

De la macrocefalia a la metástasis

POR ROBERTO AMARAL Y CÉSAR GUIMARÃES

La concentración de los medios de comunicación hasta el casi monopolio es una característica dramática de Brasil que vicia seriamente su sistema político. Las nuevas tecnologías amenazan ahora con extender el proceso.

1. UN SISTEMA GLOBAL

El sistema brasileño de televi-sión evolucionó en los años 90 desde la macrocefalia (1) a un casi monopolio privado. De sonido, imagen y texto. Los canales son propiedad del Gobierno federal y se extienden por todo el país. Las concesiones, los permisos y las autorizaciones pueden beneficiar a centenares de propietarios, pero la emisión de sonidos e imágenes ha sido objeto de una enorme concentración.

Este fue el objetivo de la dictadura militar brasileña (1964-1984), pero la tendencia se mantuvo después, impuesta por necesidades técnicas y económicas, principalmente hasta los años 70 (2). La política de redes, que concentraba unos 400 canales en manos de un reducido número de empresas, desembocó en un único sistema de redes, resultado de un capitalismo monopolista no regulado.

También se verá que el fenómeno de la concentración no se limita a la televisión. Es una característica dramática del sistema de medios de comunicación social brasileño.

Lo que aquí se plantea es un tema que va mucho más allá de una política con respecto a los medios de comunicación, pues el Gobierno militar se limitó a dar continuidad a un rasgo perverso de la vida brasileña. Se admite la preferencia de los burócratas por la concentración financiera e industrial en las regiones centrales y meridionales, especialmente en Sao Paulo.

Los resultados son bien conocidos: un sistema generalizado de cartelización, muy resistente a las políticas antiinflacionistas ortodoxas.

En el caso de los medios de comunicación, en particular la televisión, parece haberse producido una afinidad electiva entre la política de concentración al estilo de Delfin Neto, similar

a la cartelización forzosa en la Alemania de los años 30, y la preocupación obsesiva por la integración nacional que los militares pensaban que podrían lograr con la Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), la empresa pública de telecomunicaciones.

Con la expresión sistemas de redes no nos referimos al eventual proceso tecnológico de la transmisión en cadena, sino a la transmisión continuada, completa y permanente de programas -consecuencia de las transmisiones a través de satélites de comunicaciones por satélite-, que elimina la distancia y la discontinuidad.

A una única emisora de programas radiofónicos y televisivos -la emisora central de la red- le corresponden una serie de emisoras afiliadas (estaciones afiliadas) y un mayor número de repetidores que abarcan todo el espectro de la recepción nacional. Esto constituye la Red, identificada con el nombre de la emisora de radiotelevisión que ocupa el canal nacional. Este es el caso de Rede Globo, Rede Bandeirantes, SBT, Rede Manchete..., etc. Se trata de un sistema que, pese a haber sido fomentado por acciones gubernamentales, no está sujeto a ningún tipo de control social o público. Es notorio que el Ministério das Comunicações no controla la propiedad de los canales ni la estructura de las redes, que no están sujetas a ningún control o reglamentación legal.

El mandarinato militar, que legislaba sobre todas las cosas, controlando, vigilando, regulando las actividades más simples, fue extremadamente parsimonioso en la reglamentación del sistema que había creado. No existen, por ejemplo, mecanismos que garanticen el cumplimiento de la norma legal sobre la concesión a una misma empresa de un máximo de cinco canales VHS en el territorio nacional y dos por cada Estado.

Por tanto, nada impide a los actuales dirigentes de las redes controlar un número mayor de concesiones, ni se les puede imponer el cumplimiento de formalidades legales para constituir una Red. No hay ninguna norma sobre la radiotelevisión, la prevención de prácticas de dumping o de monopolio, el respeto a las diferencias locales, culturales o regionales o la protección del mercado laboral. De hecho, para el Ministerio de Comunicación las redes son ficciones legales, aunque totalmente reales y existentes en el campo de la radiodifusión y en las transacciones financieras, con el apoyo de la empresa pública Embratel.

Es cierto que la ley podría impedir en alguna medida la concentración de canales (3). Pero el Gobierno y la burocracia no están interesados en la aplicación de la ley específica. Además, los niveles burocráticos inferiores de la Administración vigilan celosamente la frecuencia de la publicidad y el cumplimiento de todo tipo de pequeñas normas, pero la burocracia ministerial permanece ciega ante la existencia de redes de televisión permanentes. Se hacen los tontos y quieren que la opinión pública haga lo mismo.

El sistema brasileño de emisiones de sonido e imagen -así es como se define la televisión en las leyes-, está integrado por 15 canales UHF, 25 canales de televisión de pago y unos 266 (4) canales VHF, de recepción gratuita; éstas son las unidades de la red objeto de nuestro análisis. Es imposible precisar el número correcto de canales y redes de televisión por cable.

Este sistema comenzó a ser instalado recientemente, pese a no existir normas legales al

respecto.

El artículo 233 de la Constitución brasileña de 1988 recoge el «principio de complementariedad de los sistemas de radiotelevisión privado, público y estatal». En lo que se refiere a la televisión, hay dos sistemas:

- 1) empresas públicas, federales, de ámbito estatal o pertenecientes a universidades, que funcionan como redes únicamente en su programación (5);
- 2) empresas privadas, todas las emisoras comerciales, un número variable entre 237 y 266 emisoras de radiotelevisión. Sus canales están repartidos entre las siguientes redes:

– Redes nacionales

- a) Globo: nueve emisoras de televisión en propiedad (6) (TV-Globo Rio de Janeiro, TV-Globo São Paulo, TV Campinas, SP, TV Globo Bauru, TV-Globo S.J. de Rio Preto, S.P., TV-Globo Juiz de Fora, MG, TV-Globo Belo Horizonte, TV-Globo Brasília y TV-Globo Recife, PE) y 74 afiliadas o asociadas, es decir, un total de 85 canales en red, y 1.500 ERT [Estação de Resepção Terrena, Emisoras de recepción terrestre], que son emisoras de retransmisión pasiva de las señales tomadas del satélite.
- b) SBT: ocho emisoras en propiedad (TV-Stúdios de Brasília S/C Ltda., TV- Stúdios de Jaú, S.A., TV-Stúdios de Ribeirão Preto S/C Ltda., TV-SBT Canal 5 de Porto Alegre, S.A., TV-SBT Canal 3 de Nova Friburgo, RJ., TV-SBT Canal 5 de Belém S.A., TV-SBT Canal 11 do Rio de Janeiro y TV-SBT Canal 4 de São Paulo, S.A.) y 62 afiliadas, es decir, 70 canales en la red.

-Redes casi nacionales

- a) Bandeirantes: nueve en propiedad (Rádio e Televisão Bandeirantes do Rio de Janeiro, RJ., Rádio e Televisão Bandeirantes da Bahia (Salvador) Ltda., Rádio e Televisão de Minas Gerais, BH., Rádio e Televisão Bandeirantes Ltda., SP., Rádio e Televisão Bandeirantes Ltda. de Brasília, DF., Televisão Bandeirantes de Presidente Prudente Ltda., Televisão Bandeirantes do Paraná, Ltda., Curitiba, PR., y Televisão Bandeirantes de Vitória da Conquista, B.A.), y 55 afiliadas, es decir, una red con 64 canales de televisión y aproximadamente mil emisoras de recepción terrestre.
- b) Manchete: cinco en propiedad (TV-Manchete Ltda., de Rio de Janeiro, TV- Manchete de Belo Horizonte, MG., TV-Manchete de São Paulo, SP., TV-Manchete de Recife, PE., y TV-Manchete de Fortaleza) y 33 afiliadas; por tanto, 38 canales en la red.

– Casi una red

Record: nueve canales en red, dos de ellas en propiedad (São Paulo y Belo Horizonte), siete afiliadas y 200 emisoras de recepción terrestre.

Los canales en régimen de explotación comercial/privada captan aproximadamente un 98 por ciento de la audiencia nacional. El objeto de nuestro estudio, por tanto, debe ser el sistema privado. Podemos adelantar, no obstante, sus características más notables:

- a) Concentración de canales, empresas y audiencia mediante el sistema de redes descrito.
- b) Concentración de los medios de comunicación de masas en una región (sur-este) (7) y las emisoras de radiotelevisión (generación de sonido e imágenes para las redes) en dos ciudades (Rio de Janeiro y São Paulo), donde se encuentran las sedes centrales de todas las demás redes.
- c) Concentración real y nominal del número de redes (8).

- d) Ausencia de control público.
- e) Legislación obsoleta e inadecuada.
- f) Tendencia al monopolio.

Por encima de todas estas características hay una que anticipa la peculiaridad del modelo de televisión brasileño: la concentración de las redes, que conduce al monopolio privado, haciendo caso omiso de las prescripciones constitucionales prohibitivas (9).

Así, por ejemplo, una red, Rede Globo de Televisão, atrae en torno al 80 por ciento de la audiencia nacional (10). Sus imágenes llegan al 99 por ciento de los hogares con televisor (11) y al 98 por ciento del territorio nacional (ya en 1980 la séptima audiencia mundial). El Jornal Nacional, su informativo de la hora noble, tiene por sí sólo una audiencia diaria de más de 80 millones de espectadores (12).

Rede Globo absorbe actualmente en torno al 80 por ciento del dinero total de publicidad gastado en televisión, un 60 por ciento de la cantidad total de dinero gastado por las agencias del séptimo mercado publicitario del mundo. Es la cuarta red privada del mundo (por detrás de CBS, NBC y ABC).

Lo que ha fracasado en Brasil es su intento de controlar las nuevas tecnologías como instrumento de pluralismo en la comunicación: en el campo de la televisión mediante suscripción, es propietaria de al menos dos redes (Rio y São Paulo), y ha establecido formas de asociación con otros grupos; también participa en la red de televisión por cable de Rio de Janeiro (13). En su proceso de expansión, Globo y Globosat, su empresa subsidiaria para televisión por cable, en asociación con Bandeirantes, que le suministrará programas deportivos, han creado un nuevo canal (que funciona desde el 1 de enero de 1994), la primera red brasileña de televisión por cable. Además, Globo es la única red que ha garantizado la explotación de estos sistemas (14).

Así pues, la Rede Globo tiene el Sistema Globosat de PAY-TV (televisión de pago o de abono), mediante señales codificadas (propiedad de Roberto Marinho), que funciona, en Rio y en São Paulo, en los siguientes canales: 1) Canal Top Sport (deportes nacionales e internacionales); 2) Canal Tele-cine (películas, documentales nacionales e internacionales); 3) Canal Multishow (entretenimiento: culebrones, dibujos animados, espectáculos, ballet, ópera, documentales); y 4) Sportv. También participa en un 57 por ciento en el sector nacional de telefonía celular, gracias a la asociación de la NEC brasileña de Roberto Marinho con la matriz japonesa. Esta empresa posee ya el 61 por ciento (352,4 millones de dólares estadounidenses) de los contratos para el suministro de equipo a Telebrás, empresa pública brasileña de teléfonos, concesionarios, así como el permiso de monopolio de la telefonía celular en los Estados de São Paulo, Paraná, Bahía y Rio de Janeiro, lo mejor del mercado brasileño.

Rede Globo controla también la Fundación Roberto Marinho, una institución exenta de impuestos que edita libros, vídeos y programas educativos en soporte televisivo, en su mayor parte con financiación pública.

Como consecuencia de la indulgencia legal, reforzada por la inhibición burocrática, Globo es no sólo una red de televisión, sino un complejo de medios de comunicación de masas que integra diversos submonopolios y que avanza hacia la construcción de un único monopolio final de la



producción de medios y contenidos en todas las ramas de la industria cultural.
A este proceso lo llamamos monopolio cruzado.

El monopolio cruzado

El grupo Globo, propietario de la red, está presente en todos los sectores de la información y de la industria cultural del país (15). Controla O Globo de Rio de Janeiro (el periódico de mayor difusión del país), agencias de noticias y emisoras de radio en onda corta, onda media y frecuencia modulada, extendidas por todo el país (líderes de audiencia en sus ciudades, como las radios Globo de Rio de Janeiro y Sao Paulo).

Controla también la propiedad de agencias de publicidad y de producción. Participa asimismo en la impresión y edición de revistas (cómic, revistas de moda, revistas técnicas, científicas, económicas, revistas destinadas a un público femenino, etc.); en la edición y comercialización de fascículos y libros (Editora Globo y Riográfica Editora); en producción y comercialización de discos (tengamos en cuenta que Brasil es la quinta productora mundial de discos); en la producción de programas de televisión; en la producción y comercialización de vídeos... y en la televisión por cable y la televisión por suscripción.

Así pues, un sólo grupo y una única familia, o un único empresario (en este caso), realmente una sola persona, Roberto Marinho, puede controlar en Rio de Janeiro el principal canal de televisión, el periódico de mayor tirada, cuatro emisoras de radio (Radio Globo, líder de audiencia, Radio Eldorado, Radio Mundial y CBN) y la agencia de noticias más importante. Lo que antes había sido una empresa de comunicación evolucionó hasta convertirse en un conglomerado financiero con derivaciones en los sectores de los seguros (Seguradora Roma), o la banca (Banco ABC Roma, Corretora ABC Roma, Distribuidora ABC), y con intereses en la agricultura, la industria alimentaria, el sector inmobiliario, la minería (Compassa, Cobem y Manati), entidades de asistencia médica, sector electrónico y de telecomunicaciones (NEC do Brasil, Nectom y Victori Comunicações)...

El grupo experimentó una expansión horizontal de sus inversiones e intereses. No obstante, en el sector de la televisión optó por la concentración vertical. Produce el 90 por ciento de la programación diaria. Además, es el mayor productor mundial de programas propios entre las emisoras privadas. No existe otro caso de verticalización tan integral de la producción en las redes privadas de ningún otro país.

La metástasis

El monopolio cruzado es también un monopolio tentacular o metastásico. La concentración de medios y de la comunicación a través de pocos medios, y de éstos últimos en una única red, fenómeno observable a escala nacional, se reproduce en los Estados.

A menudo se observa una cierta agrupación de la expansión entre los medios (generalmente, el canal de televisión más importante recibe las imágenes de Rede Globo y es propiedad del editor local del principal periódico, que explota una red radiofónica en onda corta, onda media y frecuencia modulada (16)). El periódico publica noticias nacionales procedentes principalmente

de Agência Globo. En los Estados donde Rede Globo tiene sus propias emisoras de televisión, se pueden establecer vínculos entre la prensa local y otras redes. En todos los casos, no obstante, el resultado es la concentración de medios, con importantes consecuencias políticas y culturales. Estos son algunos ejemplos:

1. La prensa diaria de Rio Grande do Sul ha quedado virtualmente reducida a un único medio, Zero Hora (más del 80 por ciento de la difusión de prensa en todo el Estado), perteneciente al grupo Siroski, propietario de la Rede Brasil Sul, RBS, cuyo canal de televisión está ligado Rede Globo. El grupo mantiene también el liderazgo de audiencia y llega a los Estados de Santa Catarina y Paraná. Al igual que Globo, RBS explota también la televisión de suscripción, a través de RBS-Empresa de TVA Ltda., de Porto Alegre, RS., asociada a Globosat y TV-Abril. Como ya hemos visto, esta misma RBS está ligada a Globo en el proyecto NET-Rio (17).

2. En Santa Catarina, el líder es el Diário Catarinense, también del grupo RBS, propietario de TV-Florianópolis, emisora de radiodifusión de la red Globo que controla asimismo una red de emisoras de radio de en onda corta y frecuencia modulada.

3. En Paraná, el diario Estado do Paraná, de Curitiba, es propietario de TV-Iguaçu, vinculado a la red SBT.

4. En São Paulo, no está integrado en redes de televisión ninguno de los dos periódicos que sumaban el 70 por ciento de la difusión diaria de periódicos, Folha de São Paulo y O Estado de São Paulo.

5. En Rio de Janeiro, el periódico de mayor tirada y mayor rentabilidad es O Globo, principal órgano de prensa del grupo Roberto Marinho, propietario de la Rede Globo de Televisão y, como ya hemos visto, de al menos cuatro emisoras de radio.

6. En Espírito Santo, el líder es A Gazeta, propietaria de TV A Gazeta, que reproduce programas de Rede Globo; controla asimismo una red de emisoras de radio de onda corta y frecuencia modulada.

7. En Minas Gerais, un único periódico contabiliza más del 80 por ciento de la difusión diaria de prensa; se trata de O Estado de Minas, del grupo Diários Associados, que en Belo Horizonte tiene un canal de televisión (Sociedade Rádio e Televisão Alterosa, Ltda.) y radios en onda corta y FM;

8. En Brasília, O Correio Braziliense, el mayor periódico de la capital, tiene un canal de televisión (S.A. Correio Braziliense, concesionario del Canal 6, TV Brasília) y de emisoras de radio de onda corta y frecuencia modulada;

9. En Goiás, el grupo Câmara (que en Brasília edita el Jornal de Brasília y controla una red de emisoras de radio en onda corta y FM, como ya hemos visto), es hegemónico también en la prensa diaria con O Popular; es propietario de TV-Anhangüera, concesionaria del Canal 2, ligado a la Rede Globo; controla asimismo una red de emisoras de onda corta, onda media y frecuencia modulada.

10. En Tocantins, el mismo grupo Câmara es propietario del periódico local de mayor difusión,

el Jornal de Tocantins, de Palmas, y de la TV-Anhanguera de Palmas, cuyo canal está ligado a la Rede Globo; controla asimismo una red de emisoras de onda corta, onda media y frecuencia modulada.

11. El periódico de mayor tirada en Salvador, A Tarde, no tiene canal de televisión. Pero su nuevo socio, el ex ministro de Comunicaciones y gobernador Antonio Carlos Magalhaes, controla el canal repetidor de Rede Globo. Hay que señalar, no obstante, que el 23 de julio de 1993 comenzó a publicarse el diario Bahia Hoje (Salvador), del grupo Sistema Nordeste de Comunicação, cuyo propietario es el diputado Pedro Irujo, propietario de seis emisoras de radio en onda corta y frecuencia modulada, y de un canal de televisión en Salvador, TV-Itapoa, el Canal 5, repetidor de SBT...

12. En Sergipe, el Jornal da Cidade pertenece al grupo Senator Franco, concesionario, en Aracaju, de una red de emisoras de onda corta y frecuencia modulada, y de dos canales de televisión, TV-Sergipe (Rede Globo) y TV-Atalaia (SBT);

13. En Alagoas reina, sin rivales, la Gazeta de Alagoas, del grupo Arnon de Mello (de la familia del ex presidente Collor), propietaria de la empresa de comunicación concesionaria de emisoras de onda corta y FM y de un canal de televisión (TV Gazeta de Alagoas, Ltda.), ligado a la Rede Globo;

14. En Pernambuco, el Jornal do Comércio pertenece al poderoso grupo Paes Mendonça - sucesor del grupo F. Pessoa de Queiroz- que controla un canal de televisión en Recife (TV Jornal do Comércio Ltda., Canal 2, emisora de redifusión de SBT) y una red de emisoras de radio en onda corta y FM.

15. En Paraíba, el liderazgo de la prensa diaria corresponde a O Norte, del citado grupo asociado, concesionario del Canal 10 (Rádio e Televisão O Norte Ltda., estación de repetición de SBT). O Correio da Paraíba (segundo en difusión) es propietario de TV-Correio, concesionaria de Canal 13 (emisora de redifusión de Rede Bandeirantes). Ambas controlan redes de emisoras de radio en onda corta y FM.

16. En Rio Grande do Norte, A Tribuna pertenece al grupo Alves, que controla cinco emisoras de radio y el canal de televisión Cabugi, vinculado a Rede Globo.

17. En Ceará, el periódico de mayor difusión, O Diário do Nordeste, pertenece al poderoso grupo Edson Queiroz (18), propietario de Sistema Verdes Mares de Comunicação, que incluye un canal de televisión repetidor de Rede Globo (Televisão Verdes Mares Ltda.), y la red local de onda corta y FM, líder de audiencia radiofónica.

18. En Maranhão, el liderazgo en el sector de la prensa corresponde a O Estado do Maranhão (del grupo del ex presidente José Sarney), propietario de una red de emisoras de radio en onda corta y FM, y de TV-Mirante, Canal 10, ligado a Rede Globo.

19. En Pará, O Liberal, que recoge aproximadamente un 90 por ciento de la difusión local de

prensa, pertenece al grupo Rômulo Maiorano de Comunicaçõ, concesionario en Belém (Televisão Liberal Ltda., Canal 7), y en las zonas del interior, de diferentes canales de televisión, todos ellos ligados a Rede Globo, y de una red de emisoras de radio de onda corta y FM. O Diário do Pará, del grupo del gobernador Jáder Barbalho, es propietario de RBA, concesionaria del Canal 13 (ligado a Rede Manchete) y de una red de emisoras de radio en onda corta y FM.

20. En el Amazonas, el liderato absoluto entre los periódicos corresponde a + Crítica, del Grupo de Humberto Calderaro Filho, propietario de TV à Crítica Ltda, concesionaria del Canal 4 (estación retransmisora de STB), y una red de estaciones de radiodifusión en onda corta y en frecuencia modulada.

21. En Acre, O Rio Branco era propietario de TV-Rio Branco, concesionario del Canal 8, vinculado a SBT.

Fueron objeto de estudio 21 de los 27 departamentos federales. Según las conclusiones obtenidas, nada menos que en 19 de ellos todos los periódicos líderes de difusión estaban vinculados a un canal de televisión. En 12 de dichos departamentos, el periódico de mayor difusión está ligado a un canal integrado en la Rede Globo de Televisão. Las únicas excepciones son los Estados de Bahia y Sao Paulo.

El caso de Sao Paulo, no obstante, plantea una cuestión más general. Hay que observar que no sólo en São Paulo no hay periódicos ligados a emisoras de televisión asociadas a la Rede Globo, sino que tampoco los hay en Pernambuco, Minas Gerais y Brasilia. Esto sería imposible. Efectivamente, en la capital de estos Estados y en Rio de Janeiro Globo tiene sus propias emisoras asociadas...

Por otra parte, en Sao Paulo está establecido el grupo Abril, el principal editor de prensa no diaria del país (venta directa y suscripciones), que invierte cada vez más en los sistemas alternativos de televisión (mediante sistemas de abono, bien a través de señales codificadas o bien mediante la televisión por cable), tareas en las que compite con Rede Globo. Conjuntamente, ambos gigantes refuerzan las tendencias monopolistas, impidiendo toda posible competencia.

Considerando sólo las relaciones entre la televisión de sistema libre (UHF/VHF) y la prensa local, advertimos que un sistema monopolista de televisión, con una creciente concentración de otros medios, fomenta la concentración de medios impresos y radiofónicos en la esfera regional.

Forma parte de la lógica de este sistema que las empresas locales de comunicación, para cumplir su función, traten de asociarse al principal grupo nacional, al más poderoso. A falta de esto, la opción que les queda es asociarse a los grupos segundo o tercero, más frágiles, pero que siempre será mejor que la autonomía, en este caso sinónimo de altos costes, marginación y, finalmente, exclusión del mercado.

Políticamente, estos mismos empresarios, cuyo perfil conservador es siempre claro, apoyan a sus políticos preferidos y a veces se transforman ellos mismos en políticos, con ayuda de sus

periódicos y sus canales de televisión, que consiguen afiliar a la gran red; en este último caso, no obstante, la proyección personal requiere la aprobación de la red nacional, y el político/comunicador puede incluso conseguir una notable imagen, como en el conocido caso del ex presidente Fernando Collor.

Debido a una compleja maraña de interacciones, el control del poder local puede empezar en el Ministerio de Comunicaciones, concesionario de canal (19), y puede asimismo mantenerse la disputa sobre la vinculación con Globo y llegarse a un final feliz en las decisiones tomadas en las oficinas de Marinho. Es difícil juzgar hasta qué punto esta restricción del derecho de información y de la competencia política son compatibles con un gobierno democrático.

El monopolio de la radiotelevisión no se construyó en los márgenes del Estado, sino en la sombra, con el apoyo y la protección del mandarinato militar. Después de garantizar al sistema privado, con inversiones públicas, las tecnologías que permitían la creación de las redes nacionales, el Gobierno apostó por una de ellas, la Rede Globo. Podemos incluso afirmar que la opción militar sería confirmada por el siguiente gobierno civil. Incluso aunque, para ello, el Gobierno se viera obligado a no seguir ni siquiera la permisiva legislación brasileña, negligente en la reglamentación del sistema de redes.

Pero la red Globo, creada por el Gobierno militar para garantizar al mismo tiempo la «unidad nacional» y la masificación de la ideología de la «seguridad nacional», al precio de una brutal homogeneidad cultural, impuso a los siguientes gobiernos su estructura como «modelo nacional», consagrado por las «normas» establecidas por el presidente, el general João Figueiredo, para la radiodifusión (que abarcaba radio y televisión), como se puede ver a continuación:

«...4. La radiodifusión es una actividad eminentemente privada, reservada en el país sólo a los brasileños. La función del Estado será meramente complementaria, reservada a cuestiones específicas.

4.1. Las concesiones de canales de radiodifusión tendrán en cuenta, además de los criterios técnicos y legales apropiados, la viabilidad económica-financiera.

4.2. Se fomentará la construcción de redes, especialmente en el campo de la televisión, como forma de apoyar el objetivo de integración nacional y garantizar la estabilidad económica-financiera de la empresa, en un sistema competitivo equilibrado.

4.3. En las zonas interiores del país, se dará apoyo a la televisión mediante el uso extensivo de la infraestructura nacional de telecomunicaciones».

Por una parte, era imposible que cualquier otra red pudiera competir comercialmente con Globo (20); por otra parte, el Gobierno vigilaba y actuaba, impidiendo la organización de cualquier otra forma de «sistema competitivo».

En 1981, la crisis del modelo brasileño de televisión, consagrado ya al monopolio del Globo, había provocado la bancarrota de su principal competidor, Rede Tupi (del grupo Diários Associados), y posteriormente, al decretar el presidente de la República la anulación de la mayoría de las concesiones de canales de televisión.

El Gobierno, que ya había colaborado al impedir que la red en crisis pudiese intentar su

recuperación mediante un contrato de arrendamiento con opción a compra con el poderoso grupo Abril, acabó su tarea al desmantelarla y distribuir sus bienes entre el grupo Manchete, históricamente poco fiable (21) y el entonces desconocido grupo del showman Silvio Santos, que ya poseía un canal en la ciudad de Rio de Janeiro y una participación en otro de la ciudad de São Paulo (Record), lo que legalmente le debería impedir hacerse cargo de los canales heredados en esas dos ciudades...

Entre sus éxitos cabe destacar los juegos electrónicos, primero el Baú da Felicidade -concesión de premios por televisión para los compradores de sus libretas, canjeables por artículos-, y después una lotería, Tele-Sena, cuyos buenos resultados llevaron a Globo a imitarle con su Papa-Tudo. Así, precisamente para evitar la competencia, o, en palabras del general-presidente, un «sistema competitivo equilibrado», surgieron las redes Manchete y SBT.

Si la división de Rede Tupi dificultaba la necesaria y entonces imposible constitución de una red viable -es decir, en condiciones para competir con Rede Globo (que en aquel momento controlaba ya 17 canales)-, la opción de los herederos impide la presencia entre los rivales, en el «sistema competitivo», del único grupo económicamente sólido (Abril), con experiencia nacional e internacional en la «industria cultural» y, sobre todo, con recursos financieros conocidos para realizar las inversiones necesarias para afrontar la competencia.

La obvia imposibilidad de competencia -indicio de monopolio- se pondría de manifiesto en pocos años. En 1973, paralelamente al desgaste de Rede Bandeirantes, Rede Manchete y OM fueron a la bancarrota. La primera fue vendida al grupo IBF-Indústria Brasileira de Formulários, y posteriormente devuelta judicialmente debido a su escasa fiabilidad. La segunda se creó durante el Gobierno de Collor con presuntos recursos del «Plan PC» (22), y supuestamente habría contado con los recursos que quedarían bloqueados como resultado del procesamiento y destitución de Collor; cambió su nombre por el de CNT, aunque siguió bajo el control del mismo grupo.

Se suceden las irregularidades, interrupciones de transmisión, contratos ilegales, en un proceso de cambio de concesiones y enajenación de empresas, huelgas de trabajadores que no reciben sus salarios, etc., ante la pasividad del Gobierno. La SBT -evitando cautamente todo tipo de competencia en programas o «público-objetivo» con la red líder-, se anuncia como victoriosa y consolidada, en un distante y consecuente segundo lugar (buscado como ideal). Rede Bandeirantes, la más antigua de las supervivientes, es un caso especial. Tras renunciar a la emisión y reducir considerablemente su producción propia, es, como la televisión de libre acceso, lo que debería ser como canal o red, mediante abono: un canal especializado en deportes, películas, venta directa al consumidor, que alquila su propio tiempo para las emisiones de otros productores.

El sistema de cadenas se ve, así, reducido a una única red. De este modo, los supuestos 266 canales quedan limitados, desde el punto de vista de la radiodifusión, a un único canal -o dos-; las emisoras de radiodifusión captan una única imagen, un único sonido, una única opinión, e impiden toda posibilidad de multiplicidad de las fuentes de información.

De este modo, (hablando o en silencio), se establece el monopolio privado del discurso en su

sentido más amplio, el discurso de la política y el discurso del entretenimiento. Esta es la particularidad del modelo brasileño de televisión, que no tiene parangón en ninguna otra experiencia contemporánea. En otros países, mediante el control estatal o público, los diferentes sistemas de televisión aprenden a limitar el monopolio. Nos referiremos a ello más adelante.

Las consecuencias de estas distorsiones, de la perversidad de este sistema, tanto desde el punto de vista cultural como desde el punto de vista político, aun siendo sobradamente conocidas e incontables, no son el objeto de nuestro presente análisis (23). Nos limitaremos a analizar la particularidad de Rede Globo como destacada plataforma de poder en Brasil.

Hemos descrito de qué formas particulares el sistema brasileño de televisión abandona el mundo fenomenológico de los medios de comunicación de masas y entra en el mundo de la ciencia política; así, la Rede Globo de Televisão se convirtió en un foro institucional, en una instancia práctica de poder, actuando en condiciones de extraconstitucionalidad, legitimada por la aquiescencia de los agentes políticos. De ahí la naturalidad con la que pasa de su función de narrador a su función de agente del hecho mismo. No se trata sólo del ejercicio de su función política, que todo órgano de comunicación tiene, más o menos efectivo frente a su propio poder ante la sociedad; no se trata sólo del derecho de un órgano de comunicación a ejercer su papel como grupo de presión que trabaja en favor de los intereses concretos que representa. De lo que se trata es de su poder para intervenir en el curso o en el desarrollo adecuado del fenómeno histórico, cambiándolo, o cambiando incluso hechos ya sucedidos (24).

No estamos discutiendo si Rede Globo hace buen o mal uso de su monopolio, sino que la inclinación en uno u otro sentido es resultado de sus intereses. Incluso si hiciera buen uso de su poder, desde el punto de vista de un hipotético juicio imparcial, el problema seguiría existiendo, pues el monopolio de la comunicación, aunque sea para hacer el bien, es incompatible con cualquier guía de política democrática.

2. UNA REFORMA MÍNIMA

La Asamblea Constituyente frustró los sueños de quienes habían apoyado la democratización del sistema brasileño de radio y televisión por vías constitucionales. De hecho, la redacción de 1988 fortalecía el viejo sistema, garantizando no sólo la política de las redes, sino también todas sus perversiones, empezando por las tendencias monopolistas.

La renovación automática de los canales, es decir, la conservación del viejo orden, se convirtió prácticamente en la norma irrefutable, en circunstancias legales como las siguientes: 1) la no renovación de las concesiones y autorizaciones requiere la aprobación de dos quintas partes de la votación nominal en el Congreso Nacional (artículo 233, párrafo 2º); y 2) la cancelación de una licencia o permiso depende de una decisión de los tribunales en condiciones no especificadas (artículo 233, párrafo 4). Así, la posibilidad de la declaración de anulación por medios administrativos es claramente suprimida.

Sobre estas dudas legales -y libre de toda comprobación o balance-, el entonces presidente Fernando Collor, él mismo beneficiario de una licencia en su Estado, por resolución del 10 de mayo de 1991, decidió garantizar las todavía vigentes licencias de emisión de radio y televisión,

incluidas las emisoras principales de las redes. La propia Constitución confirmó la prolongación del periodo de licencias para las cadenas de televisión a 15 años (artículo 233, párrafo 5º). Entendemos, no obstante, que los mecanismos constitucionales no impiden ningún intento de abordar la necesaria liberalización del sistema brasileño de televisión, ya que son muchas las cosas que pueden hacerse utilizando las medidas de regulación legislativa y administrativa ordinarias.

En este sentido, la necesaria revisión corresponde al Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962, y al enorme conjunto de medidas superfluas producidas por el Ejecutivo - resoluciones, enmiendas legales, decretos, estatutos, prescripciones y regulaciones del Departamento de Comunicaciones-, a la vez que es necesario que el Congreso regule por fin otros servicios, como la TV por cable, sobre la que existe un proyecto en discusión, que incluiría mecanismos de respuesta por parte del consumidor, lo que permitiría la participación de los ciudadanos interesados, hasta ahora marginados.

Como hemos visto en la descripción del sistema brasileño de televisión, la mera aplicación en Brasil de determinadas medidas de liberalización o privatización de las legislaciones estadounidense o, más recientemente, francesa, italiana o británica, provocaría una verdadera hecatombe política, que afectaría al mecanismo más poderoso de articulación de las élites de este país. La citada legislación, a pesar de unos medios tecnológicos que estimulaban la dispersión y la competencia entre los medios, van dirigidas contra las llamadas «posiciones dominantes», las «interconexiones entre los medios de transmisión radiofónica», y la propiedad simultánea de periódicos y emisoras de radio y televisión.

Y todos estos aspectos negativos están no sólo firmemente establecidos en Brasil, sino incrementados en un proceso exponencial. En este país predomina una poderosa promiscuidad entre la política y los medios de comunicación de masas; de hecho, el sistema de comunicación es un sistema político, actúa como tal, influye sobre el proceso de toma de decisiones de los gobiernos, frecuentemente interfiere en la vida diaria de los partidos, y manipula el curso de los procesos electorales, como ocurrió en la última elección presidencial, favoreciendo a Collor, el caso más famoso, pero ciertamente no el último.

Es un sistema de poder que frecuentemente gobierna por encima de instituciones y partidos, manipulando directamente las decisiones del Ejecutivo, otorgando o negando legitimidad a, por ejemplo, programas económicos o sociales, alabando o desacreditando ministros o gobiernos completos. Es obvio que, en este caso, no nos referimos a la fuerza proverbial del «cuarto poder», sino a los efectos de una irradiación concentrada, cuya influencia está localizada en una red y en su propietario.

Por esa misma razón, no pueden lograrse cambios importantes en las actuales circunstancias políticas. En primer lugar, sería positivo lograr al menos algunos de los efectos producidos por prácticas reguladoras bien conocidas en otros países. Sería igualmente importante reducir en alguna medida la escala del poder arbitrario que esta situación monopolista permite. Las mencionadas dificultades afectan a todo el espectro de la radiotelevisión brasileña.

En relación con el sistema tradicional de recepción abierta -transmisión y redes en VHF-, hay

muchas cosas que pueden hacerse para tratar de cambiar el panorama descrito:

a) aunque a menudo se identifica la alternativa a la democratización con la descentralización, en las condiciones específicas de la televisión brasileña puede sugerirse el remedio de la recentralización -retomar la oportunidad perdida en 1981, cuando los despojos de la red Tupi fueron intencionadamente parcelados en dos redes débiles, garantizando así el casi monopolio de la red Globo.

Las medidas políticas y administrativas que dan vía libre a la apelación a cambios legales permiten una nueva disposición de las redes actuales, mediante, por ejemplo, la configuración de la competencia a través de una segunda red de igual fuerza. En el campo de la radiodifusión tradicional, los países más desarrollados no conservan más de tres redes de ámbito nacional. En el actual paraíso brasileño de los monopolistas, dos de dichas redes ya sería suficiente. Garantizando que esta medida no afecte directamente a los intereses ya protegidos por la Constitución, por las leyes y por las disposiciones de la mayoría política;

b) no obstante, para evitar que este nuevo sistema de redes actúe como un simple monopolio bipartidista, debe seguir una política de diferentes conceptos de programación, que concedan un tiempo a las producciones locales.

El objetivo es claro: garantizar la manifestación y la preservación de las diversidades regionales, fortalecer los mercados locales, crear nuevos puestos de trabajo y ofrecer a las élites de cada Estado la oportunidad de manifestarse por su propio nombre en cualquier medio al que tengan acceso. Ya es hora de permitir la manifestación de diferencias internacionales, ya que este sería el modo más civilizado de integrar un país de 150 millones de habitantes. Una política de comunicación que sigue siendo leal al pasado reciente se basa en la idea de que la integración exige centralización y el establecimiento de una homogeneidad aún mayor. Recientes casos de regionalismo agresivo desmienten este argumento, y es preciso asegurarse de que no se produce un aumento y una extensión de esas tendencias;

c) en las mismas condiciones, también es posible adoptar medidas que reduzcan la verticalización de la producción, que garanticen las denominadas producciones independientes, que creen una base para el renacimiento del cine nacional y la integración de sus talentos en las industrias culturales;

d) la liberalización de las transmisiones de las televisiones comunitarias y municipales, que, sin embargo, tendrán prohibido constituir redes entre ellas.

Pero las vías de democratización no incluyen sólo al sistema que hemos denominado tradicional. La tecnología predominante en Estados Unidos y Europa está llegando a Brasil. Se trata del sistema de televisiones codificadas y de transmisión por cable, que permite una multiplicación de canales a bajo costo (una vez instalados los cables de alto rendimiento).

La televisión por cable está a la espera de su legislación por parte del Congreso. Pero el sistema ya ha comenzado a instalarse... La televisión de abono (Pay-TV) ya fue regulada por el decreto nº 95.744 del 23 de febrero de 1988. Este decreto es sólo un instrumento

administrativo que permite el proceso de concesión, sin trabas, de licencias sobre los canales. Pertenece a la era del Gobierno Sarney (1985-1990).

Por tanto, nada impide a las redes tradicionales explorar el nuevo servicio.

Dicho sea de paso, Globosat, perteneciente a Globo, ya está en antena, al igual que RBS, su sucursal meridional de Rio Grande do Sul. Además, ambas están ya asociadas a TV-Abril (25). En otro proyecto, TV-Globo asoció su propia sucursal Globosat a la Rede Bandeirantes, eliminando así la posible competencia futura de esta red en este campo. Sobre la base de estas realidades, el remedio de la descentralización -favorecida por las nuevas tecnologías- podría ser una nueva frustración.

Como hemos visto, las licencias del sistema de televisión de pago son privilegio exclusivo de dos imperios, y los sistemas comunitarios UHF, Distevê y SER, sin proyectos innovadores u otras alternativas, sirven a la capilaridad de las propias redes, cuyas señales retransmiten (es decir, principalmente la señal de la red monopolista). La legislación debe intervenir en este momento, con el veto de nuevas concesiones de televisión de pago y de toda licencia de televisión por cable a las redes tradicionales, y al mismo tiempo cabe imaginar que el Congreso debería interrumpir la renovación de licencias en el futuro, abordando el problema del monopolio por medio de un decreto.

Como el lector habrá imaginado, estos son aspectos de un programa mínimo. En primer lugar, está claro que el sistema de televisión de este país es -y seguirá siendo durante mucho tiempo- esencialmente privado y comercial.

No cabe suponer aquí que sea posible imponer medidas drásticas que supongan la ruptura del monopolio, y que, por tanto, ataquen directamente a poderosos intereses ya establecidos. La única vía factible es imaginar la creación de empresas con poderes iguales, que podrían minimizar los efectos de un monopolio ya existente e impedir su expansión y verticalización con el dominio sobre nuevos canales.

En este informe hemos subrayado los efectos de un sistema de televisión monopolizada sobre la vida pública de este país. Es evidente que los efectos de esta realidad tienen muchas más consecuencias, como la transmisión de valores, opiniones y patrones de consumo a una población que utiliza la televisión en un grado que figura entre los más elevados del mundo. Estas cuestiones están demostrando su actualidad al figurar como elementos predominantes en debates sobre conceptos programáticos, como por ejemplo en un reciente pronunciamiento de la Conferencia Episcopal Brasileña (26).

La práctica de la censura en el pasado reciente -con quejas muy endeble por parte de los gestores y empresarios del sector de la comunicación-, no puede servir como pretexto para explicar el hecho de que la opinión pública no ejerza ningún control serio sobre actividades que le interesan y que pueden llegar a afectarla. La Constitución prevé la creación legal de un Consejo de Comunicación Social como organismo auxiliar del Congreso Nacional (artículo 224). Cabe esperar -sin hacerse grandes ilusiones- que en dicho organismo todas estas cuestiones sean motivo de reflexión y de propuestas de modificación por parte de los

representantes de la prensa, de las cooperativas profesionales, credos religiosos, sindicatos y otras formas de organización social. Los ciudadanos esperan esta ley.

De no ser así, el conjunto del sector de la comunicación electrónica estará a la espera de algo tan civilizado como, por ejemplo, una norma legal. Por lo menos esto.

Pero... ¿será posible legislar contra intereses tan poderosos y tan firmemente establecidos?

3. LA POSIBLE DECEPCIÓN ANTE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Si se analizan experiencias muy diferentes especialmente la estadounidense, la italiana y la holandesa-, resultó evidente el importante papel que juegan las nuevas tecnologías, especialmente la televisión por abono y la televisión por cable, en la democratización de las comunicaciones.

Desgraciadamente, no hay razones para creer que este fenómeno pueda necesariamente repetirse en Brasil.

Ya hemos visto que los sistemas ERT (Estação de Recepção Terrena) -que cubren los intereses locales de las comunidades más pobres y más alejadas de la franja dominante suroriental- están ofreciendo sus programas, internalizando así las imágenes y señales de las grandes redes. El proceso Disteve no se emplea para integrar pequeñas comunidades, sino para distribuir en ellas el material de las redes.

Lo mismo sucedió incluso con los primeros experimentos en UHF, por ejemplo TV-Apoio, UHF/43, Brasília, que también transmite una selección de material de las redes. Asimismo, vimos que las primeras redes de televisión de pago eran concedidas a Rede Globo (Rio, São Paulo y Brasília), a su aliada RBS (Porto Alegre, Brasília) y al grupo Abril (São Paulo y Rio de Janeiro). También hemos señalado el proceso de asociación entre Globo, RBS, Abril y Bandeirantes, sofocando toda esperanza de democratización de este medio, que se convirtió en un instrumento de los monopolios, en lugar de ser una alternativa a ellos.

Pero lo peor aún no había llegado.

No hay motivos para creer que la introducción de las nuevas tecnologías, más sofisticadas o no, vaya a contribuir necesariamente a la democratización de la televisión. Muy al contrario, todos los indicios señalan una creciente tendencia hacia una concentración aún mayor de medios y empresas. Sólo unas profundas modificaciones en materia política podrá detener este proceso de monopolización. Estas políticas tendrían que aplicarse en un entorno muy difícil, ya que los intereses en juego son muy poderosos.

Traducción: Antonio Fernández Lera

(*) Los autores agradecen su colaboración bibliográfica y documental a los profesores Marco Antonio Rodríguez Días (UNESCO) y Venício Arthur de Lima (Universidad de Brasilia – UnB), que también leyeron una de las primeras versiones de este texto y la debatieron con los autores. Maria Elizabeth Rondeli de Oliveira (Universidad Federal de Rio de Janeiro) colaboró con sus sugerencias en las últimas versiones de este informe. Rosa Prado ayudó en la recogida de datos. Lourenço Chejá (ministro de Comunicaciones) leyó las dos últimas

versiones. Obviamente, toda responsabilidad por cualquier posible imperfección es nuestra.

(1) Este concepto es desarrollado por AMARAL, Roberto, en «Da macrocefalia à atomizaç'io – o papel do rádio e da tevê na formaç'io da cultura brasileira», Comum, Rio de Janeiro, vol. 1, núm. 2, abril-junio de 1978, págs. 33-68, e ídem., en «Macrocefalia da comunicaç'io de massa no Brasil: para compreender a televis'io brasileira nos 15 anos do Jornal Nacional», en Comunicaç'io & Política, Rio de Janeiro, vol. 3, núm. 1-4, enero-diciembre, pág. 52 y siguientes.

(2) La documentación existente sobre este asunto es muy amplia. Ver, entre otros estudios: «Proposta de uma política nacional de comunicaç'io para o Brasil». (Centre de Recherches pour le Développement International-CRDI/Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos-Cebela) en Comunicaç'io & Política, Rio de Janeiro, núm. 9, 1989; HERZ, Daniel. A História Secreta da Rede Globo, Tchê, Porto Alegre, 1987; MATTOS, Sérgio. The Impact of Brazilian Military Government on The Development of TV in Brazil, Universidad de Texas, Austin, 1980, y GUIMARAES, Cesar & AMARAL, Roberto, en «Meios de Comunicaç'io de massa e eleiç'es (um experimento brasileiro)», en Comunicaç'io & política, ed. cit.

(3) Ver el párrafo 7 del artículo 12 del decreto-ley núm. 236: «Las empresas de servicios de radiodifusión a las que se haya otorgado licencia o permiso no pueden estar subordinadas a otras entidades que se constituyan con el objetivo de establecer una única dirección u orientación a través de redes (cadeias) o asociación de ningún tipo».

(4) Desgraciadamente, es imposible precisar el número de canales en VHF. Los datos del 31 de marzo de 1993, difundidos por la Oficina de Superintendencia y Concesiones del Ministerio de Comunicaciones, señalan: 257 canales de televisión autorizados, 236 con licencia, de los que 237 son comerciales y 20 educativos. ALBUQUERQUE, Lina... (Cit), recoge 288 emisoras de televisión en todo el país. Nuestra investigación, con datos de las empresas, contabilizó 266 canales privados, sin considerar la red CNT.

(5) Rede Brasil está integrada por una red «comercial» estatal del Gobierno federal, TV National de Brasilia, gestionada por RADIOBRAS-Empresa Brasileira de Comunicaç'io, S.A., y por 20 canales culturales y educativos, dos de ellos (TVE de Rio de Janeiro y TVE de Maranh'io) concedidos a la Fundação Roquete Pinto, del Ministerio de Educación y Deportes. Todavía incipiente, está a punto de producirse el establecimiento de otra red, en la misma zona: TV-Cultura, de S'io Paulo (Fundação Padre Anchieta). Pero estos canales de enfoque educativo (TV-E) o cultural (TV-Cultura) tienen legalmente prohibida la emisión de toda publicidad comercial, y tienen asimismo prohibido recibir cualquier tipo de beneficio procedente de empresas estatales. Están limitadas por el presupuesto público.

(6) Los datos relacionados con Rede Globo fueron facilitados por la propia emisora de radiotelevisión y figuran en su publicación Atlas de Cobertura-1993.

(7) Aproximadamente un 70 por ciento de las revistas brasileñas se editan en el circuito Rio-S'io Paulo. Existen actualmente en el país 1.938 periódicos -diarios, semanarios y mensuales-, un 45 por ciento de los cuales se publican en S'io Paulo. En la región suroriental (Estados de Espírito Santo, Rio de Janeiro y S'io Paulo) se concentra un 42 por ciento de las emisoras de

radio y un 30 por ciento de las emisoras de televisión, 15 de ellas en São Paulo. Ver ALBUQUERQUE, Lina (op. cit.).

(8) De las cinco redes nominales, sólo tres tienen importancia, ya sea comercial, ya sea por su audiencia, ya sea por su alcance territorial: Globo, SBT y Bandeirantes; existe una gran distancia entre ambas. Estas tres grandes redes agrupan un 92,7 por ciento de los canales en funcionamiento.

(9) En este sentido, el párrafo 5 del artículo 220 dice: «El medio de comunicación social no puede, directa ni indirectamente, ser objeto de monopolio u oligopolio». La misma norma legal (artículo 221.II) afirma que la producción y emisión de las emisoras de radiotelevisión debe responder, entre otros, al principio de «regionalismo de la producción cultural, artística y periodística...», impracticable debido a la programación de la red nacional, salvo algunas «ventanas» abiertas a la información local.

(10) Ver Anuário Brasileiro de Mídia/1992, que atribuye a Rede Globo un 79 por ciento de la media nacional de audiencia (de lunes a viernes) en los primeros tres meses de 1991, en la tabla horaria de las 18 a las 22 horas; según ALBUQUERQUE, Lina (op.cit.), un 63 por ciento de la cantidad global del equipo diariamente en funcionamiento corresponde a esta cadena. La media natural de la red que ocupa el segundo lugar, la SBT, según la misma fuente, es muy inferior, un 22 por ciento.

(11) Según la Pesquisa Nacional Por amostra de Domicílio-PNAD (encuesta nacional por muestreo en domicilios), de la FIBGE (Oficina Nacional de Estadística), en 1990 había 26.226.212 viviendas con televisión.

(12) Veamos la audiencia de Rio de Janeiro: de los diez informativos de gran audiencia, ocho pertenecen a Rede Globo. El ya mencionado Jornal Nacional obiene 51 puntos, correspondientes a una audiencia de 1.133.000 personas; Jornal da Manchete, en segundo lugar, obtiene tres puntos (69.000 personas); Jornal Bandeirantes y TJ Brasil (SBT) obtienen dos puntos (40.000 personas), cada uno. Ver Imprensa, Año VI, febrero de 1993, nº 65.

(13) Se trata de la empresa conjunta NET-RIO, de los grupos Globopar, RBS y CMA, en asociación con RPC-TV, que emitirá la señal facilitada por Globosat. Ver Jornal do Brasil, 29 de julio de 1993, pág. 8, y O Globo, 31 de julio de 1993, pág. 29.

(14) El sistema brasileño de radiotelevisión por cable coaxial, en el que predomina la fibra óptica, funciona con 70 canales simultáneos, de los cuales 25 ya están ocupados por las grandes redes -Globosat, Abril, Sportv- y otras son importadas desde Estados Unidos y Europa, especialmente CNN y RAI.

(15) Evidentemente, el grupo ya amplió sus actividades a otros países, en América Latina y Europa (Globovision, Seabay y Globo Europa, etc.).

(16) Esta es la distribución nacional de las principales redes de radio en AM-FM: 1) red

Bandeirantes: 92 canales; 2) sistema Globo de radio: 50 canales; 3) sistema Jornal do Brasil: 25 canales; 4) RBS: 17 canales; 5) red Manchete: 5 canales. Ver Anuário Brasileiro de Mídia, ed. cit.

(17) La RBS sigue teniendo todos los reproductores de la señal de Globo, 16 canales de televisión (14 en Rio Grande do Sul y cuatro en Santa Catarina), 22 emisoras de radio (14 en Rio Grande do Sul y ocho en Santa Catarina) y cuatro periódicos (dos en Rio Grande do Sul, Zero Hora y Pioneiro y dos en Santa Catarina, Diário Catarinense y Jornal de Santa Catarina). Estos datos están incluidos en Mercados RBS, edición de la empresa.

(18) Industria cultural, metalurgia, gas licuado de petróleo, agricultura y ganadería, minería, alimentación, refrigeración, industria de electrodomésticos, etc.

(19) En este sentido nadie ha estado tan bien informado como el ex presidente Sarney, él mismo propietario de un periódico y concesionario de radio y televisión (Rádio Mirante -AM e FM y TV- Mirante, canal 10). Junto con su ministro de Comunicación, Antonio Carlos Magalhães, estimuló la creación, en la etapa constituyente de 1987-1988, de un movimiento político (el «Centro»), por medio de una notoria y plena distribución de canales.

(20) Ver CALMON, João, O livro negro da invasão branca, Edições O Cruzeiro, Rio de Janeiro, 1966, y HERZ, Daniel, op. cit.

(21) «El proyecto de Manchete», según explica la dirección de la empresa en una nota oficial, fue «elaborado bajo la supervisión del técnico de Rede Globo que el vicepresidente, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, autorizado por Roberto Marinho, puso a disposición de Rede Manchete».

Ver Jornal do Brasil, 30 de mayo de 1993, pp. 3-37. En el mismo sentido, en un debate en la cadena de televisión CNT, de la que es propietario, el empresario José Carlos Martínez, acusado, junto con el grupo IBF -que prácticamente controlaba la Rede Manchete- de conexiones con la trama Collor-PC, «(...) Martínez desveló que en la operación para la compra de TV-Corcovado, decidió «pedir permiso» al propietario del Globo, después de oír al entonces presidente Collor decir: «Si compras un canal de televisión en Rio, Roberto Marinho me matará». Dice Martínez: «Es imposible hacer el mismo tipo de negocio en este país sin el permiso del doctor Roberto». Y concluía: «Mi héroe es el doctor Roberto Marinho». Ver Jornal do Brasil, 26 de julio de 1993, pág. 6, columna titulada Informe JB.

(22) Así es como se denominó la conexión ilegal entre el presidente Collor y Paulo César Farias (tesorero durante su campaña electoral), en la que un extraordinario sistema de corrupción y cohecho motivó una investigación que desembocaría en el procesamiento, la destitución y la suspensión de derechos políticos del presidente durante ocho años. Su cómplice está en la cárcel.

(23) Este tema es abordado por AMARAL, Roberto, «Notas visando à fixação de um conceito de autoritarismo» en Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. 1, nº1, marzo-mayo, 1983, pág. 43 y siguientes; y AMARAL, Roberto, «Macrocefalia da comunicação de massa no Brasil: para

comprender a televisão brasileira nos 15 anos do Jornal Nacional», cit.

(24) Es clásico a este respecto el caso conocido con el nombre «Caso Porconsult», el intento de Rede Globo de cambiar los resultados de las elecciones estatales de Rio de Janeiro en 1982. Existe una extensa documentación sobre este asunto. Dado que fue imposible verificarlo todo, recomendamos el testimonio del periodista Luís Carlos Cabral, en aquel entonces responsable de la sección periodística de Globo en Rio. Ver CABRAL, Luís Carlos, O Nacional-Rede de Intrigas, Rio de Janeiro, 20-26 de noviembre de 1986, pág. 12, y LIMA, Venício Artur de, «The State, television and political power in Brazil», en Comunicação & Política, Rio de Janeiro, nº 9, pp. 159-183. Sobre el papel de TV Globo en la campaña «Diretas Já» (en favor de unas elecciones libres), ver GUIMARÃES, César y AMARAL, Roberto, «A televisão brasileira na transição (um caso de converso rápida à nova ordem)», en Comunicação & Política, Rio de Janeiro, nº 6, 1/1986, pp. 11-29. También existe una extensa documentación sobre el papel de TV Globo en las elecciones presidenciales de 1989.

(25) Según Jornal do Brasil, TV-Abril, del grupo Abril, y Globosat, del conglomerado de Marinho, invirtieron 60 millones de dólares cada uno en la implantación de sus respectivas redes de televisión por abono. Ambos grupos trabajan conjuntamente en el intento de fortalecer este segmento del mercado.

(26) Ver «Ética na Teve», documento editado por la Conferencia de 1993, celebrada en Itaiçara, abril-mayo de 1993. Puede verse un informe en Folha de São Paulo y Jornal do Brasil, ediciones del 8 de mayo de 1993. Ver también «J'Accuse», Dom Moreira Neves, en Jornal do Brasil, 13 de enero de 1993.