



## 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 Brasil.

Luciana Martins Yonekawa

[luciana.yonekawa@gmail.com](mailto:luciana.yonekawa@gmail.com)

Universidad Autónoma de Querétaro

### Resumen

El texto presentado es un extracto de una tesis de Maestría en Ciencias Sociales (aún no concluida). La autora remite a los orígenes de las dos mayores televisoras en lengua hispana y lengua portuguesa en todo el mundo: Televisa y TV Globo, respectivamente. Se busca hacer un análisis de los puntos en común que expliquen cómo las dos corporaciones han logrado concentrar tanto poder, a través de una revisión histórica de las trayectorias personales de los magnates mexicanos Emilio Azcárraga Vidaurreta, de su hijo Emilio Azcárraga Milmo y del brasileño Roberto Marinho a partir de la creación de Televisa y TV Globo, así como de la coyuntura sociopolítica de los dos países durante las dos primeras décadas de consolidación de estos conglomerados colosales de la comunicación. Las hipótesis centrales remiten a beneficios provenientes de relaciones personales, políticas y económicas de los magnates, deficiencias en la legislación y hasta ocurrencias de corrupción legal.

**Palabras clave:** Televisión, magnates, historia de la TV, Televisa, TV Globo.

### Abstract

The following presentation comes from a Master degree thesis (still in progress) in Social Science. The author researches back to the origins of the two worldwide biggest TV Companies in Spanish and Portuguese languages: Televisa and TV Globo, respectively. The objective is to search for common points that shall explain how both





corporations have managed to concentrate as much power as they have, through a historic review of the biographies of the Mexican magnates Emilio Azcárraga Vidaurreta, his son, Emilio Azcárraga Milmo, and the Brazilian Roberto Marinho during the first decades of the creation of Televisa and TV Globo, added to the sociopolitical conjuncture of both countries. The main hypotheses of the study regard the magnate's personal, political and economical relations, deficient legislation on the communications sector and even the existence of legal corruption actions.





## 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 Brasil.

Luciana Martins Yonekawa

[luciana.yonekawa@gmail.com](mailto:luciana.yonekawa@gmail.com)

### Introducción

México y Brasil 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 20 emisoras de televisión bajo su control directo y 114 afiliadas por todo el país (Kurth, 2006: 87 y Zukernik, 2008: 29). En la televisión abierta de Brasil, TV Globo tiene como competencia cuatro emisoras privadas y dos públicas.

Televisa es la emisora número uno en *ratings* de México y tiene solamente a TV Azteca como competencia real. El *Canal de las Estrellas* genera unos 60% de los ingresos de las empresas de los Azcárraga, mientras que otros negocios como la actividad editorial, discográfica y de televisión de pago no superan los 7% de ganancia (Mastrini y Becerra, 2006:214). En el 2012, la emisora mexicana generó 5,264 millones de dólares. En el mismo año, TV Globo obtuvo unos 6,504 millones de dólares<sup>1</sup>: en Brasil, esto significa aproximadamente un 70% de lo que todas las emisoras del país ganaron juntas

<sup>1</sup> Francisco Vidal Bonifaz: «Ventas de empresas latinoamericanas de medios, 2012» en La rueda de la fortuna, 3/12/2013, <<http://ruedadelafortuna.com.mx/2013/12/03/ventas-de-empresas-latinoamericanas-de-medios-2012/>>. En Trejo Delarbre, 2014.



en publicidad, aún tomando en cuenta el 43% de las inversiones en TV hechas por el gobierno federal.

Así, 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 una parte robusta de la población alcanzan para que ellos se puedan mover a un teatro, una casa de espectáculos, un cine, una librería y compren boletos y publicaciones. Así, la televisión acaba siendo el principal proveedor de mercancías culturales e informativas de mucha gente (Mastrini y Becerra, 2006:213).

A pesar de que en los años 1950, cuando la inversión en las primeras emisoras de televisión parecía generalmente una apuesta arriesgada en un nuevo medio caro y desconocido, hoy el negocio de la televisión es completamente autosustentable, bastante rentable y sigue apoyando la manutención de otros medios masivos.

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 *ranking* de la revista Forbes, Emilio Azcárraga Jean, heredero de Emilio Azcárraga Milmo, es el 9º hombre más rico de México<sup>2</sup>. Roberto Irineu, João Roberto y José Roberto Marinho, herederos de Roberto Marinho, son la familia más rica de Brasil, frente a otros clanes detentores de bancos y grandes conglomerados industriales, según la revista Forbes (Antunes, 2014).

---

<sup>2</sup> Fuente: Projeto Intermeios 2012, divulgado en el Informe Final de la Subcomisión Especial sobre Formas de financiamiento de medios alternativos de la Comisión de Ciencia, Tecnología, Comunicación e Informática de la Cámara de Diputados de Brasil. Disponible en: <http://goo.gl/tUhXuR> . Última consulta en marzo de 2015.

<sup>3</sup> Revista Forbes (2014) “La lista de los 10 millonarios mexicanos”. Disponible en <http://www.forbes.com.mx/sites/la-lista-forbes-de-los-10-millonarios-mexicanos/> . Última consulta en mayo de 2014.



Con el apoyo de su dominio económico, TV Globo y Televisa tienen en común el poderío de influencia sobre las decisiones tomadas en los ámbitos públicos y privados de sus respectivos países.

Así, por ejemplo, Fernández y Paxman (2013:51) señalan que en 1993 Emilio Azcárraga Milmo era el hombre más rico en América Latina, no tanto por su “olfato” para los negocios sino por las circunstancias favorables en que se expandió su empresa dentro del sistema político mexicano.

En la biografía que hicieron sobre Azcárraga Milmo (a quien se conocía como “El Tigre” por su carácter audaz y agresivo), estos autores relatan cómo el empresario fue el responsable de la expansión de Televisa, que pasó de ser una emisora de TV a convertirse en un imperio de las telecomunicaciones que influye en “las actitudes culturales, políticas y económicas de la mayoría de la población mexicana”, además de servir como instrumento propagandístico del partido en el poder –en ese entonces como ahora, el Partido Revolucionario Institucional– (Fernández y Paxman, 2013: 89-90).

En Brasil, son similares estos vínculos entre los magnates de la comunicación y el poder gubernamental. La relación de Roberto Marinho con los nombres más influyentes de la política brasileña es motivo de orgullo para las Organizaciones Globo y sus herederos. Tanto es así que en la página web oficial de Roberto Marinho<sup>4</sup> hay un enlace específico sobre su relación con políticos, con links específicos para congresistas, expresidentes e incluso uno 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 todas las operaciones del negocio familiar.

<sup>4</sup> <http://www.robertomarinho.com.br>, consultado el 30 de septiembre de 2014.





Emilio Azcárraga Vidaurreta se fue en 1973, dejando sus empresas a Emilio Azcárraga Milmo, *El Tigre*, quien a su vez dejó el imperio Televisa a Emilio Azcárraga Jean en 1997.

Empero, esta investigación se remite a los pilares de TV Globo y de Televisa para contestar la pregunta:

**¿Hay elementos en los orígenes de TV Globo y Televisa que puedan explicar cómo han logrado concentrar tanto poder?**

### Concepto clave

En búsqueda de respuestas para la pregunta de investigación primero hay que 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 Munch y Richard Snyder, Robert Dahl revela una inquietud por la escasa cantidad de investigaciones sobre el poder, en su concepto más amplio. Dice Dahl que estudiar el poder es una tarea que sobrepasa nuestras capacidades de medir y definir. “Las personas que probablemente lo estudiarían saben que los obstáculos metodológicos son simplemente demasiado abrumadores”. (Munch y Snyder, 2005: 129-130)

En una de sus obras más contundentes, “Comunicación y poder”, Manuel Castells se enfrenta a la lógica de Dahl y sigue como uno de los autores que han aportado valeroso material al estudio del poder, además de agregarlo a 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 sería “la creciente incidencia de una empresa, o de un grupo, en el control de un mercado”. Mastrini destaca la importancia de este control suceder en la industria cultural, lo que implica no solamente en el dominio de un mercado, sino resulta influyente en “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:

“Raúl Trejo (2010) utilizó el Herfindahl-Hirschman Index (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 (Becerra & Mastrini, 2009)” (Huerta Wong y Gómez García, 2013:115).

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 y 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**

El objetivo de esta investigación 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 en las manos de 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, 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 primero 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 macro-históricos de los cuales solo hay, en esencia, unos cuantos casos” (Skocpol, 1984: 71-72), parece también bastante apropiado en las explicaciones de small  $\eta$ -cases en fenómenos micro-históricos. El punto principal es que 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 in Sartori y Morlino, 1999).

Para Giovanni Sartori y Leonardo Morlino,

“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 resultado histórico’ (*ibídem*: 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 (*ibídem*, 744). Ella es coherente con la concepción de la explicación, que aquí se propone, entendida como identificación de mecanismos causales.” (Sartori y Morlino, 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: en una comparación, a veces se destacarán las similitudes, a veces las diferencias. Serán señaladas las diferencias en los contextos en los cuales son similares o las analogías en sistemas diferentes (Dogan y Pelassy, 1984:127 en Sartori y Morlino, 1999:40).

Así, señalar similitudes y diferencias en las historias de las dos emisoras es el enfoque metodológico sugerido por el Dr. Raúl Trejo Delarbre, director de esta tesis, y





profundizado en clases por la Dra. Martha Gloria Morales Garza, co-directora, y que será empleado en este trabajo.

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 –y hayan sido de muy valerosa importancia como fuentes históricas– 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. Los detalles de los orígenes de las dos emisoras y algo de la historia personal de sus fundadores serán la eje para llegar a la explicación pretendida.

Este estudio está construido a partir de una revisión de décadas de investigaciones hechas por diversos autores, resultando en una crónica con una selección de hechos y recorridos de las complejas y extensas historias de dos magnates y de sus imperios.

La investigación para la narración se ha nutrido 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 periodista 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 la Lic. Estela Doris Kurtis 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.

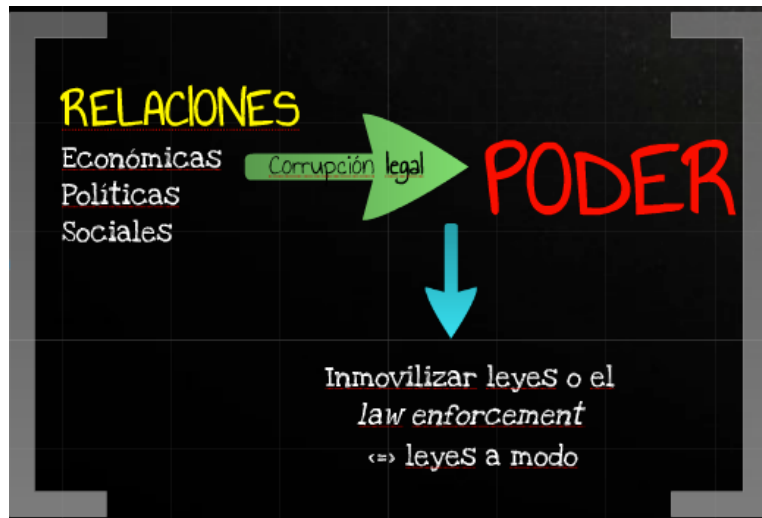
Fue bastante interesante poder contar también con dos documentales – curiosamente hechos para la TV– que cuentan la historia de Roberto Marinho a partir de visiones opuestas. El primero, “*Beyond Citizen Kane*”, es una producción del Channel Four de Reino Unido, dirigida por Simon Hartog en 1993. El 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 Trejo Delarbre, Francisco Aceves Gonzáles, Ricardo Batista Amaral, Javier Esteinou Madrid, Elvira Lobato, Daniel Heiz, Guillermo Mastrini, Martín Becerra y Jenaro Villamil entre algunos otros y otras.

### Modelo explicativo

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 dos países. Como las familias Marinho y Azcárraga ya eran *players* importantes (grupos de presión) antes de que consiguiesen sus concesiones de TV –por su actuación en el mercado de la Radio y del periódico impreso– lograron, por medio de actos de corrupción **legal**, actuar de tal forma para interferir en las legislaciones de Telecomunicaciones desde las primeras leyes y reglamentaciones que repercuten, de algún modo, sobre la televisión.





### Estado del arte

En las próximas líneas, se presenta una revisión de algunos trabajos realizados sobre TV Globo y Televisa. A partir de algunas conclusiones y datos expuestos por los autores mencionados aquí, se centrará la atención del estudio a **tres hipótesis** construidas por 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, 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 dos países;
3. La concentración de poder es resultado de actos de corrupción *legal*.



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, González Casanova, Raúl Trejo Delarbre, Sánchez Noriega y María Amparo Casar. 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 “eliminación de los competidores” es una consecuencia del poder adquirido. La “ausencia de una sociedad civil organizada” se refleja en la cuestión de las leyes ineficientes. 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).

En Brasil, 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.

Daniel Herz, en su libro de 1987 llamado “La historia secreta de TV Globo”, afirma 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 es cuestionada. El autor ofrece como origen del poder el hecho de que Roberto Marinho es 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 las verbas publicitarias publicas y privadas (Herz, 1987:134).

La obra del desafortunadamente ya fallecido 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.

La biografía “Roberto Marinho” es una obra maestra de relaciones públicas, escrita por el periodista de TV Globo Pedro Bial. Trabajando en la emisora desde 1981, Bial fue el corresponsal de TV Globo en algunos de los momentos más importantes de su 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, realizada 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; empero, no cualquier abuelo, pero 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 a 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 echar rayos de luz a la construcción monumental realizada por este hombre. (...) 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 asaz interesante para un proyecto como esta tesis.

Mientras Pedro Bial cuenta la historia oficial –y elogiosa– de Roberto Marinho y Daniel Herz centra su investigación en el lado oscuro de los orígenes de TV Globo, otro autor, Sergio Mattos, se dedica a la historia de la televisión en Brasil de forma más amplia. Para Mattos, son fundamentales en el proceso de gran crecimiento de Globo, principalmente, el respaldo financiero y técnico del grupo Time-Life y estrategias importadas de comercialización que no eran meras copias de lo que se hacía en la radio. Además, él resalta que el crecimiento en la audiencia de la emisora era acompañado por acciones de publicidad direccionados exactamente para ese público, generando más audiencia y más ganancia. (Mattos, 1990).

Entonces, cuando Herz habla de acciones ilegales, se está refiriendo al acuerdo Time-Life que iba en contra de una ley que prohibía la inversión extranjera en las telecomunicaciones en Brasil.

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*<sup>5</sup> de los dos países.

En Brasil, desde sus orígenes, las emisoras de televisión eran concesiones públicas, obsequiadas conforme intereses políticos de aquellos que estaban en el

<sup>5</sup> *Players* son empresas y corporaciones que tienen capacidad de influenciar un mercado y la opinión pública.





poder y fruto de acuerdos ideológicos y económicos (Mattos, 1990; Guedes-Bailey y Jambeiro Barbosa, 2008). En México, la situación era la misma.

La televisión empezó en Brasil en 1950. El Código Nacional de las Telecomunicaciones, de Brasil, fue promulgado en 1962 y sigue vigente, aún después de diversos cambios en la Constitución Federal del país.

Este código, 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 nacional<sup>6</sup> 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 fallas más grandes en la ley brasileña es que la regla “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)

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 ya ha sido mencionado, es unánime entre los autores que han estudiado la historia y el crecimiento de TV Globo que la inversión resultante del acuerdo entre las

---

<sup>6</sup> 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.



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; Mattos, 1990; Mota, 1992, Braga Jr., 2007).

Así como en México, 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 (Herz, 1987). Dicho modelo institucional 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, Kurth, 2006).

El Código Nacional de Telecomunicaciones tiene como fecha de promulgación el año de 1962. Brasil pasó por un golpe de Estado dos años después, en 1964. Aunque la toma del poder de los militares sea posterior, es latente 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 Ministerio de las Telecomunicaciones de Brasil fue fundado. TV Globo empezó sus trabajos en 1965.

Para Sergio Mattos, investigar las leyes de comunicación de Brasil, los organismos que deberían ejecutar los reglamentos y también las influencias socioeconómicas en la televisión es parte fundamental de entender de las acciones políticas y económicas del régimen militar (Mattos, 1982).

<sup>7</sup> Mientras la estructura del Poder Ejecutivo de México está dividida en Secretarías, Brasil cuenta con Ministerios.



En México, se puede considerar que la primera regla robusta para el sector, la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) de 1960, ya fue aprobada con retraso. 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, en 1973.

El escritor y periodista mexicano Raúl Cremoux ha producido, en 1982, un valeroso 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 el 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 Televisa. Además, “contenía múltiples irregularidades, grandes errores y violaciones constitucionales”. 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 irse 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 con excelencia, remiten a la historia de la TV en México colaborando mucho con nuestra crónica.

En un artículo del libro de 2009, por ejemplo, el sociólogo Esteinou Madrid 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 sus conclusiones es que la expansión monopólica de los medios de difusión colectivos en el siglo XX fue permitida por la aplicación del marco jurídico a modo, lo que por su vez resultó en un nuevo poder ideológico informativo superconcentrado, que se transformó en un robusto poder político, “que fundó paulatinamente la nueva Cuarta República Mediática, especialmente en las urbes del país”. (Esteinou Madrid, 2009:160)

Desde 1941 el fundador de Televisa (que todavía estaba lejos de consolidarse como emisora) ya trabajaba para tener las reglas del juego a su favor. Emilio Azcárraga Vidaurreta, en aquél entonces un magnate de la radio, era el presidente de la Cámara de la Industria de Radiodifusión en México y tenía contacto con varios países de América Latina. 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).

En un libro publicado originalmente en inglés en el 2012 y con edición en español en 2015, 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”.

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) propicia información bastante oportuna para esta tesis.

Ya el comunicólogo Enrique Sánchez Ruiz trabaja en investigaciones que buscan esclarecer si 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)

La investigadora Sallie Hughes, de la Universidad de Miami, 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 con el interés público. El resultado es la inequidad de acceso a los medios, debilidad regulatoria, concentración de propiedad, de participación en el mercado y en la publicidad. (Hughes, 2008:131).



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

“Cuando decidía como 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).

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 los últimos 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 también menciona en un estudio sobre como la concentración de la propiedad de las televisoras puede influenciar la democracia (Trejo Delarbre, 2010), como los medios –y principalmente sus magnates, como los Azcárraga e los Marinho– “suelen estar estrechamente imbricados con el poder político” y son



beneficiados por estas relaciones, lo que genera consecuencias en la calidad de la democracia, la libertad de información y al pluralismo (Trejo Delarbre, 2010:22,24).

En un texto bastante reciente, de 2014, Trejo Delarbre habla de como otras formas de consumo audiovisual (como la TV de paga y la internet) han disminuido la fuerza de Televisa. En su texto, Delarbre ofrece como explicación para el poder de la emisora el “trato discrecional y, con frecuencia, reverencial” que la emisora ha recibido del sistema político mexicano; el 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”, como ya habíamos mencionado (Esteinou Madrid, 2009:162).

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 al 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 tratar el tema de las fallas en las reglamentaciones –desregulación, dicen ellos– en los países de la región como una tendencia a beneficiar los mercados, con un rol central de la emergencia de una “estructura oligopolística” (Mastrini y Becerra, 2006: 15).

De cualquier forma, estos autores defienden la implementación de reglas “muy precisas, estrictas y equilibradas” en la concesión de frecuencias y permisos, tanto para radio cuanto para la televisión, exactamente para evitar y combatir la concentración (Mastrini y Becerra, 2006: 23).





En sus orígenes, TV Globo de Brasil obtuvo apoyo del régimen militar, que no solamente permitió la inversión del grupo Time-Life cuando la ley prohibía la inversión extranjera en las telecomunicaciones, sino que también ayudó en la construcción (con presupuesto del Estado) de la infraestructura de la tele-radiodifusión (Mota, 1992:43 y 2004).

La idea era intercambiar apoyo para el crecimiento de la emisora por campañas de desarrollo e integración nacional (Mattos, 1982; Guedes-Bailey y Jambeiro Barbosa, 2008) para el fortalecimiento del régimen autoritario, que ascendió al poder por medio de un golpe de Estado.

Empero, hay 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 tele-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, no me gustan las explicaciones deterministas y, aunque me parezca importante haber encontrado otra perspectiva para la participación de los militares en la expansión tecnológica de la televisión, no me parece que dicha explicación se sostenga frente a otras investigaciones.

En un artículo de 1992, el periodista Gabriel Priolli Netto 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 lleve 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)

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

Otro autor que presenta buenos aportes para el estudio de los orígenes de la televisión en México y de Televisa es Lorenzo Meyer Cozío. En un artículo de 2009 publicado en el libro organizado por Esteinou Madrid y Alma Rosa de la Selva, Meyer Cozío 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.

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, Romulo 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. (Paxman y Fernández, 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, después de la muerte de Azcárraga Milmo (Gutiérrez, Avilés y Lobato, 1987).

Ya en los años cercanos a las bodas de plata del régimen autoritario del Partido Revolucionario Institucional (PRI), con su empresa plenamente consolidada, Emilio Azcárraga Milmo, *El Tigre*, siempre se ha asumido como soldado del PRI y de los presidentes en turno, inclusive hasta algunos años después del fin del régimen (Meyer Cosío, 2009; Paxman y Fernández, 2013).

Así como había pasado en Brasil al fin 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, por su vez, generan pérdidas económicas), y no por un cambio de ideología de los Marinho o de los Azcárraga (Sánchez Ruiz, 2009).

Parte importante de esta investigación es trabajar el concepto de corrupción legal, un tipo de corrupción en la cual hay la utilización de un bien o una función pública para beneficio privado, pero sin violar ninguna ley, norma o estatuto (Sarsfield, entrevista), pero aún de forma que patrones corporativos de corrupción ejerzan influencia sobre el ámbito público pública. Para la organización Transparencia Internacional, la corrupción es el abuso del poder que ha sido confiado a uno para obtención de beneficio propio<sup>8</sup>.

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

<sup>8</sup> [http://www.transparency.org/whatwedo?gclid=CMjvm\\_yWn70CFchQ7AodiRIAdA](http://www.transparency.org/whatwedo?gclid=CMjvm_yWn70CFchQ7AodiRIAdA). Última visita en 19 de marzo de 2014. Traducción de Luciana Martins Yonekawa

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, como el lobby, la construcción & 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 la 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 y Vicente, 2005:3)

Uno de los desafíos de esta investigación es demostrar como acciones tomadas en los orígenes de TV y de Televisa se 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 al 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 y Vicente, 2005:3)

En un estudio del Banco Mundial de hace 10 años<sup>9</sup>, los países bajos figuraban con los índices de corrupción legal corporativa más bajos del mundo, con una puntuación

<sup>9</sup> Corporate corruption/ethics índices. Disponible en <http://siteresources.worldbank.org/INTWBIGOVANTCOR/Resources/ETHICS.xls> . Última visita en 19 de marzo de 2014.



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.

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, que señala que estas organizaciones “han pasado a la acción política y no sólo boicotean leyes, sino que las crean” (Fernández Christlieb, 2009).

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)



## Resultados y conclusiones

El desarrollo de la televisión en México y principalmente en Brasil están intrínsecamente enlazados 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 –e beneficiarse del alcance logrado–.

Y eso, empero, 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 comunicación<sup>10</sup>. 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 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 y 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– no han logrado desde el Estado construir, en los medios de comunicación, máquinas tan robustas y exitosas cuanto las erigidas por los grandes

---

<sup>10</sup> Nota de Mastrini y Becerra en el texto original: “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.”



magnates (cosa que sí fue posible en otros sectores, como el petrolero). Las televisoras públicas en los dos países siempre han sido menospreciadas y nunca han llegado, ni de cerca, a ser una real competencia a los medios privados.

Además, pocos fueron los gobernantes que han intentado confrontarse directamente con los grandes magnates de las telecomunicaciones, aunque estos trataran a los grandes nombres de la política en sus países “de tú para tú”. Aquí está una de las grandes bases para el suceso de TV Globo y Televisa: la permanente relación de give and take entre los patronos de la televisión e aquellos en las sillas del poder formal. No había interdependencia, pero un favorecimiento mutuo que benefició a todos que han participado del juego.

Roberto Marinho y Emilio Azcárraga Milmo gobernaron sus empresas siempre con mano de hierro. Megalómanos, se hacían cargo de todas las decisiones de sus empresas imperiales, uno en búsqueda de eliminar la competencia –aunque agregándola a sus superpotencias y haciéndolos desvanecer con el tiempo– el otro, haciéndose de indiferente frente a la competencia, pero trabajando incesantemente para dejarlos debajo de su mirada. Ganaron de todos los otros magnates que han intentado hacerles frente.

Se enfrentaron sin sacar armas, ya con sus imperios consolidados, cerca de un nuevo milenio, junto a otro magnate de los medios, Rupert Murdoch, por el control de Sky Latinoamérica. Crecieron cada uno en su rincón, donde nadie más jamás tuvo una real posibilidad de competencia.

Fueron sociables personas de la *socialité*; les gustaban las fiestas, los grandes eventos, las homenajes. Acumularon romances, esposas, y más amigos que enemigos (aunque fueron muchos), 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, aun los 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.

Este artículo contempla solamente el Estado del Arte de una tesis completa que contará aun con un capítulo que detalla las historias de TV Globo y Televisa amalgamada con las historias personales de los magnates que las fundaron y la coyuntura política de sus países, y otro capítulo de análisis de las leyes, lo que limita la amplitud de las conclusiones posibles hasta este momento.





## REFERENCIAS

- Antunes, Anderson (13 de maio de 2014) “The 15 Richest Families in Brazil” en *Forbes.com*. Disponible en [<http://goo.gl/S8C6lK>] [Consultado por ultima vez en 13 de marzo de 2015].
- Bial, Pedro (2004) *Roberto Marinho*. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro.
- 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.
- Carmagnani, M. (2004). *El otro occidente: América Latina desde la invasión Europea hasta la globalización*. México, Fondo de Cultura económica.
- Castells, Manuel, (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Cremoux, Raúl, (1982) *La legislación mexicana en radio y televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.
- 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.
- 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 (2000) *EL TIGRE: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa.* México, Grijalbo, edición ampliada 2013, versión e-book.
- González de Bustamante, Celeste (2012) “Muy buenas noches”, *Mexico, Television and the Cold War.* Lincoln, University of Nebraska Press.
- 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.
- 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.
- Herz, Daniel, (1987) *A historia secreta da Rede Globo.* Porto Alegre, Brasil, Tchê.
- 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*, Dep. de Estudios de la Com. Social, Univ. de Guadalajara, nueva época, núm. 19, enero-junio, 2013, pp. 113-152.
- Hughes, Sally, (2008) “The media in Mexico: from authoritarian institution to hybrid system” in Lugo-Ocando, Jairo (coord.) *The media in Latin America.* England, McGraw Hill.
- 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.
- 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.



- 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., (2006) *Periodistas y magnates. estructura y concentración de las industrias culturales*. Buenos Aires, Prometeo.
- \_\_\_\_\_, (1990). *Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história*. Bahia, Brasil, A Tarde.
- 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.
- 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, Num 1 1 semestre de 2005, CIDE, México.
- 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.
- 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. 192-221.
- Sartori, Giovanni y Morlino, Leonardo (eds.), (1999) *La comparación en las ciencias sociales*. España, Alianza.

- 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.
- 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.
- \_\_\_\_\_, (2010) “Muchos medios en pocas manos” en *Revista Intercom*, vol. 33, n° 1, Brasil, Intercom.
- \_\_\_\_\_, (2014) “Televisa: viejas prácticas, nuevo entorno” en *Revista Nueva Sociedad* n° 249, enero-febrero de 2014, ISSN: 0251-3552, México, <www.nuso.org>, pp. 149-162
- 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.