (ciento veinte) días.

§5º Los servicios de radiodifusión de carácter local serán autorizados por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

§ 6º Dependen de permiso, dado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones los siguientes servicios:

- a) Público restringido (Art. 6º, letra b);
- b) Limitado (Art. 6º, letra c);
- c)de Radioamador (Art. 6º, letra e);
- d) Especial (Art. 6º, letra f).

Art. 34. Las nuevas concesiones o autorizaciones para el servicio de radiodifusión serán precedidas de convocatoria, publicada con 60 (sesenta) días de anticipo por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, invitando a los interesados a presentar sus propuestas en plazo determinado, de la cual deben hacer parte:

- a) una prueba de idoneidad moral;
- b) una demostración de los recursos técnicos y financieros de que disponen para el emprendimiento;
- c) una indicación de los responsables por la orientación intelectual y administrativa de la entidad y, caso aplique, del órgano a que compete la eventual sustitución de los responsables.

§ 1º La otorga de la concesión o autorización es una prerrogativa del Presidente de la República, excepto el dispuesto en el art. 33 § 5º, después consultado el Consejo Nacional de Telecomunicaciones sobre las propuestas y requisitos exigidos por el aviso público, y de publicado el respectivo parecer.

§ 2º Tendrán preferencia para la concesión las personas morales de derecho público interno, incluso universidades.

§ 3º Las disposiciones del presente artículo regulan las nuevas autorizaciones de servicios locales en que se apliquen.

Art. 35. Las concesiones y autorizaciones no tienen carácter de exclusividad y se restringen, cuando involucran la utilización de radiofrecuencia, al respectivo uso sin limitación del derecho, que compete a la Unión, de ejecutar, directamente, servicio idéntico.

Art. 36. El funcionamiento de las estaciones de telecomunicación queda subordinado a licencia previa, de la cual harán parte las respectivas características, y que solamente será expedida después de verificada la observancia de todas las exigencias legales.

§1º La inspección, para las estaciones de radiodifusión, después de atendidas las condiciones legales a que se refiere este artículo y del registro del contrato de concesión por el Tribunal de Cuentas, deberá ser procedida dentro de 30 (treinta) días después de la fecha de entrada del pedido de inspección y, una vez que esta sea aprobada, la otorga de la licencia para funcionamiento no podrá ser retardado por más de 30 (treinta) días.

§ 2º El dispuesto en este artículo no se aplica a las redes por cable del Departamento de Correos y Telégrafos y de los ferrocarriles, correspondiéndoles, sin embargo, comunicar al Consejo Nacional de Telecomunicaciones la fecha de la inauguración y las características de la estación para inscripción en el padrón y ulterior verificación.

§ 3º Expirado el plazo de la concesión o de la autorización, la licencia para el funcionamiento de la estación pierde automáticamente su validez.

Art. 37. Los servicios de telecomunicaciones pueden ser expropiados o requeridos en los términos del Art. 141§16 de la Constitución y de las leyes vigentes. Párrafo único. En el cálculo de la indemnización serán deducidos los favores cambiales y fiscales concedidos por la Unión y por los estados.

Art. 38. En las concesiones y autorizaciones para la ejecución de servicios de radiodifusión se observarán, además de otros requisitos, los siguientes preceptos y condiciones:

- a) los directores y gerentes serán brasileños nacidos en Brasil y los técnicos encargados de la operación de los equipos transmisores serán brasileños o extranjeros con residencia exclusiva en el País; será permitida, sin embargo, en carácter excepcional y con autorización expresa del Consejo de Telecomunicaciones, la admisión de expertos extranjeros, bajo contrato, para estas últimas funciones.
- b) la modificación de los estatutos y actos constitutivos de las empresas depende, para su validez, de aprobación del Gobierno, consultado previamente el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.
- c) la transferencia de concesión, la cesión de bonos o de acciones representativas del capital social dependen, para su validez, de autorización del Gobierno después de pronunciamiento del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.
- d) los servicios de información, diversión, propaganda y publicidad de las empresas de radiodifusión están subordinados a las finalidades educativas y culturales inherentes a la radiodifusión, visando a los superiores intereses del País.

- e) las emisoras de radiodifusión, excluidas las de televisión, están obligadas a retransmitir, diariamente, entre las 7 (siete) y las 8 (ocho) horas de la noche, con excepción de los sábados, domingos y días festivos, el programa oficial de informaciones de los Poderes de la República, estando reservados 30 (treinta) minutos para la divulgación del noticiero preparado por las dos Casas del Congreso Nacional;
- f) las empresas, no solamente a través de la selección de su personal, sino también por las normas de trabajo observadas en las estaciones emisoras, deben crear las condiciones más eficaces para que se evite la práctica de cualquier de las infracciones prevista en la presente ley;
- g) la misma persona no podrá participar de la dirección de más de una concesionaria o permisionaria del mismo tipo de servicio de radiodifusión, en la misma localidad;
- h) Las emisoras de radiodifusión, incluso la televisión, deberán cumplir su finalidad informativa, destinando un mínimo de 5% (cinco por ciento) de su tiempo para la transmisión de servicio noticioso.

Párrafo único. No podrá ejercer la función de director o de gerente de concesionaria, permisionaria o autorizada de servicio de radiodifusión quienes estén en la posesión de inmunidad parlamentaria o de foro especial.

Art. 39. Las estaciones de radiodifusión, en los 90 (noventa) días anteriores a las elecciones generales del País o de la circunscripción electoral donde estén basadas, reservarán diariamente 2 (dos) horas a la propaganda partidaria gratuita, siendo una de ellas durante el día y la otra entre las 8 (ocho) y las 11 (once) horas de la noche y destinadas, bajo el criterio de rigurosa rotación, a los diferentes partidos y con proporcionalidad en el tiempo de acuerdo con los respectivos grupos políticos en el Congreso Nacional y en los Congresos Locales .

§1º Para efecto de este artículo, la distribución de los horarios que serán utilizados por los diversos partidos será fijada por la Justicia Electoral, después que sean consultados los representantes de las direcciones partidarias.

§2º Si se requiere la alianza entre partidos, la rotación prevista en el párrafo anterior será alternada entre los partidos requirentes de alianzas diversas.

§3º El tiempo-aire no utilizado por cualquier partido será redistribuido por los demás; no es permitida la cesión o transferencia.

§4º Corresponderá a la Justicia Electoral disciplinar las divergencias derivadas de la aplicación de este artículo.

Art. 40. Las estaciones de radio están obligadas a divulgar, 60 (sesenta) días antes de las elecciones mencionadas en el artículo anterior, los comunicados de la Justicia Electoral hasta un máximo de tiempo de 30 (treinta) minutos.

Art. 41. Las estaciones de radio y de televisión no podrán cobrar, en la publicidad política, precios superiores a aquellos en vigencia, en los 6 (seis) meses anteriores, para la publicidad común.

Art. 42. El Poder Ejecutivo está autorizado a constituir una entidad autónoma, bajo la forma de empresa pública, de cuyo capital participen exclusivamente personas morales de derecho público interno, bancos y empresas gubernamentales, con el objetivo de explotar industrialmente servicios de telecomunicaciones puestos, en los términos de la presente ley, bajo el régimen de explotación directa de la Unión.

§ 1º La entidad a la cual se refiere este artículo ampliará progresivamente sus encargos, en acuerdo a las directrices elaboradas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, bajo:

- a) la transferencia, por Decreto del Poder Ejecutivo, de servicios que hoy son ejecutados por el Departamento de Correos y Telégrafos;
- b) la incorporación de servicios que hoy son explotados bajo concesión o autorización, en la medida que sean extintas;
- c) expropiación de servicios existentes en la forma de la legislación vigente.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

§ 2º El Presidente de la República nombrará una comisión para organizar la nueva entidad y a ella incorporar los bienes muebles e inmuebles pertenecientes a la Unión,

que actualmente están bajo la administración del Departamento de Correos y Telégrafos, aplicados en los servicios transferidos.

§ 3º La entidad podrá contratar personal en acuerdo a la legislación laboral, reclutado dentro o afuera del país, para ejercer las funciones de naturaleza técnico-especializada, relativas a las instalaciones y uso de equipos especiales.

§ 4º La entidad podrá solicitar del Departamento de Correos y Telégrafos el personal que les haga falta para su funcionamiento, siendo el pago respectivo por cuenta de sus propios recursos.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

§ 5º Los recursos de la nueva entidad serán constituidos:

a) por las tarifas cobradas por la prestación de sus servicios;

b) por los recursos del Fondo Nacional de Telecomunicaciones creado por el Art. 51 de esta ley, cuya aplicación obedecerá al Plan Nacional de Telecomunicaciones, elaborado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones y aprobado por Decreto del Presidente de la República;

c) por los fondos consignados en el Presupuesto General de la Unión;

d) por el producto de operaciones de crédito, intereses de depósitos bancarios, ganancias por bienes patrimoniales, venta de materiales inservibles o de bienes patrimoniales.

§ 6º El recaudo de las tasas de otras fuentes de receta será efectuada directamente por la entidad o bajo convenios y acuerdos del Poder Público.

Art. 43. Las tarifas debidas por la utilización de los servicios de telecomunicaciones prestados por la entidad serán establecidas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones de forma que remunere siempre los costos totales de los servicios, las amortizaciones del capital usado para la inversión y la formación de fondos necesarios a la conservación, al repuesto, la modernización de los equipos y la ampliación de los servicios.

Art. 44. Es vedada la concesión o autorización del servicio de radiodifusión a sociedades por acciones al portador, o a empresas que no sean constituidas exclusivamente de los brasileños a que se refieren los incisos I y II del Art. 129 de la Constitución Federal.

Art. 45. A cada modalidad de telecomunicación corresponderá una concesión, autorización o permiso distinto que será considerado aisladamente para efectos de la fiscalización y de las contribuciones previstas en esta ley.

Art. 46. Los Estados y Territorios Federales podrán obtener permiso para el servicio telegráfico interior limitado, bajo su administración y responsabilidad directas, dentro de los respectivos límites y destinado exclusivamente a comunicaciones oficiales.

Art. 47. Ninguna estación de radiodifusión, de propiedad de la Unión, de los Estados, Territorios o Municipios o en las cuales poseen estas personas de derecho público la mayoría de las cuotas o acciones, podrá ser utilizada para hacer propaganda política o difundir opiniones favorables o contrarias a cualquier partido político, sus órganos, representantes o candidatos, con excepción al dispuesto en la legislación electoral.

Art. 48. Ninguna estación de radiodifusión podrá transmitir o utilizar, total o parcialmente, las emisiones de estaciones congéneres, nacionales o extranjeras, sin que esté por estas previamente autorizada. Durante la irradiación, la estación hará conocer que se trata de una retransmisión o del aprovechamiento de transmisión ajena, declarando, además del propio indicador y localización, aquellos de la estación original.

Art. 49. A cualquier particular puede ser dado, por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, un permiso para ejecutar un servicio limitado, para uso privado, entre dos localidades o en una misma ciudad, de télex, *facsimile* o procesos semejantes.

(Partes mantenidas por el Congreso Nacional)

Párrafo único. Solamente será permitido el télex internacional desde que los servicios a Brasil sean ejecutados a través de la Red Nacional de Telecomunicaciones y que el permisionario asegure el recogimiento de las tasas terminales brasileñas y de las de ejecución del trabajo por la Unión.

Art. 50. Las concesiones y autorizaciones para la ejecución de servicios de telecomunicaciones podrán ser revistas siempre que sea necesaria su adaptación a una cláusula de actos internacionales, aprobados por el Congreso Nacional o a leyes posteriores de actos, observado el dispuesto en el art. 141, § 3º de la Constitución Federal.

CAPÍTULO VI Del Fondo Nacional de Telecomunicaciones

Art. 51. Se crea el Fondo Nacional de Telecomunicaciones, constituido por los recursos relacionados a continuación, los cuales serán recaudados por el plazo de 10 (diez) años y estarán a disposición de la entidad a la cual se refiere el art. 42, para que sean aplicados como determinado en el Plan Nacional de Telecomunicaciones, elaborado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones y aprobado por decreto del Presidente de la República:

- a) producto de recaudación de tarifas especiales creadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones sobre cualquier servicio de telecomunicación prestado por el Departamento de Correos y Telégrafos, por empresas concesionarias o permisionarias, incluso tráfico mutuo, tasas terminales y tasas de radiodifusión y radioamadorismo; sin embargo, la tarifa especial no podrá ir allá de un 30% (treinta por ciento) de la tarifa normal;
- b) intereses de los depósitos bancarios de recursos del propio fondo y producto de operaciones de crédito garantizadas por el fondo;
- c) rendimientos eventuales, inclusive donaciones.

CAPÍTULO VII De las Infracciones y Sanciones

Art. 52. La libertad de radiodifusión no excluye la sanción a aquellos que practiquen abusos en su ejercicio.

Art. 53. Constituye abuso, en el ejercicio de la libertad de radiodifusión, el empleo de ese medio de comunicación en la práctica de crimen o contravención previstos en la legislación en vigencia en el País, incluso:

- a) incitar la desobediencia a las leyes o a decisiones judiciales;
- b) divulgar secretos de Estado o asuntos que perjudiquen a la defensa nacional;
- c) ultrajar la honra nacional;
- d) hacer propaganda de guerra o de procesos violentos para subvertir el orden político o social;
- e) promover campañas discriminatorias de clase, color, raza o religión;
- f) promover la rebeldía o la indisciplina en las fuerzas armadas o en los servicios de seguridad pública;
- g) comprometer las relaciones internacionales del País;
- h) ofender la moral familiar, pública o las buenas costumbres;
- i) calumniar, injuriar o difamar a los Poderes Legislativo, Ejecutivo o Judicial o los respectivos miembros;
- j) vehicular noticias falsas, con peligro al orden público, económico y social;

Párrafo único. Si la divulgación de las noticias falsas ha resultado de error de información y se haya desmentido inmediato, a ninguna sanción estará sujeta la concesionaria o permisionaria.

Art. 54. Son libres la crítica y los conceptos desfavorables, aunque vehementes, así como la narrativa de hechos verdaderos, salvo las restricciones establecidas por la ley, incluso de actos de cualquier de los Poderes del Estado.

Art. 55. Es inviolable la telecomunicación en los términos de esta ley.

Art. 56. Practican crimen de violación de telecomunicación quienes, transgrediendo ley o reglamento, exhiban autógrafo o cualquier documento de archivo, divulgue o comunique, informe o capte, transmita a otros o utilice el contenido, resumen, significado, interpretación, indicación o efecto de cualquier comunicación dirigida a tercero.

§1º Practican, también, crimen de violación de telecomunicaciones quienes ilegalmente reciban, divulguen o utilicen telecomunicación interceptada.

§2º Solamente los servicios fiscales de las estaciones y puestos oficiales podrán interceptar telecomunicaciones.

Art. 57. No constituye violación de telecomunicación:

I - La recepción de telecomunicación dirigida por quienes directamente o como cooperación estén legalmente autorizados;

II - El conocimiento dado:

- a) al destinatario de la telecomunicación o a su representante legal;
- b) a los interventores necesarios al curso de la telecomunicación;
- c) al comandante o jefe, bajo cuyas ordenes inmediatas esté sirviendo;
- d) a los fiscales del Gobierno junto a los concesionarios o permisionarios;
- e) al juez competente, bajo requisición o intimación de él;

Párrafo único. No están comprendidas en las prohibiciones contenidas en esta ley las radiocomunicaciones destinadas a ser libremente recibidas, las de amadores, las relativas a navíos y aeronaves en peligro, o aquellas transmitidas en casos de calamidad pública.

Art. 58. En los crímenes de violación de telecomunicación, a que se refieren esta ley y el art. 151 del Código Penal, cabrán, todavía, las siguientes penas:

I – Para las concesionarias o permisionarias:

- a) suspensión hasta 30 (treinta) días, si culpados por acción o omisión;
- b) la aplicación de multa administrativa o de pena de suspensión o casación no excluye la responsabilidad criminal.

II – Para las personas:

- a) 1 (uno) a 2 (dos) años de detención o pérdida de cargo o empleo, si apurada la responsabilidad en proceso regular, iniciado con la remoción inmediata del acusado hasta la decisión final;
- b) para la autoridad responsable por la violación de telecomunicación, las penas previstas en la legislación en vigencia serán aplicadas en doble.

Párrafo único. La reincidencia en el caso de la alinea a del ítem I será punida con pena doble, acarreado siempre suspensión o casación.

Art. 59. Serán suspendidos o revocados, proporcionalmente a la gravedad de la infracción, los certificados de operadores y amadores responsables por el crimen de violación de telecomunicación.

Art. 60. Las sanciones administrativas, inclusive la multa, serán aplicadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 61. Las sanciones por infracción de esta ley son:

- a) multa;
- b) suspensión;
- c) casación;
- d) detención.

Párrafo único: Si la concesión o permiso abarcar más de una emisora, la sanción que recaer sobre una de ellas no atingirá las otras inocentes.

Art. 62. La sanción por multa podrá ser aplicada por infracción:

- a) de las letras a, b, c, e, g y h del artículo 38 de esta ley;
- b) del art. 53 de esta ley;

c) del art. 124 de esta ley.

Art. 63. La multa tendrá el valor:

- a) de 1 (una) a 10 (diez) veces el mayor salario-mínimo, para las estaciones de radiodifusión hasta 1 (un) kW;
- b) de 1 (una) a 20 (veinte) veces el mayor salario-mínimo, para las estaciones de radiodifusión hasta 10 (diez) kW;
- c) de 1 (una) a 50 (cincuenta) veces el mayor salario-mínimo, para las estaciones de radiodifusión con más de 10 (diez) kW, y para las estaciones de televisión;
- d) de 1 (una) a 100 (cien) veces el mayor salario-mínimo, para las telecomunicaciones que no sean de radiodifusión.

Párrafo único. La reincidencia será sancionada con multa impuesta en doble.

Art. 64. Para los efectos de esta ley, se considera reincidencia la reiteración dentro de un año en la práctica de la misma infracción ya sancionada anteriormente.

Art. 65. La pena de multa podrá ser aplicada aislada o conjuntamente con otras sanciones especiales estatuidas en esta ley.

Art. 66. Las multas serán aplicadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, dentro de un plazo de 30 (treinta) días, contados a partir de la fecha del ingreso o de la formación del oficio de la respectiva representación en su secretaría.

§ 1º Dentro de un plazo de 5 (cinco) días, contados a partir de la notificación, el acusado podrá ofrecer defensa por escrito.

§ 2º Las multas podrán, también, ser aplicadas por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones bajo representación de las autoridades referidas en el art. 68 de esta ley.

Art. 67. El infractor multado podrá dentro de 5 (cinco) días y con efecto suspensivo, recurrir al Presidente de la República, que le dará o negará asentimiento pudiendo, aún, reducir el valor de la multa.

Art. 68. La suspensión de la concesión o del permiso, hasta 30 (treinta) días, será aplicada por el Ministro de la Justicia, en los casos que la infracción este capitulada en el Art. 53 de esta ley, ex officio o por representación de cualquier de las siguientes autoridades:

I – En todo el territorio nacional:

- a) Mesa de la Cámara de Diputados o del Senado Federal;
- b) Presidente del Supremo Tribunal Federal;
- c) Ministro de Estado;
- d) Procurador General da República;
- e) Jefe de Estado Mayor de las Fuerzas Armadas;
- f) Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

II – En los Estados:

- a) Mesa de la Asamblea Legislativa;
- b) Presidente del Tribunal de Justicia;
- c) Secretario del Interior y de la Justicia;
- d) Jefe del Ministerio Público Estatal;
- e) Juez de Menores, en los casos de ofensa a la moral y a las buenas costumbres.

III – En los Municipios:

- a) Mesa de la Cámara Local;
- b) Presidente Municipal.

Art. 69. Así que reciba la representación de las autoridades referidas en el art. 68, inciso I, letras a y b, incontinenti el Ministro de la Justicia notificará la concesionaria o la permisionaria a que:

- a) no reincida en la transmisión objeto de la representación, hasta que esta sea decidida por el Ministro de la Justicia;
- b) desmienta, inmediatamente, la transmisión incriminada o la deshaga por declaraciones contrarias a las que hayan motivado la representación;
- c) ofrezca defensa en el plazo de 5 (cinco) días.

Párrafo único. Cuando la representación sea de las autoridades referidas en el art. 68, inciso I, letras c, d y f, inciso II, letras a, b, c, d y e, inciso III letras a y b, el Ministro de la Justicia verificará *in limine* su procedencia, para que notifique o no la concesionaria o permisionaria.

Art. 70. En caso de que la notificación no sea prontamente obedecida, el Ministro de la Justicia suspenderá, provisionalmente, la concesionaria o permisionaria.

Párrafo único: El Ministro de la Justicia decidirá las representaciones que le sean ofrecidas dentro de 15 (quince) días, improrrogables.

Art. 71. La concesionaria o permisionaria que no se conforme con la notificación, suspensión provisional o sanción de suspensión aplicada por el Ministro de la Justicia podrá, dentro de cinco días, promover el pronunciamiento del Tribunal Federal de Recursos, a través de mandado de seguridad, observando las siguientes normas:

- a) el Presidente, dentro de un plazo improrrogable de 24 (veinticuatro) horas, suspenderá o no *in limine* el acto del Ministro de la Justicia;
- b) el plazo para las informaciones del Ministro de la Justicia de 48 (cuarenta y ocho) horas improrrogables;
- c) después del recibimiento de las informaciones, el relator enviará el proceso inmediatamente a la Mesa, para que sea juzgado en la primera Reunión de la Clase;
- d) el Procurador emitirá parecer oral en la sesión de juzgado, después el informe;
- e) el juzgado es de competencia de clases aisladas;
- f) la defensa y las informaciones podrán ser enviadas por vía telegráfica o radiotelegráfica;
- g) el Reglamento Interno del Tribunal federal de Recursos establecerá normas complementarias para la aplicación de esta Ley, incluso para el periodo de vacaciones forenses.

§1º La autoridad que no se conforme con la decisión denegatoria de representación ofrecida al Ministro de la Justicia podrá, dentro de 15 (quince) días de la misma, promover el pronunciamiento del Poder Judicial, a través de mandado de seguridad, interpuesto al Tribunal Federal de Recursos.

§2º La decisión final del Ministro de la Justicia, aplicando sanción de suspensión, solamente será ejecutada después de la decisión liminar a la cual se refiere la letra "a" de este artículo, cuando se confirme la suspensión.

§3º La Justicia Electoral podrá también notificar para que cesen e inmediatamente sean desmentidas las transmisiones que constituyan infracción a la legislación electoral; su suspensión será determinada en hasta 24 (veinticuatro) horas, en caso de desobediencia.

Art. 72. La sanción de suspensión hasta 15 (quince) días, después que se consulte el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, será también aplicada por el Ministro de la Justicia en los siguientes casos:

- a) infracción de las letras a, b, c, e, g y h, del art. 38 de esta ley, estipulando el Ministro de la Justicia plazo para que sean resueltas las irregularidades;
- b) no respecto al derecho de réplica reconocido por decisión judicial;
- c) cuando sea creada situación de peligro de vida;
- d) inobservancia del dispuesto en los §§3º y 4º del art. 81 y en el art. 86 de esta ley.

Único: En el caso de la letra e de este artículo, la suspensión podrá ser aplicada por el agente fiscalizador, ad referendum del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 73. A la suspensión aplicada en los términos del artículo anterior vale recurso en el plazo de 3 (tres) días, al Presidente de la República, con efecto suspensivo, salvo el caso del inciso "c".

Art. 74. La pérdida por casación será impuesta por el Ministro de la Justicia dentro de 30 (treinta) días y mediante representación del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en los siguientes casos:

- a) reincidencia en infracción anteriormente punida con suspensión;

- b) interrupción del funcionamiento por más de 30 (treinta) días consecutivos, excepto cuando haya autorización del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, por justa causa;
- c) superveniencia de incapacidad legal, técnica o económica para ejecución de los servicios en la concesión o autorización;
- d) por no haber la concesionaria o permisionaria, en el plazo estipulado por el Ministro de la Justicia, corregido las irregularidades motivadoras de suspensión anteriormente impuesta.

§1° El Consejo Nacional de Telecomunicaciones, cuando representa pidiendo la casación hará saber, en la misma fecha, a la concesionaria o permisionaria para que, dentro de 15 (quince) días, ofrezca defensa escrita, si quiere.

§2° La concesionaria o permisionaria que no se conforme con la casación, podrá promover el pronunciamiento del Tribunal Federal de Recursos, a través del mandado de seguridad, cabiendo a su Presidente decidir sobre la suspensión liminar del acto, en el plazo improrrogable de 24 (veinticuatro) horas.

§3° Se aplica, cuanto a la ejecución de la casación, el dispuesto en el §2° del art. 71, de esta ley.

Art. 75. La caducidad de la concesión o de la autorización será declarada por el Presidente de la República, precediendo de parecer del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, si la respectiva concesionaria o permisionaria decaer de derecho a la renovación.

Art. 76. La caducidad de la concesión o de la autorización será declarada por el Presidente de la República, precediendo parecer del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, en los siguientes casos:

- a) cuando la concesión o autorización transcurra por convenio con otro País, cuya denuncia la haga inexecutable;
- b) cuando expiraren los plazos de la concesión o autorización por convenio con otro País, siendo inviable la prórroga.

Único: La declaración de caducidad solamente se dará caso sea imposible evitarla por convenio con cualquier país o por inexistencia comprobada de frecuencia en Brasil, que pueda ser atribuida a la concesionaria o permisionaria, a fin de que no cese su funcionamiento.

Art. 77. A declaración de la extinción o caducidad, cuando viciada por ilegalidad, abuso de poder o por la desconformidad con los fines o motivaciones alegados, titulará el perjudicado a postular reparación de su derecho en el Poder Judicial.

Art. 78. Constituye crimen sancionable con la pena de detención de 1 (uno) a 2 (dos) años, aumentada de la mitad si hay daño a tercero, la instalación o utilización de telecomunicaciones, sin que sea observado el dispuesto en esta ley y en los reglamentos.

Art. 79. Las autoridades, personas, entidades o empresas de noticias que funcionen legalmente en el País, cuando no bajo responsabilidad de la concesionaria o permisionaria, que practican abuso referido en el art. 53 de esta ley, están sujetas, en lo que quepa, al dispuesto en los artículos 9° a 16 y 26 a 51 de la Ley n. 2.083, de 12 de noviembre de 1953.

§ 1° La responsabilidad por la autoría, en los términos de lo dispuesto en este artículo, no excluye aquella de la concesionaria o permisionaria, cuando culpada por acción u omisión.

§ 2° Las multas estipuladas por la Ley 2.083, de 12 de noviembre de 1953, serán de 5 (cinco) a 100 (cien) veces el valor del mayor salario mínimo vigente en el País.

Art. 80 Se equiparan a la actividad del periodista profesional la búsqueda, redacción, divulgación o la promoción, a través de la radiodifusión, de noticias, reportajes, comentarios, debates y entrevistas.

Art. 81. Independientemente de la acción penal, el ofendido por la calumnia, difamación o injuria cometida por medio de radiodifusión, podrá demandar, en el Juicio Civil, la reparación del daño moral, respondiendo por este solidariamente el ofensor, la

concesionaria o permisoria, cuando culpada por acción o omisión, y cualquier uno que, favorecido por el crimen, haya de cualquier modo contribuido a él.

§1º La acción seguirá el protocolo del proceso ordinario establecido en el Código de Proceso Civil.

§2º Bajo sanción de decadencia, la acción debe ser propuesta dentro de 30 (treinta) días, contados a partir de la fecha de la transmisión calumniosa, difamatoria o injuriosa.

§3º Para ejercer el derecho a reparación, es indispensable que en un plazo de 5 (cinco) días para las concesionarias o permisoria de hasta 1kw y de 10 (diez) días para las otras, quienes hayan sido ofendidos las notifique, por medio judicial o extrajudicial, para que no se deshagan de la grabación ni destruyan el texto referidos en el art. 86 de esta Ley.

§4º La concesionaria o permisoria solamente podrá destruir la grabación o texto que es objeto de la notificación referida en este artículo después del pronunciamiento conclusivo del Poder Judicial acerca de la respectiva demanda para la reparación de daño moral.

Art. 82. Si se trata de calumnia, será admitida, como excluyente de la obligación de indemnizar, la excepción de la verdad, que deberá ser ofrecida en el plazo para la impugnación.

Párrafo único. Será siempre admitida la excepción de la verdad, aducida en el plazo mencionado arriba, en casos de calumnia o difamación, si el ofendido ejerza función pública en la Unión, en los Estados, en los Municipios, en entidad autárquica o en sociedad de economía mixta.

Art. 83. La crítica y el concepto desfavorable, aunque vehementes, o la narrativa de hechos verdaderos, no proporcionarán motivo a cualquier reparación.

Art. 84. Para estimar el daño moral, el Juez tendrá en cuenta, especialmente, la posición social o política del ofendido, la situación económica del ofensor, la intensidad del ánimo de ofender, la gravedad y la repercusión de la ofensa.

§ 1º El monto de la reparación tendrá un mínimo de 5 (cinco) y un máximo de 100 (cien) veces el mayor salario-mínimo vigente en el País.

§ 2º El valor de la indemnización será elevado al doble cuando comprobada la reincidencia del ofensor en ilícito contra la honra, no importa por cual medio.

§ 3º La misma agravación ocurrirá caso sea el ilícito contra la honra practicado en el interés de grupos económicos o con vistas a objetivos antinacionales.

Art. 85. La retractación del ofensor, en juicio o afuera de este, no excluirá la responsabilidad por la reparación.

Párrafo único. La retractación será atenuante en la aplicación de la pena de reparación.

Art. 86. As concesionarias o permisoria de deberán conservar en sus archivos los textos de los programas, incluso los noticieros, debidamente firmados por los responsables, por 10 (diez) días.

Párrafo único. Los programas de debates o políticos, así como pronunciamientos de la misma naturaleza que no sean registrados en textos, excluidas las transmisiones compulsoriamente estatuidas por ley, deberán ser grabados, para que sean conservados en sus archivos hasta 5 (cinco) días después de transmitidos para las concesionarias o permisoria de hasta 1kw y hasta 10 (diez) días para las otras.

Art. 87. Los dispositivos relativos a la reparación por daños morales son aplicables, cuando posible, al caso de ilícito contra el honor por medio de la prensa, debiendo la petición inicial ser instruida, desde siempre, con el ejemplar del periódico o de la revista que contenga la calumnia, difamación o injuria.

Art. 88. La prescripción de la acción penal en las infracciones definidas en esta ley y en la Ley n. 2.083, de 12 de noviembre de 1953, ocurrirá 2 (dos) años después de la fecha de transmisión o publicación incriminadas, y la de la condenación en el doble del plazo en que sea fijada.

Párrafo único. El derecho de queja o de representación del ofendido, o de su representante legal, decaerá caso no sea ejercido dentro del plazo de 3 (tres) meses de la fecha de transmisión o de publicación incriminadas.

Art. 89. Está asegurado el derecho de réplica a quien sea ofendido por la radiodifusión.

Art. 90. El derecho a réplica consiste en la transmisión de una réplica escrita por el ofendido, 24 (veinticuatro) horas después de su recibimiento, en el mismo horario, programa y por la misma emisora en que la ofensa fue hecha.

§1º Si en 24 (veinticuatro) horas el programa no se repita, para que ocurra el efecto referido en este artículo, la emisora respetará la exigencia hecha cuanto al horario.

§2º Cuando el ofensor no tenga con la permissionaria o concesionaria en la cual ocurrió la ofensa cualquier enlace de responsabilidad o de contrato de trabajo el pago por la respuesta será debido por el ofensor o por el ofendido, según decisión del Poder Judicial acerca del pedido de réplica.

§3º En el caso descrito en el párrafo anterior, la emisora transmitirá una respuesta 24 (veinticuatro) horas después que el ofendido le pruebe el ingreso en juicio del pedido de réplica.

§4º Si la emisora, en el plazo referido en el párrafo anterior, no transmita la respuesta, aunque la responsabilidad de la ofensa sea de un tercero, en los términos del párrafo 2º de este artículo, decaerá del derecho al pago en él garantizado.

Art. 91. El derecho de réplica podrá ser ejercido por el propio ofendido, un procurador que tenga un poder o un representante legal.

Párrafo único. Cuando la ofensa sea a la memoria de alguien el derecho de réplica podrá ser ejercido por su cónyuge, ascendiente, descendiente o pariente colateral.

Art. 92. Si el pedido de réplica no sea atendido dentro de 24 (veinticuatro) horas, el ofendido, su procurador que tenga un poder o su representante legal –o en el caso del párrafo único del artículo 91, cualquier de las personas en este calificadas– podrá reclamar judicialmente el derecho de hacerlo personalmente dentro de 24 (veinticuatro) horas, contadas de la intimación por mandado judicial.

Art. 93. Una vez recibido el pedido de derecho de réplica, el juez, dentro de 24 (veinticuatro) horas, mandará citar la concesionaria o permissionaria para que, en igual plazo, declare las razones por las cuales no la transmitió.

Párrafo único. En las 24 (veinticuatro) horas siguientes, el juez proferirá su fallo, aunque el responsable tenga atendido –o no– a la intimación para que se defendiera. Deberá también constar de la intimación:

- a) el establecimiento del tiempo para la respuesta;
- b) el establecimiento del precio de la transmisión cuando el ofensor condenado o el ofendido que perdió la acción deba pagarlo;
- c) gratuidad de la respuesta, cuando:
 - I - haya ocurrido la decadencia referida en el párrafo 4º del artículo 90 de esta ley;
 - II - la autoría de la ofensa sea de persona asociada por cualquier responsabilidad o por contrato de trabajo a la concesionaria o a la permissionaria;
 - III - la autoría sea de persona sin cualquier asociación de responsabilidad o de contrato de trabajo con la concesionaria o con la permissionaria, pero cuando sea una u otra juzgada por acción u omisión.

Art. 94. De la decisión proferida por el juez, cabrá apelación en el efecto devolutivo, con acción ejecutiva para rever el precio pagado por la transmisión de réplica.

Art. 95. Será negada la transmisión de réplica:

- a) cuando no tenga relación con los fatos referidos en la transmisión incriminada;
- b) cuando contenga expresiones calumniosas, injuriosas o difamatorias en contra de la concesionaria o permissionaria;
- c) cuando se tratar de actos o publicaciones oficiales;
- d) cuando se referir a terceros, pudiendo darles también el derecho de réplica;

e) cuando haya discurrido el plazo de más de 30 (treinta) días entre la transmisión inculminada y el respectivo pedido de réplica.

Art. 96. La transmisión de la respuesta, excepto cuando sea espontánea, no impedirá el ofendido de promover la sanción por las ofensas las cuales haya sido víctima.

Art. 97. Los discursos proferidos en el Congreso Nacional, así como los votos y pareceres de sus miembros, son inviolables para el efecto de transmisión por las telecomunicaciones.

Párrafo único. En la vigencia del Estado de Sitio, solamente serán divulgados los discursos, votos y pareceres expresamente autorizados por la Mesa de la Casa a que pertenezca el Congresista.

Art. 98. La autoridad que impedir o agobiar la libertad de radiodifusión o de la televisión, aparte de los casos autorizados en ley, incidirá, en lo que se aplique, en la sanción del artículo 32 del Código Penal.

Art. 99. La concesionaria o permisionaria, ofendida en cualquier derecho, podrá pleitear junto al Poder Judicial su reparación, incluso para salvaguardar la viabilidad económica del emprendimiento, afectada por exigencias administrativas que la comprometan, una vez que no sean debidas a ley o reglamento.

CAPÍTULO VIII De las Tasas y Tarifas

Art. 100. La ejecución de cualquier servicio de telecomunicaciones, por medio de concesión, autorización o permiso, está sujeta al pago de tasas cuyo valor será fijado por ley.

Art. 101. Los criterios para determinación de la tarifa de los servicios de telecomunicaciones, excluidas aquellas referentes a la Radiodifusión, serán fijados por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones de forma que permitan:

- a) cobertura de los gastos de costeo;
- b) una remuneración justa del capital;
- c) mejoramientos y la expansión de los servicios (Constitución Federal de 1946, art. 151, párrafo único).

§1º Las tarifas de los servicios internacionales obedecerán a los mismos principios de este artículo, observándose lo que esté o venga a ser establecido en acuerdos y convenciones a que Brasil esté obligado a cumplir.

§2º Ninguna tarifa entrará en vigencia sin una previa aprobación por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 102. La parte de la tarifa que se destine a mejoramientos y a la expansión de los servicios de telecomunicaciones de que trata el art. 101, letra c, será escriturada en una denominación especial en la contabilidad de la empresa.

Art. 103. No podrán ser incluidos en la composición del costo de servicio, para efecto de la revisión o de la fijación tarifaria:

- a) gastos de publicidad de las concesionarias y de las permisionarias;
- b) asistencia técnica debida a empresas que pertenezcan a una holding de la cual haga parte también la concesionaria o la permisionaria;
- c) honorarios pagos a abogados, o gastos con pareceres, cuando la empresa tenga órganos técnicos permanentes para el servicio forense;
- d) gastos con peritos de la parte, siempre que del conjunto de empleados de la empresa hagan parte personas habilitadas para dicho peritaje;
- e) sueldos de directores o de jefes de servicios que vengan a exceder la remuneración atribuida, en el servicio federal, a un Ministro de Estado;
- f) gastos no cobrados con servicios de cualquier naturaleza que la ley no haya vuelto gratuitos, o que no hayan sido dispensados de pago en alguna resolución del Consejo Nacional de Telecomunicaciones, publicada en el Diario Oficial.

Párrafo único. La publicación de convocatorias o de noticias de evidente interés público no se incluirá en la redacción de la letra a, desde que previamente autorizada por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones e distribuida uniformemente por todos los periódicos diarios.

Art. 104. Será adoptada una tarifa especial para los programas educativos de los Estados, Municipios y del Distrito Federal, así como para las instituciones privadas de enseñanza y de cultura.

Art. 105. Si ocurren nuevas modalidades del servicio, podrá el Gobierno, hasta que la ley disponga a respecto, adoptar tasas y tarifas provisionales, calculadas con base a las que son cobradas en servicio análogo o fijadas para la especie en reglamento internacional.

Art. 106. La tarifa del servicio telegráfico público interior será constituida de una tasa fija por grupo de palabras o fracción, y de tasa de ruta por palabra. La tarifa de servicios telefónicos, de fotogramas, de télex y otros congéneres tendrá como base la ocupación del circuito y la distancia entre las estaciones.

Art. 107. En el servicio telegráfico público internacional la Unión tendrá derecho a las tasas de terminal y de tránsito brasileñas.

Art. 108. En relación a la que sea cobrada por la Unión en un servicio interior idéntico, la tarifa de los concesionarios y de los permisionarios deberá ser:

- a) igual, en el servicio telegráfico de los ferrocarriles;
- b) nunca inferior en los casos de servicio público restringido interior;
- c) siempre mayor, en los demás casos.

Art. 109. En el servicio público telegráfico interior en tráfico mutuo entre redes de la Unión y de ferrocarriles, la división anterior de las tasas obedecerá a lo que sea determinado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Párrafo único. Los convenios serán aprobados por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones y el rateo de las tasas obedecerá a las normas por él establecidas.

Art. 110. En los servicios de telegramas y radiocomunicaciones de múltiples destinos será cobrada la tarifa en vigencia para la prensa.

Art. 111. La tarifa de los radiotelegramas internacionales será establecida según los respectivos reglamentos, considerándose, sin embargo, un servicio público interior, para estos efectos, los radiotelegramas directamente permutados entre las estaciones brasileñas fijas o móviles y las estaciones brasileñas móviles que se encuentren fuera de la jurisdicción territorial de Brasil.

Art. 112. Las disposiciones acerca de tarifas solamente tienen aplicación en los casos de servicios remunerados.

Párrafo único. El presupuesto consignará anualmente una dotación suficiente para la cobertura de los gastos correspondientes a las tasas postales-telegráficas resultantes de los servicios de los órganos de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Art. 113. Los concesionarios y los permisionarios no podrán cobrar tarifas diferentes de aquellas para los mismos destinos en el exterior y por la misma vía estén en vigencia en las estaciones del Departamento de Correos y Telégrafos.

DISPOSICIONES GENERALES Y TRANSITORIAS

Art. 114. Quedan revocados los dispositivos en vigencia referentes al registro de aparatos receptores de radiodifusión.

Art. 115. Quedan amnistiadas las deudas por el no pago de tasa de registro de aparatos receptores de radiodifusión, debiendo el Poder Ejecutivo providenciar la inmediata cancelación de estas deudas, incluso las ya inscriptas e interpuestas.

Art. 116. Una vez reglamentada esta ley, y que sea constituido e instalado el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, quedará extinta la Comisión Técnica del Radio, transfiriéndose su personal, archivo, expediente e instalaciones al Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Art. 117. Las concesiones y autorizaciones para los servicios de radiodifusión en funcionamiento están automáticamente mantenidas por los plazos fijados en el art.33 §3 de esta ley.

Art. 118. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones procederá, inmediatamente, al inventario de las concesiones, autorizaciones y permisos, proponiendo al Presidente de la República la extinción de aquellas cuyos servicios no estén funcionando por culpa de los concesionarios.

Art. 119. Hasta que sea aprobado su Conjunto de Personal, los servicios bajo responsabilidad del Consejo Nacional de Telecomunicaciones serán ejecutados por servidores públicos civiles y militares, requeridos en la forma de la legislación en vigencia.

Art. 120. Después de su instalación, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones propondrá, dentro de 90 (noventa) días, la organización de los conjuntos de sus servicios y órganos.

Art. 121. El Consejo Nacional de Telecomunicaciones procederá a la revisión de los contratos de las empresas de telecomunicaciones que funcionan en el país, observando:

- a) la estandarización de todos los contratos, observadas las circunstancias peculiares a cada tipo de servicio;
- b) el establecimiento de plazo para que las concesionarias autorizadas a funcionar en el país se adaptaran a los preceptos de la presente ley y a las disposiciones de su respectivo reglamento.

Art. 122. Está el Departamento de Correos y Telégrafos dispensado de, en el último día del año, recoger la cuenta de “compromisos de pago pendientes”, los valores empleados en la adquisición de material o en la contratación o ajuste de servicios de terceros no entregados o no concluidos antes de dicha fecha.

§1° Los valores serán depositados en el Banco de Brasil, en cuenta asociada con el proveedor, solamente pudiendo ser liberadas cuando certificado el recibimiento.

§2° La cuenta asociada mencionará específicamente la fecha límite de entrega o de conclusión de los servicios.

§3° 30 (treinta) días después de la fecha límite y una vez que no tenga el Departamento de Correos y Telégrafos liberado la cuenta, el Banco de Brasil recogerá el depósito a la cuenta de “compromisos de pago pendientes” de la Unión.

Art. 123. Las disposiciones legales y reglamentares que disciplinan los servicios de telecomunicaciones no conflictivas con esta ley y no revocadas o derrocadas, explícita o implícitamente por la misma, deberán ser consolidadas por el Poder Ejecutivo.

Art. 124. El tiempo destinado en la programación de las estaciones de radiodifusión a la publicidad comercial no podrá exceder los 25% (veinticinco por ciento) del total.

Art. 125. El Departamento de Correos Y Telégrafos continuará a ejercer las atribuciones de fiscalización y a efectuar la recaudación de las actuales tasas, premios y contribuciones hasta que el Consejo Nacional de Telecomunicaciones esté debidamente aparatado para el ejercicio de estas atribuciones.

Art. 126. Mientras no haya servicios telefónicos entre Brasilia y las demás regiones del país en condiciones de atender a los miembros del Congreso Nacional en temas relacionados con el ejercicio de sus mandatos, el Consejo Nacional de Telecomunicaciones deberá reservar frecuencias a ser utilizadas por estaciones transmisoras y receptoras particulares con dicho objetivo, observados los preceptos legales y reglamentares que disciplinan el tema.

Art. 127. Está el Poder Ejecutivo autorizado a abrir, junto al Ministerio de Hacienda, el crédito especial de Cr\$ 30,000,000.00 (treinta millones de cruzeiros) destinado a atender, en este ejercicio, a los gastos de cualquier naturaleza con la instalación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

DISPOSICIONES FINALES

Art. 128. Esta ley entrará en vigencia en la fecha de su publicación y deberá ser reglamentada, por acto del Poder Ejecutivo, en 90 (noventa) días.

Art. 129. Quedan revocadas las disposiciones en contrario.

Brasília, 27 de agosto de 1962; 141º de la Independencia y 74º de la República.

JOÃO GOULART

Francisco Brochado da Rocha

Candido de Oliveira Neto

Pedro Paulo de Araújo Suzano

Miguel Calmon

Hélio de Almeida

Reynaldo de Carvalho Filho

Carlos Siqueira Castro