

---

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Génesis, vocación e identidad de la  
convergencia en comunicaciones en México

## TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
DOCTOR EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
CON  
ORIENTACIÓN EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

ENRIQUE DE JESÚS QUIBRERA MATIENZO

Comité Tutorial:

DRA. DELIA CROVI DRUETTA (Titular)  
DRA. FLORENCE TOUSSAINT ALCARAZ  
DR. RAÚL TREJO DELARBRE

MAYO DE 2009

---



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

---

A mi familia, desde luego.

De la que provengo,  
Guadalupe y Enrique  
José Antonio  
Patricia y Miguel.

Y la que he formado,  
Mónica y Avidan.

---

## ÍNDICE

---

Introducción	
CONVERGENCIA: SÓLO LA PUESTA AL DÍA DE LA VIEJA ESTRUCTURA	7
Capítulo I	
DEL PLANTEAMIENTO, SISTEMA DE HIPÓTESIS Y EJES CONCEPTUALES PARA SU APRECIO	20
A. El entorno: desde la historia, un punto de partida necesario.	29
B. El planteamiento: de la renovación permanente y la frontera última.	33
C. Las premisas de trabajo: de la flexibilidad productiva a la emergencia de la producción intangible.	36
D. Planteo del problema: sobre el desarrollo de las TIC que sólo finca más atrasos.	52
E. El sistema de hipótesis: razones, trazados y estructuras de tantas abundancias y no menos penurias.	63
F. Los ejes de evaluación: rastrear y conseguir las premisas básicas.	76
Capítulo II	
EL ORIGEN: DE LOS SERVICIOS DEL ENCLAVE A LA ESTRUCTURA ESTATAL DE SUMINISTRO	85
A. El despegue institucional: puesta a punto y proyección futura de los ejes de expansión de las TIC.	94
1. La concesión: esquema jurídico nodal para el suministro de los servicios.	97
2. El segundo concepto rector: vías generales de comunicación.	101
B. Los primeros contenidos: conjunción de tendencias y conformación de las estructuras concesionadas.	108
1. Ensayos, aciertos y definición del entorno regulatorio.	109
2. La emergencia del monopolio privado a dos estribos.	114
3. El segundo tiempo: esquema general de capitalización de los medios.	126
4. Epílogo y recomienzo: tanteos y conquista de la fórmula operativa.	130
5. La plataforma jurídica: el empalme con los afanes económicos para nutrirlos y reconfortarlos.	141
6. La contraparte estatal: función, inicios y fronteras de la radiodifusión del Estado.	147

### Capítulo III

<b>CLÍMAX DEL COMPLEJO POSTAL- INDUSTRIAL Y SINERGIA DURABLE CON LOS CONCESIONARIOS</b>	<b>165</b>
A. El entorno económico: vigorizar las solvencias y cobijos para la inversión privada	168
B. El despegue: funcionalidad y arrastre de las telecomunicaciones	173
C. De nacionalización diferentes: desde ya en el telegráfico; clímax de una larga jornada para el telefónico	177
D. La televisión abierta: ceñida al poder y en formato que seduce y conquista	185
1. El tiempo de crearlo todo: infraestructuras, contenidos y el empalme necesario para proseguir el negocio	188
2. Y el tiempo de cosechar lo sembrado: expansión territorial del consorcio y debut de su operación en Estados Unidos	197
3. El nacimiento de Televisa: dotación de infraestructura, empate y ventaja en la esgrima legislativa y nueva centralización de capitales	205
E. Otras animaciones y maniobras: el modernismo de los viejos protagonistas; estreno y primeros balbuceos de nuevos ejecutantes	215
1. Instrumentación y funcionamiento de la red federal de microondas (RFMO) en el período 1955-1967	216
2. Instalación de la estación terrena de Tulancingo, para el servicio internacional vía satélite en 1967	221
3. Fundación de la Comisión Nacional del Espacio Exterior (CONEE) durante el sexenio 1956-1962	222
4. Infraestructura para comunicaciones rurales	223
5. Creación y operación del servicio télex en 1957	228
6. Y una más del monopolio: surgimiento de la televisión por cable en 1954	230
F. Del crecimiento afincado en el subsuelo: recursos del petróleo para el desarrollo instantáneo de nuevos servicios	237

### Capítulo IV

<b>CRISIS Y RECONVERSIÓN: HACIA EL NUEVO ROSTRO DE LAS TIC.</b>	<b>244</b>
A. La reestructuración económica: la apuesta completa por el dinamismo llegado del fuera	247
B. En la fase preparatoria: desplome de la oferta estatal e iguala latente del proveedor privado	256
1. De ajustes y reducciones: el financiero que cohibe la oferta, el orgánico que intenta conservarla	260
2. Sobre la nueva triangulación: entre el atraso tecnológico del télex y las ventajas de su infraestructura terminal	274

#### Capítulo IV (Continuación)

- |    |  |     |
|----|--|-----|
| 3. | El sistema doméstico:<br>los pasos vacilantes del inicio y la maquila de servicios satelitales | 282 |
| 4. | El teletexto: descubrimiento y montaje del valor agregado                                      | 310 |

#### Capítulo V

- |    |  |     |
|----|--|-----|
|    | LA CONVERGENCIA: EN LA BÚSQUEDA DE TODAS LAS ECONOMÍAS POSIBLES.   | 319 |
| A. | El arraigo de lo ya comenzado:<br>tonificar la estrategia hasta lograr el tejido fino de la reestructuración productiva  | 329 |
| 1. | Y cumplir la aspiración primera:<br>ser la economía más abierta del mundo...   | 330 |
| 2. | El relevo del actor privado:<br>la titularidad de siempre y agente renovado en lo que llega apenas                       | 333 |
| 3. | La matriz ejemplar:<br>impacto de la estrategia de reestructuración en las telecomunicaciones                            | 339 |
| B. | Hacia los cimientos del concepto fundador:<br>paquetes, secuencias y caudillajes que todo lo llevan y todo lo significan | 352 |
| 1. | El inicio: ejemplo y arrastre en los tres frentes representativos  | 353 |
| 2. | El rastreo de nuevos negocios, validación de los establecidos y emergencia<br>protagónica de otras opciones              | 367 |
| 3. | El caso Telecom o la efímera travesía del proveedor paraestatal  | 390 |

#### Capítulo VI

- |    |  |     |
|----|--|-----|
|    | TELMEX Y EL TERCO ANCLAJE ENTRE CIELO Y TIERRA   | 400 |
| A. | El arranque: del campeón nacional que cada vez logra mayor delantera   | 414 |
| B. | La telefonía:<br>el servicio más antiguo que ahora corre en el aire para mercarlo todo                         | 426 |
| 1. | La privatización:<br>acicalar el atractivo de la prometida y garantizar el futuro de quien la despose          | 431 |
| 2. | De canjes, mudanzas y blindajes jurídicos:<br>las prerrogativas de Telmex como custodia y misión de Estado     | 447 |
| 3. | Del desempeño y uso de todos los adornos:<br>predominio macro y micro, horizontal y vertical, de la telefónica | 465 |
| 4. | Telefonía móvil: superar el umbral con el consumo agregado   | 495 |

#### Capítulo VII

- |    |   |     |
|----|---|-----|
|    | TELEvisa: CONSOLIDACIÓN DE MARCA, DE ESTILOS Y DE PROPOSICIONES       | 525 |
| A. | El recambio de la televisión: y llega al fin la respuesta del usuario | 535 |

Capítulo VII (Continuación)

B.	Las bases:	544
	concentrar, expandir y aprovechar la vieja fórmula hasta el infinito y más allá	
1.	El entorno: erigir las bases del desarrollo próximo	551
2.	Creación y refuerzo de infraestructuras de radiodifusión.	554
3.	Fortalecimiento de la producción de contenidos originales	558
C.	Provechos y rentas:	571
	el usufructo del tren binario que llega del cielo sin paradas ni itinerarios.	
D.	El movimiento:	578
	preparación de nuevas bases tecnológicas para distribución de contenidos	
E.	La Reforma:	589
	de logros momentáneos, prebendas anheladas y acomodos futuros	
1.	Del entorno y sus lugares comunes:	593
	linderos, asuntos y consignas de la discusión sobre la <i>Reforma</i> .	
2.	La tercera generación: una misma y única convergencia para explotar el aire.	600
CONCLUSIONES: LA CONVERGENCIA DURA Y LAS ALTERNATIVAS PARA CUESTIONARLA		615
A.	La estrategia unificada: preparar la explotación de las redes de nueva generación	620
B.	Deja vú: sobre la insistencia o de la explotación de las telecomunicaciones por el duopolio televisivo.	627
1.	La redención del 28, parte I:	630
	y de nueva cuenta el espectro, ahora en sus frecuencias más populares	
2.	La redención del 28, parte II:	642
	el turno de TV Azteca para imponer rutas y definiciones antes de la reacción legislativa.	
C.	La contraparte telefónica: también por el aire y a la conquista de todo.	647
D.	Epílogo: o de las posibilidades del cambio cifradas en tres tiempos	649
1.	El primer nivel: seguir la letra sin desviaciones, letargos ni distingos.	650
2.	El segundo nivel: hacia una integración más allá de la propuesta tecnológica.	653
3.	El tercer nivel: subvertir el orden y privilegiar al sujeto social.	666

México, Distrito Federal,

Mayo de 2009

Introducción

**CONVERGENCIA: SÓLO LA PUESTA AL DÍA DE LA VIEJA ESTRUCTURA**



*"... Las tendencias económicas y políticas se están combinando para amenazar con su despedida final a la esfera pública, sobre la que descansa la misma noción de democracia (...)*

*Los estudiosos de la comunicación están inevitablemente involucrados en este proceso, como ciudadanos y como intelectuales, y tendrán que decidir –sin duda dolorosamente, en algunos casos–, en dificultades materiales y en circunstancias ideológicas, conforme se agudiza la lucha de clases nacional e internacionalmente, de qué lado están. Si su opción es hecha consciente o inconscientemente, ello se aclarará –para bien o para mal– en el trabajo que produzcan, o en el que no logren producir".*

Nicholas Garnham<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> "Hacia una teoría del materialismo cultural". En: Claudia Benasini (compiladora). *Teorías de la comunicación en Estados Unidos y en Europa*. México, Ediciones de Comunicación, México, 1987:176pp. (Serie Iberoamericana de Comunicación).

Como cualquier sexenio, el del período 2000-2006 dispuso de 72 meses; 288 semanas y de 2 mil 190 días. Tal extensión cuantitativa, ese tiempo vacante a disposición y voluntad de todos, es vasto sin duda para el ejercicio del poder. Plazos menores inclusive han modificado la fisonomía y las reglas establecidas, las estructuras socioeconómicas, la orientación de la base industrial. Algunos de los cambios que aquí se relatan tuvieron ese dinamismo y en dos o tres años fincaron las bases para transformar al país, y dejaron el sobrante para consolidar lo que ya habían reconvertido. En toda su proyección posible, así, los seis años parecen suficientes para hacer sentir la presencia del gobernante en turno y de sus ideas medulares. Y también de sus deseos, intereses y motivaciones.

En telecomunicaciones, sin embargo, la abundancia de tiempo en el sexenio que abrió el siglo no trajo grandes resultados ni corolarios trascendentes. Aunque los informes de labores y los reportes para los medios que publicaron las autoridades de la época hacen resaltar el cumplimiento en todas las metas planteadas al inicio del ejercicio, el inmovilismo de la autoridad fue evidente y decisivo, y con el tiempo se precisa y prevalece como la conducta verdadera, dominante de hecho, en esos años. Aquel “*y yo, porque?*”<sup>2</sup> que tanto y tan bien describió la actitud federal de entonces, pareció pernearse a todo el andamiaje federal y generalizarse para ser moneda corriente en el tratamiento de la mayoría de temas y asuntos nacionales.

Y la indolencia reinante de la autoridad federal fue todavía más contrastante por la vorágine de acontecimientos que justo caracterizó al sector durante los meses terminales del mandato sexenal. Tal movimiento desbordante hizo más evidente aún la lejanía y laxitud de los responsables institucionales de las telecomunicaciones, y los agentes privados rebasaron por mucho su concurso, sobre todo en las postrimerías de la gestión. En este entorno resalta una maniobra inesperada, que sorprende a todos, y que como pocos instrumentos traduce la ambición empresarial en política pública. En abril del 2006 y con solo un trimestre de discusión formal, el Senado de la República ratifica por mayoría simple el Decreto que conjuntamente modifica a las **Leyes Federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones** (*Reforma*, en adelante), mismo que apenas en diciembre de 2005 había aprobado la Cámara de Diputados en una extraña unanimidad que para lograrse consume apenas algunos minutos. En sólo cuatro meses, el Poder Legislativo toma la batuta y delantera y propone una ruta precisa para enfrentar las simbiosis tecnológica y de mercado entre las infraestructuras de transporte y de servicio propias de las telecomunicaciones, y la información y los contenidos originarios, sobre todo los provenientes de la radiodifusión. Más tarde, cuando distintos sectores sociales cuestionan a profundidad la *Reforma*, sus defensores justo evocan ese encuentro para erigir el mejor argumento que encontraron para legitimarla: el determinismo tecnológico de siempre otra vez hace de las suyas, y con su lógica permanente justifica el movimiento: la convergencia es inevitable porque el avance

---

<sup>2</sup> En este sentido, resulta apropiado citar el ensayo sobre la *impolítica de comunicación social* que con base en esa frase borda Raúl Trejo Delarbre. Cfr. “El foxismo, un sexenio al servicio de los empresarios de la radio y la TV”. En: *Zócalo*, No 81; noviembre de 2006:6-9pp.

tecnológico así lo plantea, y México no puede abstenerse ni aislarse de tal proceso. Aunque la discusión es álgida y lleva al enfrentamiento y a la polarización de las opiniones, el Ejecutivo se mantiene fuera de dimes y diretes y más que solícito acude presuroso a respaldar la modificación con su publicación en el Diario Oficial, no mucho después de que para ello justo se le remite. Con tal desahogo, ignora además las voces internas de su propia estructura, que en todos los tonos posibles le recomendaban si no desechar la proposición cuando menos proceder a su análisis a conciencia.

Más la euforia que con seguridad experimentó el duopolio televisivo al imponer su visión legislativa, seguro fue compartida por otros, aunque no la manifestaran en absoluto. Pronto, en seis meses, el monopolio telefónico agrieta el exilio y decide mostrarse y maniobrar para hacer surgir el asidero que le conviene, el que habrá de fundamentar su intervención en los mercados ya establecidos y que no pueden vetarse más a su concurso. Como consorcio globalizado capaz de rivalizar por sí mismo con las dos televisoras, fue evidente su ausencia durante las discusiones sobre la *Reforma* pese a que el tema en debate lo involucraba por necesidad. A la distancia, ha quedado claro que el silencio fue táctico y previsto: el viejo zorro jugó a consentirla sabedor de que con ello obtenía compensación sin mover un dedo siquiera: cada voto a favor de la iniciativa de las televisoras afianzó su protagonismo estelar en la segunda vía de la simbiosis tecnológica: la explotación del mercado de señales de televisión por parte de los operadores de redes de telecomunicaciones. De esta forma, si la mudanza legislativa dinamizó al sector sin incluir a los involucrados federales<sup>3</sup>, sus consecuencias inmediatas los obligaron a dejar la comparsa y asumirse como actores del proceso que siguió, si bien con la camiseta y las preferencias que cada cual profesaba. Si a lo largo del sexenio el titular del Ejecutivo se había esforzado en apoyar a los concesionarios de la radiodifusión y en octubre del 2002 les había entregado beneficios substanciales que aumentaron su difusión publicitaria; si igual les garantizó una migración tersa del formato analógico al digital en sus sistemas televisivos, y, finalmente, y si con las modificaciones legislativas ganaban en exclusiva un nuevo territorio económico de capitalización; las consecuencias de tanto apoyo incondicional llevaron de comienzo a abrir turno y puesto para la telefónica, quien desde luego también reclama su participación en el escenario de servicio y acaso protesta por la inatención a sus intereses. El cobijo el tránsito del duopolio televisivo hacia el suministro de telecomunicaciones, propicia que **Grupo Carso** reivindique su parte y obligue el desempeño federal para legalizar el anverso: la prestación del servicio de radiodifusión desde las infraestructuras de telecomunicaciones. Así, impulsar el empalme de servicios, tarea inscrita como obligación institucional y política en el **Programa Nacional de Comunicaciones** del sexenio, y por años propósito de papel que únicamente sirvió para nutrir entrevistas y celebraciones, se transforma en encomienda urgente porque sólo restan algunos meses para concluir el mandato y el tercero en discordia exige paridad, demanda iguales prebendas y beneficios que los concedidos al par televisivo. La maquinaria se mueve entonces con una solvencia insospechada,

---

<sup>3</sup> Uno de los comisionados de entonces de **Cofetel**, así lo confiesa. Cfr. Abel Hibert Sánchez. "Política sin ley". En: *Reforma*, 15 de junio de 2007.

negocia, arregla y organiza, y concede además todo lo necesario para cocinar el llamado *Acuerdo de Convergencia*, que se publica en octubre del mismo 2006 y en síntesis establece el ideal tope del libre mercado: *todos pueden proporcionarlo todo, únicamente requieren de manifestar esa disposición*<sup>4</sup>.

Con el instrumento debutante en la mano, **Telmex** impulsa la adherencia de todos los agentes conector también de que con ella gana desde cualquier ángulo<sup>5</sup>. De comienzo, sienta las bases para recolectar el eslabón faltante que le fue negado en su concesión de 1990, la transmisión de televisión como proveedor directo, y, en segunda instancia, como propietario de las dos redes nacionales de conducción alámbrica e inalámbrica, es árbitro obligado en la negociación de los tres requisitos técnicos que se impone a los operadores para la explotación combinada: la interconexión de redes –obligatoria ya desde la selección de operador de larga distancia en 1997, y fuente de ganancias extraordinarias para el consorcio ya que las tarifas de arranque se establecieron de manera discrecional por la naciente **Cofetel**–; interoperabilidad –que implica el funcionamiento conjunto entre redes dedicadas en todas las fases de la prestación– y portabilidad de números, para que el usuario mantenga dominio sobre la asignación y se facilite su desplazamiento entre operadores distintos. En la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, las tres condiciones fueron definidas como obligaciones a cumplir por los operadores de redes públicas de telecomunicaciones (**Artículos 41 y 44, Fracción V**), pero la subordinación de los empleados federales es tan abierta y palmaria que al insertarlas en el *Acuerdo* las transforman en materia de negociación, y con ello, sientan las bases para que el monopolio pueda presionar y exigir un tratamiento especial o la cesión de privilegios y prebendas, cuando en realidad sólo ha cumplido lo que la Ley vigente establece. En consecuencia, como siempre ha sido, la apostilla indispensable en todo el trayecto de la liberalización vuelve a ser el monopolio telefónico. En tiempo alguno se ha prescindido de su concurso y menos de su veredicto, como queda explícito el 5 de marzo de 2007: un boletín informativo de la empresa anuncia que ha firmado el convenio de conexión respectivo con ocho concesionarias de televisión por cable, situación lo que les facilita proporcionar el servicio triple play<sup>6</sup>. La lista de avenencias y sociedades empieza pues a sucederse, y el corporativo inicia con ella la comprobación de que ya cumple en tiempo y forma con los condicionantes que se han impuesto y por lo mismo puede complementar sus servicios en los términos que establece el *Acuerdo*.

<sup>4</sup> Cfr. Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT). *Acuerdo de convergencia de servicios fijos de telefonía local y televisión y audio restringidos que se proporcionan a través de redes públicas de telecomunicaciones alámbricas e inalámbricas*. En: *Diario Oficial de la Federación*, 4 de octubre de 2006.

<sup>5</sup> En tal sentido, resulta interesante consignar lo que relata Marco Antonio Mares en su columna del 25 de septiembre de 2006 en Crónica: *“Seguramente, cuando lea lo que sigue, se va a ir de espaldas*, afirma. *Carlos Slim, de Teléfonos de México, y Emilio Azcárraga Jean, de Televisa, acordaron los principales lineamientos del nuevo Acuerdo de Convergencia Tecnológica...*” La referencia es importante porque señala los mecanismos que en efecto se ponen en práctica para conciliar intereses entre poderosos. Por ello, importa poco que nadie haya confirmado o desmentido su autenticidad. Una reunión así es más que posible ya que no sería la primera vez que sucediera.

<sup>6</sup> Las compañías son: **Telecable de Chihuahua**; **TV Cable**; **Cable y Comunicación de Campeche**; **Cable y Comunicación de Mérida**; **Telecable de Morelos**; **Telecable Mexicano**; **Telecable de Chilpancingo**; y **Visión por Cable de Oaxaca**. Información tomada de: **Teléfonos de México**. *Ocho empresas de cable se adhieren al “Acuerdo de Convergencia” promovido por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes*. Comunicado del 5 de marzo de 2007.

Como señal de arranque, el instrumento formaliza previsiones y engendra acomodados que se cultivan en la estrategia de copar la prestación, de migrar con rapidez al área de negocios recién despejada. **Telmex** solicita el cambio en las cláusulas de su concesión para convertirse en proveedor televisivo y en paralelo fortalece su incursión pionera en ese mercado vía Internet, con *prodigy media*, y oferta un servicio de video por demanda que de principio está disponible para los suscriptores de *Infinitem* en banda ancha. Por su parte, **TV Azteca** –agazapada en todo el proceso de autorización de la *Reforma*, pero bastión intransigente en la defensa de sus intereses con la diatriba emitida en horario estelar a fines de marzo– parece centrar su esfuerzo en un desarrollo preciso: la transmisión de sus contenidos por las redes móviles, convergencia que le permite capitalizar sus activos de televisión abierta (canales 7; 13 y, por fin, la señal del 40) y de telefonía inalámbrica, con **Iusacell** y **Unefón**, ya en amalgama con una misma plataforma de servicio. El accionar de **Televisa** es asimismo manifiesto. En los meses previos a la promulgación del *Acuerdo* se centra en batallar, presionar y conseguir<sup>7</sup> que le sirva para complementar sus planes y proyectos de expansión, y una vez con la disposición en la bolsa, como titular de redes fijas e inalámbricas de distribución, el monopolio tiene carta abierta para buscar la convergencia a partir de cualquiera de las infraestructuras de servicio que opera. Una muestra de ello es la declaratoria que llega después, y que hace evidente las ambiciones convergentes de otra de sus empresas, que bien poco había participado de la euforia tripartita: al suponer que los usuarios de telecomunicaciones prefieren contratar todos los servicios con un mismo operador, **Sky** declara que viene analizando la manera de transformarse en un proveedor multifuncional. *“Incluso*, afirma su director de mercadotecnia, *queremos que nuestra oferta vaya más allá, con la integración del servicio de telefonía móvil, concretando así una oferta sólida de cuádruple play (telefonía fija; móvil; Internet y televisión restringida)”*<sup>8</sup> Igual propósito ha establecido **Cablevisión**, y tal meta operativa está en la raíz de las nuevas adquisiciones del grupo en el segmento de televisión restringida: **Cablemás** y **TVI**, no se codifican más como pilares en una oferta audiovisual solitaria: también suministran acceso a la red y telefonía, justo en el paquete IP que todo lo conjunta y ordena.

Aunque concebidos y dedicados pues a dos sectores distintos, tanto la *Reforma* como el *Acuerdo* parten de una misma lógica económica: capitalizar las infraestructuras respectivas con mayores servicios, con aplicaciones distintas a la originaria. En el servicio telefónico, la conducción de voz cede día a día su importancia en favor de la conducción de datos y el envío de mensajes. Por su parte, la televisión ha visto desgastarse su modelo de acumulación sustento en la venta de tiempo de transmisión y debe migrar hacia el esquema que desde siempre han explotado las plataformas de telecomunicaciones: el enlace punto a punto que al instalar su esquema intrínseco de bidireccionalidad y aplicarse a la transmisión de video, propicia la respuesta del usuario curtida en el terreno del

---

<sup>7</sup> Una buena manera de sopesar esas acciones son los artículos de aquellos meses que publicó su vocero en *Reforma*, en concreto los martes.

<sup>8</sup> ----- *“Sky quiere ofrecer cuádruple play”*. En: *El Financiero*, 30 de julio de 2008.

intercambio y por ello sujeta a la venta de contenidos: *todos los que el proveedor consiga ofrecer; todos los que el receptor alcance a comprar*. Ambos servicios se encuentran en plena mutación y para mantener el negocio recurren a la posibilidad tecnológica o comercial que les ofrece el sector al que aspiran: las televisoras para comunicarse con el usuario para motivar el consumo de sus productos y ofertas; las telefónicas para armar paquetes de datos que ensamblan al video con su tradicional servicio de voz y datos.

Desde la óptica de la capitalización de activos, la convergencia es así una historia que se repite. Como se busca argumentar a lo largo de estas páginas, el interés público ha estado ausente en la construcción y progreso de las grandes firmas de radiodifusión y de telecomunicaciones, y el propósito único de plegar su desarrollo a la reproducción económica ha generado una estructura política e ideológica que cobija a rajatabla el despliegue de las empresas que explotan ambos sectores industriales en una franca posición de monopolio, misma que es base para su expansión como protagonistas regionales de importancia en la estructura internacional. En este escenario, la convergencia viene a ser otro asidero para proseguir en el negocio, para perpetuar la multiplicación de activos, y se plantea como el último hecho que otorga continuidad al modelo económico plantado desde principios del siglo XX y polarizado en su proceder ya en el XXI.

Encontrar el sustento histórico de la convergencia es entonces el propósito del primer Capítulo del trabajo. Si bien toda una avalancha de informes, reflexiones y aportes teóricos pretenden ligar la intervención de la ciencia y el conocimiento en el modo productivo a la superación de la añeja relación capital-trabajo, el análisis de las condiciones histórico-materiales enmienda esa perspectiva y sugiere que dicha incorporación productiva es un indicador más del avance de las relaciones capitalistas, que ahora subordinan a esos elementos para renovar su transcurso y revitalizar su empresa económica. Esta línea argumental permea el planteamiento general de la tesis; su sistema de hipótesis y asimismo los ejes conceptuales que sirven para valorar la pertinencia teórica de las propuestas incluidas.

El *Capítulo II* inicia ya el recorrido histórico necesario para rastrear las raíces económicas de la convergencia en nuestro país. Desde fines del siglo XIX, es de destacarse el surgimiento de dos figuras jurídico-políticas que van a mantenerse hasta nuestros días, y que al combinarse han sido la base legal para el desarrollo de los servicios bajo paternidad privada. Al aplicarse en épocas distintas, el *otorgamiento de concesiones de explotación* y el andamiaje reglamentario que califica a las infraestructuras privadas como *vías generales de comunicación*, han garantizado el despegue de las empresas que hoy compiten en el escenario convergente. La radiodifusión, por ejemplo, fue concesionada desde sus orígenes y ello sentó las bases para el despegue de la plataforma televisiva, igual con la misma condición de industria concesionada. A la vez, al proteger sus redes y sistemas con la investidura de vías de comunicación se les otorga una calidad jurídica que garantiza su cohesión física y legal y solventa su usufructo en

beneficio de los propietarios. Como se asienta en el Capítulo, esta protección ha sido tan solvente que incluso hace palidecer los afanes de radiodifusión del Estado, poderosos en los primeros tiempos pero después sujetos al vaivén de los gobernantes en turno y por ello limitados para conformarse como medios públicos, autónomos e independientes, y sobre todo, como contrapeso a la actividad comercial de la industria radiodifusora privada.

Más si en radiodifusión el desempeño del gobierno es por lo menos desatinado, en el sector de telecomunicaciones se observa el otro lado de la moneda, aunque sea por etapas específicas y bien delimitadas. Como se plantea en el *Capítulo III*, por cerca de cuatro décadas y en el mejor de los estilos del llamado *complejo postal-industrial*, la estructura estatal dedica recursos de todo tipo para apuntalar los sistemas y servicios operativos, cuya concepción, funcionamiento; gestión y manejo completo de la cadena de valor se realiza desde las oficinas gubernamentales. Las microondas; la comunicación via satélite; el télex; la transmisión de datos, e incluso las incipientes actividades espaciales que no rebasan un estado embrionario, son tareas cotidianas de la administración pública federal y por lo mismo se alimentan de sus virtudes y padecen sus lastres y deformaciones. La excepción a la regla lo constituye la televisión, que toma dos soportes: el modelo abierto, vigente hasta la actualidad sobre todo como escaparate publicitario y como telón de los grandes eventos de masas; y la plataforma restringida, por cable de comienzo, que el tiempo transformará en pilar de la convergencia. Tanto ayer como hoy, en ambas se cosecha la misma marca y modos de explotación y de lucro.

Los *Capítulos IV y V* buscan retratar la crisis económica de principios de los ochenta y la reestructuración productiva puesta en práctica para enfrentarla, hecho que en telecomunicaciones tiene una relevancia singular. Del protagonismo y la titularidad estatales que pintaron a los servicios desde los cuarenta y sobre todo en el último tercio de los setenta, cuando la economía petrolizada le otorga una gran fortaleza financiera, se deriva la situación contraria: retiro del Estado de la prestación y, acorde con la estrategia gubernamental recién instrumentada, predominio de la empresa privada como actor en la concepción, desarrollo y funcionamiento de las telecomunicaciones que llegan. Durante la transición que conduce a ese escenario se generan esquemas operativos que afectan a los servicios principales, y que con lentitud remiten ya a la inserción del país en la nueva división internacional del trabajo que se organiza. La red télex, la de mayor cobertura territorial, y los servicios satelitales domésticos, cambian así su funcionalidad y adoptan un rol secundario que los transforma en plataformas terminales, para llegar al usuario, mientras empresas extranjeras proporcionan los servicios de mayor valor agregado mediante esa misma vía. Este distintivo recién creado en el medio aflora con solidez y para expresarse se apoltrona también en la televisión abierta: sólo la incompatibilidad entre empresarios detiene en efecto el debut comercial del teletexto, otro montaje del monopolio televisivo en su carrera hacia la diversificación del negocio original.

Las vicisitudes del télex y de la comunicación satelital habrían de ser regla y no-excepción y en los años que

siguen afloran nuevos conceptos que instalan toda una interpretación económica sobre el desempeño de los servicios con estructura de red, como la distribución de agua, de gas, o las propias telecomunicaciones. El rendimiento productivo; las ineficiencias estructurales; la ley del valor exponencial, de los puntos de quiebre y las externalidades de red, como las economías de escala; de densidad, son parámetros que pretenden instalar un juicio técnico que sin embargo siempre queda por detrás de la discrecionalidad política, situación que sigue siendo el eje conductor del desarrollo de las telecomunicaciones y en lo general de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). ¿Por qué hoy **Telmex** no puede suministrar televisión? No habría mayor prueba de la eficiencia de su red si la proporciona en paquete, como cualquier cableero ya puede hacerlo. Entonces, ¿por qué no se le ha permitido? Es claro que la respuesta no es técnica y pasa por el vericuetos de la negociación coyuntural, del estira y afloje donde cada quien cede y a la vez gana.

Justo el caso de **Telmex** y su conformación como monopolio telefónico constituye la materia del *Capítulo VI*. Se considera su tránsito corporativo desde los cincuenta; el proceso de nacionalización que reestructura su capital social, y el crecimiento sobresaliente que también logra en el trienio de los hidrocarburos, cuando comparte la abundancia e inicia sus primeras acciones para asumirse como operador de los servicios de conducción de señales. Después comparte la crisis que traba su desarrollo y es sujeto de críticas lapidarias que se sustentan en su evidente inmovilismo burocrático. Todo se arma para justificar la privatización de la empresa y para constituir la también como ejemplo de la política gubernamental que arriba con la tecnocracia y sus valoraciones macroeconómicas. Si han de creerse algunos análisis y más aún el juicio popular, el negocio de transmisión de televisión fue escindido de sus operaciones posibles para conseguir la voluntad y aquietar los temores del otro gran monopolio, **Televisa**: con esa prohibición se le aseguraba que no tendría competencia de la nueva empresa en su negocio original, y de paso igual se aseguraba la marginación de la televisora del proceso de compra de la telefónica. El resultado es la conformación de un *campeón nacional* que hoy todo lo puede en telefonía: tanto en el cielo como en la tierra, su marca se despliega a sus anchas *sin ver ni oír* a sus adversarios comerciales.

La consideración del desarrollo de **Televisa** y de sus modos singulares de desempeñarse cierra la argumentación del trabajo. El *Capítulo VII* puntea en efecto la estrategia del consorcio para estructurar las bases de sus negocios futuros, a partir de un único principio vertebrador: la industrialización del servicio televisivo. La creación y refuerzo de sus infraestructuras de distribución y difusión y el fortalecimiento de la producción de contenidos originales, han sido algunos de los movimientos que el monopolio explora para consolidar su postura en el proceso, y con ello mantenerse en la vanguardia del escenario televisivo que apenas se forja y todavía arroja más incertidumbres que certezas. El Capítulo igual aborda la reforma a las Leyes Federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones de 2006, movimiento que pretendió legalizar la industrialización del servicio y legitimar sus maneras conforme el dictado y visión de los concesionarios y el duopolio que los encabeza. El planteamiento de esos cambios; la



racionalidad económica que los sustentó, se analizan como una muestra más del avance del modo capitalista, que ahora la integrado las bandas de frecuencias dedicadas a la televisión como una nueva área de valorización y producción de excedentes.

Las Conclusiones que se exponen en la última sección tienen un claro perfil provisional. Para fortuna de todos, los Artículos insignia de la reforma del 2006 fueron desmantelados por la Suprema Corte catorce meses después de haberse entronizado. Sin embargo, y pese a constituir un acto de enorme trascendencia política e histórica –una decisión contraria hubiera significado que los tres poderes Federales la avalaran- el dictamen judicial trajo aparejadas dos situaciones que por lo menos tornan incierto el progreso de la convergencia sobre bases más amplias que la mera reproducción económica. Por una parte, la anulación de la Corte dejó un vacío jurídico que no puede permanecer en el tiempo y habrá de colmarse de alguna forma. Los concesionarios tratan de llenarlo mediante la acción administrativa de la autoridad, acto que una y otra vez ha sido solicitado para legitimar el desarrollo de sus negocios y conseguir lo que la norma abortada ya les concedía. En segunda instancia, por el nivel jerárquico de la legislación cancelada y por el consenso logrado entre quienes la aprobaron, la propuesta que la sustituya deberá tener las mismas características y generarse en igual acción mayoritaria. El primer requerimiento ha sido solventado por el Grupo Plural del Senado, cuyo trabajo culminó ya en propuestas concretas de Ley susceptibles de considerarse para el dictamen de las Comisiones respectivas. No obstante, ese segundo paso, frustrado de manera periódica por el concesionario y sus personeros, hasta ahora tampoco ha podido darse y aquel limbo jurídico se ha perpetuado con el riesgo de cubrirse con la acción fácil de naturaleza administrativa. Tal posibilidad es latente porque la decisión de la Corte frenó las ambiciones de los empresarios pero no ha aquietado el proceso productivo de industrialización del espectro, ni ha corregido la alta concentración monopólica de frecuencias televisivas y radiofónicas que padece nuestro sistema de medios. Ambas situaciones se mantienen como hechos concretos, a enfrentar todos los días, y es más fácil que se mantengan y acrecienten a que se cuestionen siquiera.

El cambio que habrá de llegar, se sugiere al final de las reflexiones que cierran, se sustenta en el accionar de dos agentes sociales. Por una parte, en todos aquellos que con su reflexión ayudan y contribuyen a comprender el funcionamiento del sistema y a entender los procesos y articulaciones que opera y administra para imponerse. Justo una de las simplificaciones que más se emplean para ello es presentar y asumir a la comunicación solo como estructura dura, física y lógica, y deja en un segundo o último lugar al entorno todo donde se cultiva la inteligencia humana. Bajo esta acepción, la tecnología toma un lugar protagónico, y el individuo que justo la ha generado, el rol secundario. Con base en apariencias de este tipo, por ejemplo, es que puede convivir la exigencia por abatir la brecha digital y reivindicar el derecho de todos los ciudadanos de tener una computadora conectada a la red –mismo reclamo que incluso a quedado consagrado en una Ley, en abril de 2009- y simultáneamente se deja intacto el esquema monopólico de las televisoras y del operador telefónico, *statuo quo* que se hace pasar como natural y

legítimo. Contradicciones de este tipo suponen que el desarrollo de la sociedad es un estadio compuesto por muchos apartados, estancos todos, que no se relacionan y menos interactúan entre sí. Para destacar el esquema contrario, en las Conclusiones se incluye la propuesta de análisis temático que ha sometido la **Cepal** y que no obstante su esquematismo demuestra en el papel la necesidad de utilizar un enfoque integral y más completo.

La gente, el ciudadano, la sociedad civil, es el agente de cambio que seguro habrá de transformarlo todo. Ese amplio universo y las organizaciones que lo incorporan y representan, y nutren la reflexión colectiva, tuvo uno de sus mejores momentos al cobijar la acción de inconstitucionalidad presentada ante la Corte, y como testigo envolvente presencié las deliberaciones hasta festinar la victoria con el dictamen de los Ministros. La dinámica alcanzada permeó a la clase política por algunas semanas y envolvió la conformación y los trabajos del Grupo Plural. Todavía es recuerdo grato y gratificante la imagen unida y retadora de los Coordinadores en el Senado de los tres partidos políticos mayoritarios, cuando culminó el Seminario *“Mejores Prácticas Legislativas para la Radiodifusión en México”* en septiembre de 2007. Formalizaban entonces el compromiso por modificar las reglas que conducen el desempeño de las telecomunicaciones y la radiodifusión, y para ello aseguraban seguir el ejemplo de la Corte. Nadie imaginó en la fecha que de aquel triunvirato y su éxtasis compartido habrían de surgir tanto la deslealtad partidista como el afán de congraciarse con los empresarios de los medios a través de la propuesta legislativa acorde con sus intereses más obcecados. Bien poco duró el gusto pues y de nueva cuenta habrá que esperar a que se conjuguen las mejores voluntades para plantear, y lograr ahora, los cambios. Es por ello que la sección de *Conclusiones* abre con la reflexión de Armando Bartra: *“...la apuesta del tercer milenio tiene que ser la sociedad, dice, no nos queda otra”*. Esta certeza es aún más evidente al considerar uno de los últimos hechos relacionados con el tema del trabajo. En mayo del 2009, al tiempo de cerrar esta Introducción, se ha pública la oferta que **TV Azteca** proporciona con base en el multiplexaje de los tres canales digitales espejo que tiene concesionados, y que le permiten ofrecer otras señales más que pueden sintonizarse mediante el dispositivo que la propia empresa distribuye. A favor y en contra, la discusión no se aletarga y por algunos días los medios ventilan el mismo discurso que unos y otros han cultivado por mucho tiempo. Estos hechos argumentan con claridad la necesidad de abordar la convergencia desde una perspectiva integral.

Es habitual que los últimos párrafos de la introducción finquen el agradecimiento del autor de la tesis hacia quienes le son importantes. Retomo desde luego la costumbre más no con un afán de rutina sino de reconocimiento sincero y con una gran carga emocional: mi necesidad de reconocer a las personas que me han acompañado a lo largo de este trabajo. De comienzo, y siempre en primer lugar y a quienes dedico la tesis, mi familia, de la que provengo y la que he formado. Sin variación ni flaqueza, mis padres y hermanos han estado cerca, en guardia, listos para prodigar un apoyo sereno, cierto, profundo, inadvertido y generoso tan en extremo, que incluso me vuelve difícil el redactar estas líneas porque alma y mano se conmueven y perturban. Gracias de corazón a mis padres, *Guadalupe y*

*Enrique*. Gracias por darme la vida y por cuidarla desde entonces. Gracias a *José Antonio*, mi hermano menor, quien me ha demostrado con creces que es el primero de nosotros en entregar su aprecio, consideración y cuidado hacia todos los demás. Por más de dos años fue guía y mentor no sólo mío sino también de mi familia, que ha tenido su permanente apoyo incondicional y entregado. Gracias también a mi esposa *Mónica* y a mi hijo *Avidán*, quienes todos los días me dan ánimo para seguir y tratar de ser una mejor persona, un mejor ciudadano. Estoy lejos de lograrlo pero con su apoyo habré de seguir intentando.

En el ámbito académico, los reconocimientos se multiplican y son también hondos y decididos. Sin mayor conocimiento de mi persona que la propuesta del tema de tesis, la *Dra. Susana González Reyna*, Coordinadora de la especialidad en el Posgrado, tuvo a bien apoyar mi ingreso directo al programa doctoral sin cursar la curricula de Maestría, hecho que se constituyó como decisivo para mi desempeño académico. A partir de entonces, el soporte de la *Dra. González Reyna* fue completo, y si en cada Coloquio de Doctorantes se hacía evidente y manifiesto con su mensaje a continuar que dispensaba a todos, en otros tiempos igual fue consistente y tan amplio y sólido que alcanza y nutre la disposición y compromiso de sus asistentes. En efecto, *Paola Sánchez Portilla* ayer, y hoy *Román Vázquez Choreño*, siempre han tenido el gesto amable y la gestión eficiente que ofrecer a quienes lo solicitamos. Mi gratitud por ese proceder que tanto reivindica a nuestra Universidad.

El desempeño cotidiano de la estructura administrativa y de organización del Posgrado asimismo se distingue. Bajo la conducción del *Maestro Carlos Hernández Alcántara*, entregan todos los días su empeño y trabajo para que otros destaquen y logren la distinción académica. Esa generosidad es también vivencia en *Norma Sánchez Morales*, quien sigue su rutina en el área de Becas y con disposición e incluso alegría solventa la gestión del recurso económico que, como en mi caso, fue decisivo para mantener a mi familia y lograr nuestra sobrevivencia. Gracias a todos, en verdad; hicieron agradable y significativo mi retorno a las aulas.

Más si en el campo administrativo todo se gestó a mi favor, en el terreno académico no fue menor la buenaventura. La *Dra. Delia Crovi Druetta*, tutora principal del Comité, me ha honrado con su amistad desde hace tiempo y como *hábil tejedora del conocimiento* como alguien la calificó, ejerció la conducción del trabajo sin ataduras ni sujeciones, con un desprendimiento vasto, entregado sin requisitos ni obstáculos y dispuesto por entero a apoyar mi esfuerzo, cualquiera que éste fuera. Conozco que también intervino en la promoción para mi ingreso directo al Doctorado, recomendación que por provenir de su persona fue un voto de excelencia que apuntaló aquel tránsito y contribuyó a definirlo a mi favor. Desde que presenté la tesis de Licenciatura, el *Dr. Raúl Trejo Delarbre* ha sido una referencia fundamental de mi desempeño y su hospitalidad y calidez me han permitido alternar con él para conversar muchos temas e inquietudes, incluso personales. Quizá el mejor momento de mi formación académica hayan sido esas largas jornadas en su cubículo, cuando paso a paso revisamos la versión final de cada tesis y conversamos de sus

contenidos, de la estructura evidente, e igual de cualquier asunto que surgía, más como amigos que como profesor y alumno. Si como autor y especialista el Dr. Trejo provoca mi admiración, su generosidad y grandeza humana me conmueven profundamente. Mil gracias por ello, Raúl.

La *Dra. Florence Toussaint Alcaraz*, por su parte, me entregó su confianza y a cada nueva etapa del proceso tuvo a bien reafirmar ese hecho. Tal comunión renueva sin duda la amistad e identificación que nos relacionó desde otras épocas, cuando muchos de los hechos que aquí se relatan apenas se insinuaban y sólo era obvio que la tarea de analizar lo que venía sería mayúscula. Como relata la *Revista Mexicana de Comunicación* en su número 7 del lejano septiembre de 1989, la *Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)* bajo su presidencia organizó un Seminario para analizar los cambios que se venían en las telecomunicaciones nacionales, en el cual tuve el gusto de presentar una contribución que hoy, 20 años después, ha sido útil para redactar el *Capítulo IV*.

El trabajo se benefició asimismo del aporte franco de las *Doctoras Eva Salgado* y *Alma Rosa Alva de la Selva*. Hábil en la mayéutica, con periodicidad y por tres semestres, la Doctora Salgado hizo comentarios, observaciones y críticas que mucho me ayudaron a centrar la reflexión, cuando no a desechar algunas de las líneas o ideas que consideraba válidas y solventes antes de debatirlas. Con la Doctora Alva de la Selva es preciso recordar aquellos desayunos que nos reunían de cuando en cuando, y donde igual conversábamos sobre los hijos, el país y sus desatinos, que compartíamos información y en nuestro parecer develábamos los intereses que nucleaban la política en boga; o la carencia de ella. Mucho del intercambio que tuvimos entonces ha sido pauta para estructurar los temas y apreciaciones que pueblan el trabajo en sus diferentes fases.

Por último, en el terreno profesional, es preciso señalar mi reconocimiento y gratitud para el *Ing. José Luis Peralta Higuera*, con quien me une una larga amistad y a quien reconozco como un profesional decidido, honesto y recto, seguro de sus ideas y convicciones. Integridad de ese tamaño es la que tanto nos falta, en telecomunicaciones y en muchos sectores más.

La intervención de tantas personas y su apoyo decidido e incuestionable fue total y decidido. Hasta Hugo, nuestro gato culichi, contribuyó en ese soporte y con la modorra propia de los climas sinaloenses tuvo a bien acompañarme mientras redactaba buena parte de estas páginas. Por ello, con sinceridad, debo declarar que los errores y omisiones que desde luego contiene el trabajo son de estricta responsabilidad personal. Y esta confesión no es retórica.

Cuajimalpa de Morelos, Mayo de 2009.



## Capítulo I

# DEL PLANTEAMIENTO, SISTEMA DE HIPÓTESIS Y EJES CONCEPTUALES PARA SU APRECIO

El gato sonrió al verla, pero como tenía grandes uñas y dientes, ella decidió tratarlo con respeto–:

**“Minino de Cheshire** –le dijo sin saber si él respondería bien pues sólo sonreía más y más–. ¡Parece que le gusta! –pensó y siguió–:

**“¿Me podría decir hacia dónde tengo que ir?”**

**–“Eso depende de a dónde quieras llegar”** –contestó el Gato

**–“No me importa demasiado a dónde...”** –empezó a explicar Alicia.

**–“Entonces da igual a dónde vayas...”**

**–... “siempre y cuando llegue a alguna parte”** –terminó Alicia.

**–“Siempre llegarás a alguna parte –dijo él–, si caminas lo suficiente”**

Lewis Carroll<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> *Alicia en el país de las maravillas*. México, Editorial Grijalbo, 2004:67-68

*“Que el capitalismo cambia no es ninguna novedad”*, se escribía en 1986<sup>2</sup>. Que con su permuta reciente, *“ha vuelto a sorprender al mundo con su extraordinaria capacidad de reorganización”*<sup>3</sup>, culmina aquella premisa años después, y de paso insinúa la magnitud que alcanza la metamorfosis en curso. Y también el vigor requerido para perpetrarla. Resulta cierto. Si en la historia del capital se registran y evidencian crisis estructurales que en su propia descomposición engendraron el remedio a sus atrofias y menesteres y con él la renovación del sistema, la reestructuración actual que ha tomado forma tiene tal envergadura que las interpretaciones extremas del aparato ideológico que la justifica pretenden avalar el mismo finiquito histórico del modo productivo y su desaparición planetaria. De esta forma, si desde su origen el sistema se determinaba por confrontar al capital y al trabajo en condicionantes materiales específicas, cuajadas en el tiempo, hoy se sugiere que esa pugna ha sido disuelta en favor de otros preceptos definitorios, de una tercera vía apenas procreada pero ya con la pujanza suficiente para desplazar a uno y otro de la dinámica productiva. *“El recurso económico básico ya no es el capital, los recursos naturales o la mano de obra*, se explica con ese pretendido sentido definitorio. *El nuevo instrumento de la producción, para decirlo en el lenguaje de los economistas, es y será el conocimiento. El asignar capital y trabajo para producir mercancías –relación que por años fue el sustento de las teorías económicas clásicas, las marxistas, keynesianas y neoclásicas de los siglos XIX y XX– ya no crea valor. El valor se genera ahora por medio de la ‘productividad’ y la ‘innovación’, cualidades que aparecen con la aplicación del conocimiento en el trabajo”*<sup>4</sup>. Y para no albergar duda alguna sobre esa mutación, el calificativo empleado es inequívoco: se trata de la sociedad poscapitalista, nueva estructura y formación histórica cuyos primeros frutos ya se asoman con una contundencia plena. La interpretación que antecede culmina y a la vez anticipa otras muchas versiones que ensalzan o recrean el calificativo apuntado y plenas de estadísticas, números y escrutinios despliegan el mismo ideario con una pretensión terminante. Según tales dictámenes el capitalismo ha sido superado, su ocaso afecta todo y a todos, y produce saltos y alteraciones que no cesan de enumerarse y testimonian su disipación definitiva, sumamente beneficiosa además, conforme tal decir.

A las premisas anteriores se oponen sin embargo otros aportes que interpretan los cambios del capital como una fase más de su evolución, que acaso significan la constante revaloración de su práctica y ejercicio que lo caracterizan y, a contraparte de su desvanecimiento, reiteran la profundización de su transcurso histórico y de la forma en que las leyes que lo rigen se articulan y expresan en el momento actual. Algunas de las referencias que apelan a esa continuidad justo se apoyan en los conceptos de período y de funcionamiento, que, paradójicamente, también nuclea las versiones que suponen el abatimiento histórico del modo productivo... *“La investigación de las*

<sup>2</sup> Ugo Pipitone. *El capitalismo que cambia*. México, Editorial Era, 1986:9pp.

<sup>3</sup> Ana Esther Ceceña. “La producción estratégica como sustento de la hegemonía mundial. Aproximación metodológica”. En: Andrés Barreda et Ana Esther Ceceña (Coordinadores). *Producción estratégica y hegemonía mundial*. México, Siglo XXI Editores, 1995:15pp.

<sup>4</sup> Peter Drucker. “La nueva sociedad de organizaciones”. En: *Gestión y Estrategia*, No. 5, Enero-Junio de 1994:8pp.



*etapas de capitalismo* –se clarifica en efecto como corrigiendo esas desviaciones– *requiere la valorización de sus eventos, para definir si existen puntos de ruptura en el modo de acumulación vigente...* [así] ... *¿qué ha pasado en los últimos años que argumente un nuevo período? Algunos hechos pudieran sugerir que el capitalismo ha llegado a una cuarta etapa, pero estos elementos no han sido lo suficientemente fuertes como para sustentar diferencias entre períodos, ya que no han generado un crecimiento económico suficiente para considerarlos como distintivo de un nuevo período histórico. Un cambio de funcionamiento del sistema efectivamente aparece sólo cuando las formas precedentes de la acumulación declinan y las nuevas modalidades se afirman. Justo el término ‘funcionamiento’ remite a un mecanismo ya operativo que ha dejado el período de gestación. El viraje entre una etapa y otra depende de la forma en que se resuelven las contradicciones del sistema, y no de la existencia permanente de éstas*<sup>5</sup>.

En ambos discursos, pues, aunque se alude y evoca la noción de proceso, de secuencia y transcurso como plataforma común, irrumpe pues una bipolaridad conceptual que al distinguir la marcha última del sistema construye y alimenta dos significados, y con ello igual atribuye un doble perfil a sus manifestaciones y evidencias: i) aquel de la *ruptura*, si se insiste en profetizar el término de la sociedad industrial y el nacimiento de un nuevo modelo de desarrollo, que se discierne incluso muy superior a aquella; y, ii) el que las dota de *persistencia*, si tales indicios se juzgan como los rasgos representativos de la fase actual del capitalismo, que como siempre reorganiza su comportamiento productivo para superar sus contradicciones inherentes.

La polarización entre ambas dicciones es extrema. Y se enreda más aún porque la postura que entroniza la ruptura tiene a su disposición amplios y reiterados testimonios que parecen confirmar su pertinencia, y con ello implementan una renovación discursiva completa de los esquemas conocidos. De comienzo, resalta que se atribuya al sistema el reemplazo formal de conceptos y relaciones cuya vigencia se creía intacta y sólida, inmaculada a través del tiempo. El comercio de bienes, la propiedad y las mismas mercancías –elementos todos de una sostenida interacción productiva, contabilidad y monopolio, y núcleo fundamental del sistema en tanto al entrecruzarse fecundan las relaciones específicas de intercambio que trazan la formación histórica del capital– en apariencia han reconfigurado su naturaleza, sus desempeños y acoplamiento. Por ejemplo, el mercado como estructura básica de transacción, ya no se crea y madura como el terreno primicia de la relación social: el vínculo directo comprador–vendedor que promovía se ha fragmentado, cuando no disuelto por entero. Hoy el acceso y la conectividad a redes de comunicación interactiva que cada vez añaden más socios, son el picaporte para el trueque y el negocio, y ello modifica tanto lo que se compra y lo que se vende, como la forma y maneras en que se efectúan esos tratos y

---

<sup>5</sup> Michel Husson. “Étape, phase et crises (ou les singularités du capitalisme actuel)”. En: *La Gauche*, 30 de marzo de 2003: 2 y 5pp.

transferencias. *“A diferencia del mercado tradicional que busca mantener la propiedad y excluir de ella a los otros, se dice, ahora la velocidad de la innovación tecnológica y el vertiginoso ritmo de la actividad económica hacen que la noción de propiedad resulte problemática... En un mundo donde la producción es individualizada, con mejoras e innovaciones continuas, e incluso de reducción de los ciclos de vida de los productos (...) la propiedad resulta simplemente demasiado lenta como institución para adaptarse a la velocidad casi perversa de la cultura del nanosegundo”<sup>6</sup>.*

Si lo inmediato y fugaz intervienen ahora en la producción y el consumo, se trastoca el sentido de vender propiedades y bienes. En franca paradoja, ese intercambio minimiza las ganancias porque ya no son válidos los términos en los que se propone. Cualquiera que compre genera beneficios por una sola ocasión, y aunque éstos sean abundantes el dueño de lo que se ha traspasado debe reiniciar el proceso para vender de nuevo y agenciarse más utilidades. Este procedimiento fue viable y rutinario en la época de la industria fordista y su producción y consumo en masa: se fabricaba lo análogo y se vendía a raudales en un mercado mundial y completo; la opulencia se conquistaba en la uniformidad, en el estándar que siempre idéntico se copiaba y reproducía. Ahora la ganancia radica en la diferencia y con la entrega instantánea y en la propia residencia del comprador. *Si las propiedades se rentan o se cobra el derecho a utilizarlas por un tiempo pactado, y si la misma mercancía puede venderse varias veces, se rompe aquel contrasentido.* Y mediante las redes de acceso se alcanzan ambos propósitos: los usuarios del enlace y de los servicios disponibles prodigan una renta periódica para disfrutarlos, y mientras más conexiones formalicen y suscriban más ofertas, aquella aumentará en forma proporcional a ese consumo. Y no demanda mayor inversión por parte del proveedor de la red, ni del propietario o poseedor de los contenidos: sin que pierda vigencia se consulta el mismo una y otra vez, tantas como apetezcan los compradores; los reales y los futuros. Bajo este silogismo se comprende el interés estratégico que anhela dominar infraestructuras y contenidos en el ámbito mundial y por igual la ambición de conectar a todos los consumidores del planeta: los tres elementos convergen en un mismo ciclo instantáneo, sin horarios ni distancias, fronteras o límites temporales; y repetible hasta el hartazgo también con los nuevos consumidores.

Sin propiedad no únicamente se altera el recuento, suma y balance de activos, de los espacios físicos; asimismo se trastorna su perfil económico. En el armazón retórico, al disminuir su significación productiva se privilegia lo contrario, el bien inmaterial e intangible, sin asideros cuantitativos en tanto florece en cualquier momento y sólo revela su pertinencia y utilidad al generar valor. Por ello se busca con delirio el lograr una econometría que los encuadre y les determine, que les imponga cifras, montos y porcentajes. El esfuerzo no debe ser menor para conseguirlo en tanto es la nueva fuente de acumulación. En este sentido, el dictamen siguiente es elocuente y

---

<sup>6</sup> Jeremy Rifkin. *La era del acceso*. Barcelona, Paidós, 2000:45.

revelador: *“cada vez tiene menos sentido tener, retener y acumular... la riqueza ya no reside en el capital físico sino en la imaginación y la creatividad”*<sup>7</sup>. Con igual alcance se cita el cambio en la estrategia aplicable a la posesión de activos. En la civilización agraria lo importante era la propiedad de la tierra, y en la era industrial el dominio sobre el capital físico, constante, objetivo y contabilizado. En la sociedad de hoy se busca posesionarse sobre las capacidades de la mente y de sus productos. Así, las batallas mundiales que apenas se plantean serán por la propiedad intelectual y el derecho a explotar las ideas, el pensamiento; el raciocinio mismo, las cualidades humanas y su entorno inmaterial<sup>8</sup>.

Con la imaginación y la creatividad al frente, los bienes de mayor valor y mejor venta serán los que alcancen una combinación superlativa de ambas cualidades, que por lo mismo se conforman ahora como los activos intangibles, los recursos excepcionales, raros y apreciables por el valor agregado que añaden al circuito renta–consumidor. En abstracto, radicadas en el sujeto social como elementos inherentes y propios de su individualidad, la imaginación y creatividad son únicamente atributos personales; no sirven al proceso económico. Será en la medida que se inserten en el circuito cuando logren su valor de cambio, ya que con ello logran traducirse en bienes inmateriales que pueden insertarse en la red y comenzar el proceso constante de renta y consulta. El conocimiento, la especialidad y experiencia que habilitan esa traducción y permiten que la imaginación y creatividad adquieran un uso productivo son así fundamentales: sin su concurso no se logra desahogar su capitalización y alcanzar la progresión económica.

El predominio de bienes inmateriales con un valor agregado sustento en el uso productivo del conocimiento, la creatividad y la imaginación, emplaza más que ningún otro ejemplo la dualidad de interpretaciones sobre el devenir del sistema. Si se evoca el rompimiento, surge el postcapitalismo, donde *“el conocimiento es el recurso primario para el individuo y para el conjunto de la economía. Los factores de la producción tradicional, tierra, trabajo y capital no desaparecen, pero se hacen secundarios. Ellos pueden ser obtenidos y obtenidos fácilmente porque para ello se dispone de los conocimientos especializados. Al mismo tiempo, estos conocimientos no producen nada por sí mismos. El conocimiento sólo puede ser productivo cuando es integrado a una actividad... [por lo que]... el propósito y la función de cada organización, de negocios o no, son los de integrar los conocimientos especializados en una acción común y con un propósito definido”*<sup>9</sup>. Esta interpretación instala además un segundo silogismo: la lucha de clases, el motor de la historia conforme la reflexión de Marx, ha sido canjeada por el enfrentamiento de competencias, entre especialidades cada vez más refinadas y complejas, que oponen al poseedor del conocimiento y al que carece de él; entre quien ha preparado todas sus

<sup>7</sup> Ibidem, 48pp.

<sup>8</sup> Cfr. Thierry Gaudin. “Les eneux de la société cognitive”. En: @ *Brest*. 26 de marzo de 2004.

En: [www.a-brest.net/article497879.html](http://www.a-brest.net/article497879.html). Fecha 2 de enero de 2005.

<sup>9</sup> Peter Drucker. *Post Capitalist Society*, Nueva York, Harper Business Publishers, 1994:42pp.

cualidades para el uso productivo, y aquel que no ha podido lograr esa capacitación vital, sustantiva ya para participar y aprovechar el proceso de crecimiento económico<sup>10</sup>.

Mas si se apela a la continuidad, el extremo opuesto, el proceso puede interpretarse como uno de los alegatos y asuntos nodales del llamado *desarrollo informacional de la sociedad*, conceptualización naciente apenas y definida hacia 1996 que igual explica el proceso sobre otras bases. En forma por demás paradójica, esta inferencia retoma los mismos conceptos que sostienen las deliberaciones anteriores y teje una réplica al disponerlos sobre ejes por completo distintos, que les proporcionan otro contexto de raciocinio: a partir del conocimiento, de la información y de la tecnología que facilita su tratamiento se genera y organiza pues (...) *“una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos (la cultura de la sociedad) y la capacidad de producir y distribuir bienes y servicios (las fuerzas productivas). Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción”*<sup>11</sup>.

En una u otra corriente prevalecen entonces elementos comunes que cambian de significación según el analista que las evoque y califique. Al desbrozar cada propuesta, subsiste esa dualidad y los postulados de una y otra plataforma tanto discrepan como se igualan y equilibran de repente. En su fin teleológico encuentran similitudes; en su concreción histórica emergen sus diferencias. Si las dos concepciones reclaman la integración de las cualidades humanas al proceso productivo, implican en ello la conquista de una última frontera que no obstante se manifiesta desigual en cada caso: mudando en apariencia la base material del intercambio, el binomio capital-trabajo, para la primera; suponiendo la evolución de las fuerzas productivas hasta tal estado del arte en la segunda. En una postura se plantea el rompimiento del proceso de producción; en la otra el desarrollo lógico del mismo proceso productivo, que sólo refuerza su funcionalidad primera.

Pero al considerar el maridaje entre inteligencia y producción, emerge entre ambos ofrecimientos conceptuales el análisis de **Marx**, quien predijo y anunció aquella relación como uno de los vectores de desarrollo del modo dominante. Ya desde su época en efecto vislumbró que la incorporación de la ciencia al ciclo productivo motivaba el surgimiento de un *intelecto colectivo (general intellect)*, mismo que irrumpía como una relación social indispensable, producto del desarrollo capitalista. El argumento indica pues que la paulatina y creciente aplicación de la herramienta científica al proceso de producción se concreta, se objetiva, en los sistemas de máquinas, y transforma al conocimiento –el denominado como *knowledge social*– en *fuerza productiva inmediata*. Al dominar y prevalecer las relaciones capitalistas, ésta se subordina al esquema de generación de valor. En consecuencia, la determinación

---

<sup>10</sup> Cfr. Bruno Lemaire. *De Karl Marx à Bill Gates: la richesse d'un dialogue imaginaire*. NTR Conseil, París, 2000. En: <http://rad2000.free.fr/lemaire.html>. Fecha: 21 de febrero de 2005.

<sup>11</sup> Manuel Castells. *La era de la información. Volumen I La sociedad red*. México, Siglo XXI Editores, 2004:58pp.

específica del intelecto colectivo en la producción adquiere un significado histórico dual, en dos tareas precisas: no únicamente se significa en la *objetivación de dicho intelecto como tecnología de avanzada* –esto es en las máquinas automáticas de vanguardia, donde se incrustan las llamadas tecnologías de información y comunicación (TIC) como sector insignia (**Recuadro 1**)– sino asimismo se expresa en la *puesta a trabajar de esas capacidades intelectuales genéricas para y en el proceso productivo*. Dicha secuencia crece y evoluciona hasta un punto tal de desarrollo que la llamada *cooperación entre cerebros* –de matiz inmaterial y subjetiva– *deviene entonces el principal recurso económico*. Esta subsunción transforma al recurso en un nuevo y cierto capital fijo que por tanto se inserta en la producción de excedentes del lado del capital, como factor ajeno al obrero y opuesto a él: así, el *intelecto colectivo es trabajo vivo*, que en las relaciones de explotación prevalecientes domina el intercambio y se enfrenta al trabajador y lo despoja y enajena de sus propias facultades humanas, no ya sólo en su intervención en el proceso productivo, *sino en la vida social misma*<sup>12</sup>. *“La tecnología moderna no es un hecho caído del cielo para imponer su marca, benéfica o maléfica, a la cooperación productiva del sujeto social* –dice Javier Echeverría para situar ese momento histórico–; *por el contrario, es el resultado de la imposición de una forma peculiar de cooperación productiva –la que consiste en la pertenencia conjunta de múltiples sujetos trabajadores a un solo capital– a los medios de los medios de producción, a sus potencialidades técnicas y a su capacidad de reacción sobre el sujeto que los emplea*”<sup>13</sup>.

La argumentación marxista dificulta entonces el transcurso analítico de los discursos dominantes sobre la evolución social. Tanto las teorías que infieren la ruptura del sistema como aquellas otras que deducen su reconfiguración, ya informacional o de cualquier otro tipo, emergen si acaso como reseñas mas o menos objetivas de las consecuencias de la progresión del sistema, pero no de las causas, motivos y sustentos de ese desarrollo. La visión de **Marx** rompe el ideario poscapitalista porque cuestiona el silogismo que entroniza al conocimiento como un vector productivo avasallador, encumbrado sobre el capital y el trabajo. En la óptica marxista aquel no es un nuevo instrumento de la producción ni trasciende la relación básica entre los factores; a la inversa, su emergencia y dinámica *concreta y exalta la misma relación histórico-social de expropiación del trabajo, y al sujetarla al intercambio refuerza la distribución inequitativa del excedente*. Entonces, el conflicto capital-trabajo no pierde arraigo y su actualidad es más vigente todavía: conlleva incluso un mayor nivel de explotación de la fuerza de trabajo.

---

<sup>12</sup> Cfr. Karl Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858, Vol II*. México, Siglo XXI Editores, 1980, 8ª edición; 216-230pp. Olivier Blondeau et al. *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid, Editorial Traficantes de Sueños, 2004.

<sup>13</sup> Karl Marx. *La tecnología del capital*. México, Editorial Itaca, 2005:11pp.

<b>Recuadro 1. Definición de las TIC</b>
--

Para la definición del genérico *Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)* es conveniente adoptar el esquema que propone Matthieu Glachant, quien las determina con base en la interacción de cuatro fuerzas principales:

- \* La *informática*, que acopia y procesa información e incluye *materiales*, o hardware, como computadoras, impresoras; y *servicios*, donde se ubica el *software* y otras áreas como outsourcing, mantenimiento de equipos, capacitación, etc.
- \* Las *telecomunicaciones*, para la circulación de la información y con las mismas variantes: *materiales* o equipos (vgr. teléfonos, conmutadores, fibras ópticas); y *servicios* (telefonía fija y móvil; Internet; conducción de señales).
- \* La *comunicación*, que produce contenidos informativos, de divulgación y de entretenimiento, y que considera a la prensa, las cadenas radiodifusoras, el cine, y todos los medios; y,
- \* La *microelectrónica*, que funciona como la matriz tecnológica de los tres anteriores y abarca los componentes y dispositivos electrónicos (chips y memorias) de aplicación múltiple, y los aparatos receptores de radio y TV; lectores de CD y DVD, etc., que se unifican en los genéricos electrónica personal o electrodomésticos.

En tanto los cuatro apartados manejan el mismo lenguaje digital se genera una gran sinergia, por lo que puede afirmarse entonces que las *TIC* son el *conjunto de sectores industriales y de servicios dedicados al acopio, tratamiento y circulación de información y de contenidos a partir de su morfología binaria*. Ello remite a una convergencia en productos y servicios ya presente hoy aunque todavía de manera embrionaria, pero que, como se presenta en la sección siguiente, no cesa de evocarse bajo una y cien configuraciones. Es pertinente señalar sin embargo que la definición anterior únicamente hace referencia a la conceptualización técnica de la tecnología, valga la redundancia. Para el análisis, la importancia de las *TIC* no reside en ellas mismas sino en su uso socioeconómico.

Ver:

Matthieu Glachant. *Économie de l'information*. París, Centre d'Économie Industrielle de l'École Nationale Supérieure des Mines, 2001.

Gerard Marshall. *La moderna tecnología de la información*. Madrid, Editorial Alambra, 1986.

Manuel Rodríguez. *Nuevas tecnologías de la información*. Madrid Editorial Montena Aula, 1998.

Jorge Cortés Montalvo. *Economía global, política y medios de comunicación*. Chihuahua, Universidad Autónoma de Chihuahua, 2000.

Y el aserto de **Marx** obstaculiza también el determinismo que subyace en la réplica sobre el desarrollo informacional: *la tecnología no concreta el uso de la inteligencia en el proceso productivo*. Si esta relación se produce es por la *apropiación del trabajo por el capital*, que *integra al trabajo intelectual, a la cooperación de cerebros, y los determina en el proceso productivo como factores subordinados*. La tecnología es así una manifestación del proceso y no su génesis, su cimiento o su motivo. De esta forma, las relaciones de producción del modo capitalista permanecen aún esenciales e incluso polarizan su enfrentamiento; finalmente la determinación

histórica de cada agente social se mantiene a buen resguardo y el escenario sólo renueva su apariencia y no su naturaleza o estructura. El enfrentamiento es el mismo, aunque las condiciones materiales en el que acontece se hayan modificado tanto que nutran el espejismo de su transformación y del llamado *fin de la historia*.

**A. El entorno: desde la historia, un punto de partida necesario.**

Los cuestionamientos realizados patentizan ya que los dos enfoques señalados parecen insuficientes para interpretar el desarrollo socioeconómico. La explicación que ofrecen es parcial e incompleta, cuando no claramente intencionada e ideológica. Sobre todo la última perspectiva ha sido persistente y el legajo documental que la apadrina ha llegado a ser tan abundante que parece lograr su calificación académica a través de esa redundancia calculada. Los adjetivos que nacen de manera constante, se ponen a punto y a la moda y pronto son sustituidos por otros más llamativos y artificiales (*Recuadro 2*); las descripciones que trivializan la prospectiva y la apremian a buscar y difundir un retrato aséptico del futuro; los estudios que fiscalizan pero no confrontan ni cuestionan, e incluso las opiniones parciales que no son más que ejercicios fragmentarios, plenos en legitimación para los intereses que los promueven, se han confundido en un andamiaje continuo que al colmarse de calificativos cumple su propósito a plenitud: oscurecer el cabal entendimiento justo de lo que se desea comprender: el desarrollo contemporáneo de las sociedades modernas.

La exploración que se acomete ahora pretende controvertir esa avalancha conceptual, distinguida más por su exuberancia ideológica que por otros atributos. Para ello, el ejercicio toma como punto de partida la *transformación endémica del capital*, condición que para su análisis se ha desagregado en tres vías específicas y complementarias, simbióticas entre sí, con las cuales se anhela dotar a la indagatoria de un carácter integral. Así, los tres argumentos nodales atienden...

1. La permanente reconfiguración histórica de la formación socioeconómica, proceso en el que se generan tanto crisis estructurales que atrofian su funcionamiento como los antídotos y enmiendas que las corrigen y reorganizan su operación para renovar el accionar conjunto del sistema. En su devenir histórico y de manera general, en el modo productivo pueden identificarse tres conformaciones distintas, donde su estructura se ha modificado para matricular respectivamente:

Recuadro 2. La adjetivación exagerada

Jerry Harris ironiza sobre esa explosión calificativa y para festinarla lleva el razonamiento al extremo...

*“Recientemente –dice– un número importante de escuelas de pensamiento han desarrollado teorías distintas sobre el arribo de una nueva era para la sociedad. Un rasgo común en ellas es la manía por utilizar el prefijo ‘post’, lo que se ha traducido en la profusión de los términos como post-industrial, post-modernista, post-estructuralista, post-fordista, o incluso la designación de Peter Drucker, post-capitalista. Por lo general, estas denominaciones califican a la sociedad emergente por lo que no es y dejan de lado lo que es. Esto es semejante a considerar que los últimos 200 años son una etapa del post-feudalismo, en lugar de conformarlos como el periodo de desarrollo del capitalismo industrial” (...)*

Ver: Jerry Harris. “From Das Capital to DOS Capital: a look at recent theories of value”. En: *cyRev*, No 3, otoño de 1995. (En: [www.Net4dem.org/cyrev/archive/archive\\_contents.html](http://www.Net4dem.org/cyrev/archive/archive_contents.html). Fecha: 14 de abril de 2005)

- a) El **capitalismo mercantil**, que emerge a principios del siglo XVI y culmina hacia fines del XVII. En esta etapa la acumulación de capital se estructuró con base en la hegemonía del intercambio en el mercado, el predominio de las finanzas, y el respaldo directo del Estado a todo el proceso en marcha.
- b) El **industrial**, cuya vigencia abarca de principios del siglo XVIII hasta mediados del XX. La acumulación se fundamenta en la explotación del capital físico y en la producción masiva de la gran fábrica cada vez más mecanizada, misma que pertenece a las grandes empresas trasnacionales con actividad en todo el mundo, y que elaboran mercancías en estándares uniformes y por grandes volúmenes para su consumo intensivo en el mercado internacional. Y,
- c) La fase presente, que arranca hacia los setenta y busca su fortificación cotidiana. En su transcurso, esta etapa ha recibido calificativos constantes<sup>14</sup> y muy diversos: **neofordista** o de **especialización**

<sup>14</sup> Ver: VVAA. Congreso de Alicante ¿Neofordismo o especialización flexible? En: *Sociología del trabajo*. Número extra, 1991; Andrea Moreli et Carlo Vercellone. “Du fordisme au post-fordisme : anomalie et exemplarite de la crise du welfare state en italie”. En: *Multitudes*, Enero de 1993. En: [http://multitudes.samizdat.net/article.php3?id\\_article=669](http://multitudes.samizdat.net/article.php3?id_article=669). Fecha: 9 de mayo de 2005; Armand Hatchuel; Pascal Le Masson et Benoit Weil.. *La conception innovante*. París, Centre d'économie industrielle de l'École Nationale Supérieure des Mines, 1995. Manuel Castells. Op. Cit. Nota 11; Alan Burton-Jones. *Knowledge capitalism: business, work and learning in the new economy*. Oxford, Oxford University Press, 1999; Yann Moulier Boutang. *Nouvelles frontières de l'économie politique du capitalisme cognitive*. Ponencia presentada en el Coloquio *Textualités & Nouvelles Technologies*. Montreal, 23 de octubre de 2001; Michel Husson. Op. Cit. Nota 5; Maurizio Lazzarato et Antonio Negri. *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad*. Río de Janeiro, DP&A Editora, 2001.



flexible; posfordista; de innovación intensiva; informacional; del conocimiento; cognitiva o cognoscitiva; neotaylorista; y todavía más, inmaterial. A pesar de tales vaivenes y diferencias nominales, el conjunto de adjetivos señalados remite a un mismo sustento conceptual: el proceso de valorización se realiza principalmente a través de la producción y apropiación privada de conocimientos y saberes. Por ello, la forma dominante del capital es intangible, intelectual, y se expresa ya en la estructura del trabajo –donde la proporción mayoritaria de asalariados se dedica a la generación y distribución de conocimiento, a la vez que éste genera la mayor parte de la riqueza económica– ya en el desarrollo intensivo y la expansión sin referencia previa alguna del soporte e infraestructura dedicadas a engendrar y acumular conocimientos.

A cada etapa diferente de desarrollo ha correspondido un entorno social y político y una práctica cultural y simbólica que armonizan, cohesionan y justifican el esquema vigente de acumulación. De esta forma, el examen a formalizar busca **esclarecer algunos de los rasgos sustantivos de las principales formas socioeconómicas específicas que distinguen al proceso de valorización en el capitalismo actual, así como la división internacional del trabajo que ello engendra y que afecta a nuestra particular conformación económica.**

Si bien la disposición del conocimiento y del saber como sustento de la dinámica de crecimiento económico y de progreso técnico no es una novedad histórica, la inquietud que emerge es preciar las **nuevas características que puntualizan tal aprovechamiento para la generación del intercambio, y cuales son los conceptos mas adecuados para centrar y comprender la transformación productiva que entraña e implica tal renovación.** Al asumir tal base conceptual, las descripciones triunfalistas que pueblan la mayoría de los análisis sobre las TIC, habrán de contextualizarse y enraizar su transcurso como rasgos distintivos y particularidades concretas y representativas del modo productivo, y no como signos de su desaparición histórica. En tanto la renovación del capitalismo implica la reestructuración productiva de la totalidad del sistema, habrán de valorarse algunas de sus articulaciones internas, esto es, la estructura y dinámica productivas capital–trabajo, como otras más de índole externa a ellas, como la internacionalización del andamiaje económico dominante, y la inserción de los estados nacionales en esa plataforma global de capitalización.

2. La **expresión político-institucional de la mutación productiva en curso**, que articula y determina las relaciones entre la estructura económica propia del capitalismo en su fase actual y las estructuras de poder que la impulsan y organizan, la cohesionan y la justifican, y resuelven por un tiempo concreto los conflictos de clase inherentes a la transformación productiva. El diseño de políticas específicas para

estimular y generar el andamiaje del intercambio y legitimar los intereses de clase que lo determinan; las maneras concretas en que esas directrices se articulan en respuesta a la confrontación y el arreglo de las fuerzas sociales presentes; el impacto de estas disposiciones en la configuración y desempeño del andamiaje socioeconómico, y la identificación de los beneficiarios principales de las prácticas llevadas a cabo, son algunos de los temas a adjuntar en el análisis, intentando desenredar tanto el porqué de su desempeño y accionar, como los resultados que tales ejercicios suscitan en la acumulación. Con base en la propuesta que ha desarrollado Nicholas **Garnham**, se buscará desahogar...

- a) Los **ejes y propósitos sobre los que se han constituido las políticas aplicables al desarrollo del sistema económico**. Esto es decir, la manera concreta en que se expresan los requerimientos de capitalización del sistema dominante.
  - b) Los **objetivos implícitos y explícitos de esas políticas**, que se definen para cumplir y resolver los propósitos de desarrollo y consolidación del sistema económico, y que encarnan acciones directas ya de fomento, ya de inhibición al accionar productivo concreto y al de sus agentes específicos; y,
  - c) Los **resultados concretos y específicos** que se han alcanzado con la puesta en práctica de las políticas diseñadas<sup>15</sup>.
3. La **determinación del nivel ideológico de la nueva configuración capitalista**, esto es, la **representación de la estructura económica** que se expresa en forma simbólica, y adquiere con ello un significado social común para individuos y grupos.

Los tres niveles que se han esquematizado no son sucesivos ni jerárquicos entre sí. Se conforman y determinan de manera simultánea, y los cambios que impactan y afectan a la estructura económica repercuten en la política y por igual tienen ingerencia en la ideológica; a su vez, con su práctica sociocultural cotidiana, ésta última actúa sobre las anteriores y las reconforma también. **Al asumir esa unidad, el examen aspira entonces a fragmentar y valorar los niveles de determinación histórica del proceso capitalista en su fase actual, tanto por sí mismos como en su interacción permanente y cotidiana.**

---

<sup>15</sup> Nicholas Garnham. "Media policy". En: Adam Briggs et Paul Copley (editores). *The media: an introduction*. Editorial Logman, Hong Kong, 1998:210.

## B. El planteamiento: de la renovación permanente y la frontera última.

Tanto las apologías sobre el fin del capitalismo como quienes defienden su continuidad, tienen en común el punto de partida que suponen para desplegar sus aportaciones: la crisis del modo productivo que explota en la década de los setenta, cuando la erosión de las mismas condiciones que propiciaron el despegue de la industria en décadas anteriores, aletarga y dificulta el funcionamiento del sistema. No es casual que una de las primeras contribuciones académicas que plantea el tránsito de la sociedad hacia formas superiores del esquema industrial, se difunda en 1973, y justo remita a la inoperancia de los esquemas productivos conocidos como el antecedente de tal evolución<sup>16</sup>. Un año después, el organismo semipúblico **Jacudi (Japan Computer Usage Development)**, prosigue esa línea reflexiva y al ordenar las vías posibles de progresión económica al alcance de los países avanzados, detecta únicamente dos posibilidades: la opción *industrial* y la alternativa *informacional*. La primera se descarta casi de entrada y el juicio que deriva en esa exclusión se impregna de cifras y proyecciones: si la iniciativa industrial se mantiene sobre las mismas bases de desarrollo y tal estructura ha producido un crecimiento real del PNB japonés del 3% promedio, ¿cómo proseguir con ella si se anhela crecer a no menos del 10% por año? Si el modelo se ha sostenido pese a las dificultades en el aprovisionamiento del petróleo; a la hostilidad de las comunidades y de los ciudadanos hacia la implantación de fuentes contaminantes, como la industria pesada y la nuclear; y con la transferencia de ciertos procesos productivos a los países en vías de desarrollo para lograr una mayor productividad, y forja resultados apenas suficientes, parcos frente a tantos denuedos y sin solvencia para dinamizar la economía hacia índices superiores, ¿para qué sostenerlo?<sup>17</sup>

Cuestionamientos como el anterior fueron comunes en los setenta y tuvieron además la peculiaridad de ser el principio de toda una cascada teórico-conceptual que pretendía encontrar respuesta al agotamiento detectado. De esta forma, si bien los tres enfoques tradicionales de análisis económico –el conocido como regulacionista; el designado como de especialización flexible y el neoschumpeteriano, que rescata los ciclos cambiantes del paradigma tecnológico– diferían al calificar las causas de la caída productiva que demandó la reorganización del modo dominante en los ochenta, al dictaminar la solución que el sistema produjo para enfrentar su declive priva el acuerdo, y los tres manifiestan la misma propuesta teórica. *“Todas estas corrientes presentan diferencias a su interior y entre sí –afirma un especialista– pero tienen en común tres premisas: i) pensar que la producción en masa que caracterizó al período anterior capitalista llegó a su fin, y son obsoletas las instituciones que sirvieron para regularla; ii) que se está en transición hacia una nueva etapa con la creación de nuevas*

<sup>16</sup> El planteamiento ha sido desarrollado por Daniel Bell y fue el tema de su obra *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. (Madrid, Alianza Editorial, 1976).

<sup>17</sup> Cfr. Philippe Lemoine. “Société d’information et nouvelle croissance: examen de certaines approches étrangères”. En: Simon Nora et Alain Minc. *L’informatisation de la société* (Anexo). París, La Documentation Française, 1978.

*instituciones; y iii) que en el centro de estas instituciones estaría la flexibilidad, frente a la rigidez de las anteriores*<sup>18</sup>.

El acuerdo de todos los enfoques no es asunto menor ni fortuito. Su entendimiento explícito parece relacionarse tanto con la profundidad de la crisis que lo convoca como con los ejes básicos seleccionados para confrontarla. Si las tres perspectivas dominantes dictaminaron que la supervivencia del modo productivo radica en *flexibilizar su operación y funcionalidad* es porque la rigidez con pretensiones científicas que había caracterizado a la producción desde los cincuenta, arrojaba ya indicios suficientes sobre el impacto de ese anquilosamiento en el único resultado económico de interés para el sistema vigente: la *preservación y el aumento de la tasa general de ganancia*. *“El indicador económico central en cualquier modelo específico dado del desarrollo capitalista, es el descenso persistente y sin ambigüedad de la tasa general (global) de ganancia, se decía en referencia a la época. Y los estudios para la mayoría de los países capitalistas industrializados (y por lo tanto indirectamente para la economía mundial capitalista como conjunto), sugieren ciertamente que desde fines de los años sesenta y principios de los setenta la tasa general de ganancia ha retrocedido claramente durante varios años por lo menos*<sup>19</sup>. Tal dictamen es compartido y validado por otro razonamiento experto, que incluso se exterioriza y despliega casi con las mismas palabras... *“En términos generales –glosa Ugo Pipitone– parece correcto sostener que existe una tendencia a la baja de las tasas de ganancia en las actividades manufactureras, tendencia que se manifiesta con claridad en el conjunto de los principales países capitalistas desde la segunda mitad de los años sesenta y que está asociada con la pérdida de dinamismo de los indicadores de productividad y con el aumento de las cuotas de los salarios sobre el valor agregado conjunto de la manufactura... ”*<sup>20</sup>

Las dos citas parecen complementarse en tanto la retracción del indicador matriz que sugiere la primera encuentra uno de sus motivos y procedencias en el dictamen que elabora el segundo razonamiento. No pocos análisis en efecto atribuyen a la relación capital-trabajo un rol central en el desgaste del funcionamiento del modo productivo. El peso creciente de las remuneraciones salariales y de la carga fiscal asociada a la expansión del aparato de gobierno propio del Estado de bienestar, por ejemplo, son factores que en definitiva presionaron sobre la tasa de rentabilidad del sistema, erosionando su progreso. No obstante, resulta simplista atribuirles la carga completa de la problemática.

<sup>18</sup> Enrique de la Garza. *La formación socioeconómica neoliberal. Debates teóricos acerca de la reestructuración de la producción y evidencia empírica para América Latina*. México, Plaza & Valdés Ediciones – Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa; 2001:40pp.

<sup>19</sup> Folker Fröbel. “Política económica en la crisis. Algunas observaciones desde la perspectiva de los países industrializados”. En: Isaac Minian (editor). *Transnacionalización y periferia semiindustrializada*. México, CIDE (Libros del CIDE); 1983:103-104pp.

<sup>20</sup> Op. Cit. Nota 2:24-25pp.

A la inversa de una búsqueda unidimensional centrada en la identificación del vector umbral de la crisis, parece más acertado considerar que en el desarrollo del modo productivo tanto interviene una gran multiplicidad de elementos económicos como se establece un empalme entre ellos que difiere en tiempo y espacio, y el cual se modifica y toma configuraciones distintas según la propia dinámica y el transcurso productivos. Justo esa diversidad de factores y su combinación inestable sostienen las dos afirmaciones que enseguida se reproducen, y que funcionan como la atmósfera y el escenario de la reestructuración del capital emprendida desde los setenta. La primera refiere a la complejidad que desde esas épocas caracteriza tanto las estructuras socioeconómicas como a la interacción y dialéctica que se engendra entre ellas. La segunda argumenta el perfil heterogéneo que han adquirido los signos de la reorganización, lo que propicia que sus efectos sean en consecuencia asimétricos y distintos tanto en el conjunto social como en cada uno de sus componentes. Ambos sumarios dan cuenta pues de la dificultad que entraña generalizar las evidencias de los cambios en el modo productivo, lo que obliga a sopesarlas solo como tendencias generales y con manifestaciones explícitas particulares y temporales por igual. De esta forma, como prisma básico del análisis... *“... es conveniente hacer mención que el desarrollo económico de las últimas décadas se ha caracterizado por la tendencia a crear una red cada vez más tupida de relaciones sociales, productivas, culturales y políticas dentro de las sociedades capitalistas avanzadas... La red de las conexiones necesarias para el funcionamiento normal de la sociedad es cada vez más amplia y cada vez más compleja. Toda acción más o menos relevante se inserta en un tejido de acciones y reacciones múltiples dentro de las cuales la monocausalidad parece adaptarse ya sólo a segmentos muy marginales de la estructura productiva...*

Y por ello...

*“... se ha difundido mundialmente un tipo de organización productiva que ha convertido en obsoletos los principios y métodos fordistas... [...] En otros campos de la actividad mundial esa transformación ha sido menos concluyente y es incluso disruptiva y socialmente muy onerosa. Lo anterior sugiere que la revolución impone a las restantes estructuras de la reproducción social una secuencia de cambio desigual, bajo patrones de fuerte polarización y dentro de un marco de coexistencia de elementos en gestación con viejas estructuras semirenovadas. La confrontación entre lo nuevo y lo viejo llega a ser tan intensiva que se verifican procesos de destrucción creativa, pero también los desacoples tienden a subsistir y el ritmo de cambio volverse más lento, o ser susceptible de brotes violentos o discontinuos...”<sup>21</sup>*

---

<sup>21</sup> Respectivamente: Ugo Pipitone. Op. Cit. Nota 2:16pp; y Miguel Ángel Rivera Ríos. “Cambio histórico mundial y economía del conocimiento”. En: *Economía Informa*. Número 338, Enero – Febrero; 2006:6pp.

Entre lo añejo y lo naciente; lo inédito y lo ya conocido, la renovación productiva en marcha tiende pues a modificar la totalidad de estructuras socioeconómicas. Sin embargo, aunque la mutación descuella y sobresale, su punto de partida está ya acreditado y es una secuencia familiar, reiterada y con largas raíces y evidencias. No existe gran dificultad en reconocer el germen de las evidencias que emergen: pese a prorrumpir apenas, al parecer sólo actualizan el largo trecho que ha recorrido el modo productivo: es decir, reproducen justo el mismo trayecto que ha trazado el capital para imponerse en tiempo y espacio en todo el mundo.

### C. Las premisas de trabajo: de la flexibilidad productiva a la emergencia de la producción intangible.

Del proceso de reestructuración del capital que se ha invocado es posible derivar premisas distintas de trabajo que en armonía con esa trayectoria finquen los términos y los objetivos de la indagatoria. Para ello, paradójicamente, el punto de partida emerge de los mismos vectores y características del andamiaje económico que favoreció el desarrollo del sistema productivo después de la inestabilidad general de 1929, e incluso al término de la Segunda Guerra Mundial. Como apunta Miguel Ángel Rivera Ríos<sup>22</sup>, los signos de la crisis traen consigo al embrión de sus soluciones posibles, por lo que el correctivo que se pretende reproduce la conformación y las características de los síntomas del problema que lo originaron. Bajo este indicio germinal, es posible asentar de comienzo las 19 premisas de trabajo que enseguida se establecen y que habrán de fungir como el telón de fondo para estructurar el sistema de hipótesis. Este punto de partida colectivo determina entonces...

1. Que si bien la llamada *organización científica del trabajo* que el taylorismo -y su esquema asociado, el fordismo- promovieron desde la década de los veinte sostuvo la confección masiva de mercancías y logró una **productividad dura**, sustentada en una rigidez extrema que pretendía controlar todos los elementos y aristas del proceso productivo, al arribo de los sesenta se evidencia un deterioro progresivo del modelo, entre otras, por dos causales definitivas<sup>23</sup>: *i) los límites físicos y lógicos de la fragmentación de tareas*, situación que subvierte justo los principios y fundamentos del esquema productivo porque rompe su eficiencia; y, *ii) la*

<sup>22</sup> Miguel Ángel Rivera Ríos. *El nuevo capitalismo mexicano*. México. Editorial Era; 1992. Capítulo II.

<sup>23</sup> Aunque al identificar estas dos condiciones como estelares, se corra el riesgo de reproducir el "*vicio original de la economía política*", que según Cocco y Vercellone, reduce las dinámicas sociales a un simple epifenómeno, a una variable dependiente del espacio económico. "*Por esta razón*, agregan, *por encima de los diferentes diagnósticos, las interpretaciones de la crisis permanecen encerradas en el análisis de los límites objetivos del modelo fordista. En cuanto a las normas de producción, se privilegia el agotamiento del depósito de las ganancias de productividad y la rigidificación técnica de la cadena de montaje. En cuanto a las normas de consumo, se toman en consideración la saturación de los mercados domésticos de bienes de consumo duraderos y la diferenciación de la demanda*". Cfr. Giuseppe Cocco et Carlo Vercellone. *Los paradigmas sociales del posfordismo*.

En: [http://eprints.cddc.vt.edu/digitalfordism/fordism\\_materials/cooco\\_vercellone.htm](http://eprints.cddc.vt.edu/digitalfordism/fordism_materials/cooco_vercellone.htm) Fecha: 22 de enero de 2004.

**saturación de los mercados masivos, en específico el de bienes de consumo durables**, cuya demanda en volumen, calidad y características uniformes había sostenido el desarrollo del esquema al asegurarle una salida constante y segura para su producción creciente. De esta forma, el taylorismo se atrofia por la evolución de las condiciones que propiamente solventaron su despegue y permanencia históricos.

2. Que la búsqueda de alternativas de organización y de funcionamiento que renovaran al modo productivo y la generación del excedente, llevó a **instrumentar fórmulas operativas distintas para conquistar ahora una productividad suave, blanda**, cuya estructura se soporta en los parámetros inversos a la severidad del taylorismo: la **flexibilidad, tanto de los procesos de producción como de los mercados a satisfacer**. Por ejemplo, los aportes de la llamada *especialización flexible*, son muestra de este *viraje hacia la fabricación multi-producto*, cuya implantación objetiva rompe y modifica: *i)* la verticalidad y estandarización de la producción masiva, al introducir variantes en la naturaleza de lo confeccionado; *ii)* la titularidad en el mercado de las grandes fábricas fordistas, al propiciar la intervención de pequeñas y medianas empresas (**Pymes**) que suministran bienes diferenciados en cantidades limitadas; y, *iii)* la fragmentación de tareas que administró el fordismo, al eliminar la dicotomía concepción-ejecución impuesta por el capital para alimentar la uniformidad, y ensamblarlas de nuevo para producir mercancías diversas y sujetas a una demanda cambiante, exigente de variación y novedad y no sometida más a la consigna de productos idénticos. En síntesis de estos puntos, los análisis que sobre todo llevan a cabo Michael Piore y Charles Sabel<sup>24</sup> sostienen que tal ajuste implica el *desplazamiento de la centralidad productiva del sistema, que transita del segmento de la gran industria al de la pequeña empresa, altamente dinámica e innovadora*.
  
3. Que la especialización flexible no significa por necesidad el desalojo de la gran empresa típica y usufructuaria de la organización científica del trabajo. Ésta es aún un protagonista vigoroso que hacia los ochenta no sólo mantiene su dinamismo y lleva a cabo un sostenido proceso de concentración industrial que consolida su permanencia, sino también encabeza la inversión productiva en las economías centrales y desarrolla una gran capacidad de innovación. Ello obliga a considerar que el *tránsito entre esquemas industriales más bien se genera entre la producción rígida de masa propia del taylorismo, y la producción flexible de grandes volúmenes*, que encuentra en la ciencia y la técnica el eslabón faltante para conjugar ambos requisitos. La *introducción de avances tecnológicos en el proceso productivo se constituye entonces como ventaja competitiva*, misma que despeja el retorno de las economías de escala y la consecuente revaloración de la cantidad como fortaleza productiva. *“Las Pymes pueden presentar tasas de beneficio y desarrollo elevadas en el período de lanzamiento de la producción renovada... [pero a] mediano plazo, el umbral*

---

<sup>24</sup> Michael Piore et Charles Sabel. *La segunda ruptura industrial*. Madrid, Editorial Alianza, 1990.

*dimensional se elevaría de nuevo, reestableciendo la tradicional lógica dualista y la subordinación clásica de las pequeñas unidades productivas a la gran empresa...*<sup>25</sup> En consecuencia, la compañía protagonista puede afrontar la diferenciación de los productos mediante el arreglo formal de procesos lineales y de alto contenido tecnológico, que se organizan tanto para la manufactura de bienes homogéneos como para generar una gama amplia de productos cuyo ciclo de vida puede ser muy reducido, y que se confeccionan en cantidades menores o bien masivas sin lesionar el equilibrio económico del agente involucrado.

4. Que las articulaciones productivas señaladas –a las que se suman otras más, como la consagrada como *toyotismo* y sus dispositivos estelares *just in time*<sup>26</sup> y *control total de calidad, CTC*- suponen una revalorización del trabajo vivo, en tanto restablecen el control humano sobre el proceso de producción. Con base en el adelanto tecnológico y la incorporación intensiva de los principios científico-técnicos en su concepción y puesta en funcionamiento, se han integrado máquinas y sistemas automatizados de máquinas<sup>27</sup> que entran al relevo de la línea de montaje y su rigidez, y componen nuevas estructuras cuya particularidad es la producción múltiple, normada por una gran flexibilidad que lo mismo armoniza procesos de fabricación comunes a varios bienes como otros de perfil especializado, con los que alimenta el desarrollo de mercancías altamente diferenciadas entre sí. Y tan importante y fundamental como la confección física y lógica de estas infraestructuras, es el manejo, la operación y aprovechamiento de las mismas, función que implica la asistencia y el respaldo de la fuerza de trabajo, cuya instrucción, entrenamiento e incluso actitud de colaboración, son requisito fundamental para el desempeño exitoso de los nuevos esquemas. Así pues, la fase que emerge *valoriza las habilidades del trabajo y de la cooperación* entre los distintos asalariados de la empresa y para todos los niveles jerárquicos. *“Tratándose de mano de obra altamente calificada, se acredita, las diferencias entre los trabajadores y sus supervisores son de facto borradas. La*

<sup>25</sup> Ibidem nota 23.

<sup>26</sup> Para una descripción genérica de esos esquemas, ver: Mario Ortega Olivares. *El toyotismo y sus híbridos*. México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco. En: [www.iztapalapa.uam.mx/amet/congresoqueretaro/ponencias/11\\_toyotismo.doc](http://www.iztapalapa.uam.mx/amet/congresoqueretaro/ponencias/11_toyotismo.doc) Fecha: 7 de marzo de 2006.

<sup>27</sup> Entendidas como medios que encierran el saber y la destreza objetivadas de trabajadores y científicos, por lo que como poder dominante se oponen al trabajo vivo. *“De acuerdo con Marx, la división del trabajo es específicamente la precondición para la aparición de las máquinas. Es después de que la mano de obra se transforma en trabajo, un trabajo todavía humano pero cada vez más mecánico y mecanizado, que se dan las condiciones para que la máquina pueda dar un paso más al apropiarse de estas tareas mecánicas de los trabajadores y trabajadoras: el medio de trabajo, asimilado con el proceso de la producción capitalista, sufre diversas metamorfosis, la última de las cuales es la máquina, o, mejor dicho, un sistema automático de maquinaria (el sistema de la maquinaria, pues la máquina automática no es más que la forma más acabada y más adecuada de la misma, con la que la maquinaria se convierte en sistema) puesto en movimiento por un mecanismo automático o fuerza motriz, que se mueve por sí misma”*. Gerald Raunig. *Algunos fragmentos sobre las máquinas*. En: [www.brumaria.net/textos/Brumaria7/16geraldraunig.htm](http://www.brumaria.net/textos/Brumaria7/16geraldraunig.htm) Fecha: 22 de enero de 2006.



*colaboración permanente entre operarios, ingenieros, proyectistas y empresarios permite obtener un ambiente adecuado para la creación de nuevos productos o la búsqueda de nuevos mercados*<sup>28</sup>.

5. Que la revaloración del trabajo al tiempo que supone la recuperación del obrero profesional y de su saber hacer minimizados por el taylorismo, no conlleva sin embargo su afirmación como sujeto colectivo, que justo puede aprovechar esa misma cualidad como medio para reapropiarse de la producción social. Esta *intelectualidad emergente del asalariado* si bien lo lleva a concebir su puesto de trabajo como una limitación aunque le garantice un consumo masificado y estable, debe enfrentar la última reestructuración del capital cuya dinámica insiste en determinar al trabajo sólo como elemento objetivo, para reponer el ciclo de acumulación atrofiado por el declive del taylorismo. La ecuación se resuelve cuando el *saber abstracto* – categoría donde se listan en primer lugar el saber científico, corolario de la indagación sistemática dedicada a generarlo en universidades y centros especializados, y asimismo y con igual importancia el cosechado por el trabajador en su hacer y en su praxis diaria de producción- *“tiende a volverse, en virtud precisamente de su autonomía con relación a la producción, ni más ni menos que la principal fuerza productiva, relegando a una posición marginal al trabajo parcelizado y repetitivo. Se trata del saber objetivado en el capital fijo, que se ha encarnado (o mejor dicho, se ha hecho de hierro) en el sistema automático de las máquinas. Marx recurre a una imagen bastante sugestiva para designar el conjunto de los conocimientos abstractos, que, al mismo tiempo, constituyen el epicentro de la producción social y organizan todo el contexto de la vida: él habla de general intellect, de un «cerebro general»...”*<sup>29</sup>.
6. Que al evolucionar y profundizarse el avance del *cerebro general* y del sistema de máquinas, se rebasa la titularidad de los dispositivos técnicos en la producción social y emerge todo un *“ensamblaje mecánico-intelectual-social, una concatenación de tecnología y saber, de órganos mecánicos e intelectuales y también de órganos sociales... [que] tiende hacia la apertura permanente”*. La máquina, así, *“no se limita a manejar y estriar entidades cerradas una respecto de la otra, sino que se abre a otras máquinas y se mueve con sus ensamblajes maquínicos. Penetra varias estructuras simultáneamente, y depende de elementos externos para poder existir. Implica una complementariedad no sólo con el ser humano que la fabrica, que la hace funcionar o la destruye, sino que también mantiene en sí misma una relación de alteridad con otras máquinas virtuales o reales”*<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Benjamin Coriat. *El taller y el robot. Ensayos sobre el fordismo y la producción en masa en la era de la electrónica*. México, Siglo XXI Editores, 1992:35pp.

<sup>29</sup> Paolo Virno. *General intellect*. En: [www.generation-online.org/p/fpvirno10.htm](http://www.generation-online.org/p/fpvirno10.htm) Fecha: 11 de febrero de 2006.

<sup>30</sup> Ibidem Nota 27.

7. Que esa cualidad de integración y apertura de los sistemas de máquinas materializa a la vez una relación más profunda que la absorción del saber social por capital fijo, ya que incluye la sumisión tanto de las capacidades intrínsecas al intelecto y a la conciencia humana –como el lenguaje, la facultad de aprender y de comunicar; la imaginación; el individuo íntegro en suma- como de aquellos lazos comunes que surgen de la interacción comunicativa, la abstracción y la capacidad reflexiva; la cooperación y la acción coordinada del trabajo vivo, de su saber hacer, que se manifiestan, comparten y comunican en el proceso productivo primeramente a través del control de los sistemas de máquinas, y después para hacerlos evolucionar. El saber germina como una *intelectualidad colectiva que complementa a las cualidades del sistema de máquinas y lleva más allá su expresión y su devenir productivos en tanto los hace prevalecer en toda la sociedad y es pauta para la transformación de todas sus actividades*. Con base en ello es que *“al interior del proceso de trabajo contemporáneo existe una constelación de conceptos que funcionan por sí mismos como ‘máquinas’ productivas, sin necesidad de disponer de un cuerpo mecánico ni de una pequeña alma electrónica”*<sup>31</sup>.
8. Que al someter el saber social y la intelectualidad colectiva a la producción del excedente y a su distribución desigual, el obrero se sitúa al lado del proceso de producción y al mismo tiempo es su agente principal. Tal protagonismo sustenta la acepción reciente de *capital humano*, que en el perfil individual (*wetware*) o en el colectivo (*netware*)<sup>32</sup>, refiere a esa articulación mancomunada con las lógicas productivas que cada vez más se definen y sustentan en el conocimiento y su productor natural. Forzosamente, ello modifica...
- 8.1 la *organización del trabajo*, porque la actividad productiva ya no se lleva a cabo solamente en la fábrica y en las instalaciones asociadas, sino se expande hacia **cualquier lugar donde el obrero obtenga, prepare y acumule su conocimiento y experiencia como función de la producción**. De igual manera, el trabajo no se sujeta más a horarios, cronómetros o secuencias productivas: la actividad cognitiva que entra en juego es inherente al individuo que lo desarrolla, y se ejerce, e incluso se ejercita, sin límites espacio-temporales<sup>33</sup>. Así, *el tiempo de trabajo se disuelve en el tiempo de vida*<sup>34</sup>.

<sup>31</sup> Paolo Virno, *Gramática de la multitud*. Disponible en: <http://traficantes.net>.

<sup>32</sup> Cfr. Yann Moulier Boutang. “Riqueza, propiedad, libertad y renta en el ‘capitalismo cognitivo’”. En: *Multitudes*, Número 5, Mayo de 2001. En: [www.multitudes.samizdat.net/spip.php?article197](http://www.multitudes.samizdat.net/spip.php?article197) Fecha: 26 de diciembre de 2005. En la acepción que se asume, el término *wetware* refiere a la construcción mental que todo individuo ejecuta para ejercer su conocimiento de las cosas. El *netware*, por su parte, considera las plataformas de red que con la misma finalidad se implementan para desplegar la llamada inteligencia colectiva.

<sup>33</sup> Más aún, como propone Patrick Dieuaide, el trabajo cognitivo reposa sobre una *“dinámica que reemplaza al tiempo de trabajo socialmente necesario para la fabricación de una mercancía en particular, en tanto implica el desarrollo de actividades de organización, concepción y puesta en funcionamiento de medios (soluciones) para la realización de una actividad vital y necesaria para la producción”*. Cfr. Patrick Dieuaide. “Autour de la gestion du travail. Trois theses sur le capitalisme cognitif”. En: *L’Homme et la Société*, Número 152-153; Abril-septiembre de 2004; 134pp. En:

*“En efecto, -se afirma- en el periodo actual de desarrollo del capitalismo, la lógica acumulativa y permanente del saber y de la formación del obrero, impone progresivamente una reorganización de la relación trabajo/no trabajo, en el sentido en que el tiempo libre del obrero no es más residual, sino tiempo operatorio, dedicado a generar valor”<sup>35</sup>. Todo el escenario deriva en la llamada *fábrica sin paredes*, que claramente describe esa profundización de la producción en la existencia misma, tanto a escala individual como colectiva.*

8.2 la *calificación del trabajo*, ya que las competencias, y las cualidades inclusive, que el proceso productivo exige ahora al obrero van más allá de la fuerza física, y reivindican la naturaleza humana y sus atributos como requerimientos mínimos para realizar la producción de mercancías y servicios determinados. *“Es... sobre la derrota del operario fordista y sobre el reconocimiento de la centralidad de un trabajo vivo siempre mas intelectualizado, que se constituirán las variantes del modelo posfordista. En la gran empresa reestructurada, el trabajo del operario es un trabajo que implica siempre más, en diversos niveles, capacidad de escoger entre diversas alternativas, responsabilidad de ciertas decisiones. El concepto de ‘interfase’, usado por los sociólogos de la comunicación, dá cuenta de esta actividad del operario. Interfase entre diferentes funciones, entre los diversos equipos, entre los niveles de jerarquía, etc. Como prescribe el nuevo management hoy, ‘es el alma del operario que debe descender en la oficina’...”<sup>36</sup>* La nueva figura laboral se engloba en la categoría *trabajador del conocimiento*, y su emergencia impacta directamente a la fuerza obrera y asimismo involucra a los profesionistas de la industria y los servicios, rubros donde también se reconfiguran las tareas productivas y las remuneraciones. En todos los casos, se busca privilegiar las capacidades de autogestión del trabajador, que de esta forma toman un protagonismo decisivo.

8.3 la *estructura del trabajo*, que igual refleja una gran flexibilidad en su composición orgánica. Si bien los nuevos puestos conllevan el desarrollo de rutinas y procedimientos previamente definidos, incluye como categorías sustantivas la ejecución de ocupaciones que privilegian el trato persona a persona y el desahogo de funciones simbólico-analíticas que identifican problemas, plantean sus soluciones, y propician que el trabajador intervenga según su juicio y decisión en cualquier parte de las cadenas de valor, para corregir o ratificar una trayectoria o secuencia específica. *“Este tipo de trabajadores*

---

<http://edition.cens.cnrs.fr/revue/hoso/2004/v/n152-153/010920ar.pdf>. Fecha: 11 de diciembre de 2005.

<sup>34</sup> Cfr. Octavi Comeron. “Capas de trabajo”. Ypsite Blog. En: <http://www.ypsite.net/blog/?p=656> Fecha: 5 de enero de 2007.

<sup>35</sup> Delphine Vallade. “Mutations et effritement des frontières entre travail et hors travail: la productivité du temps libre”. En: *Seminaire*. 19 de octubre de 2004.

<sup>36</sup> Mauricio Lazzarato et Antonio Negri. Op. Cit., nota 14:11pp.

*manipula símbolos: datos, información, palabras, representaciones orales y visuales... y simplifica la realidad en imágenes abstractas que pueden ser reordenadas, manipuladas, experimentadas, comunicadas a otros especialistas, y transformadas en prácticas reales. Tienen ingresos variables, no están ligados a una organización y sus carreras no son lineales ni están sometidas a un principio de jerarquía. Trabajan en equipos y en redes y esta parte de su desempeño es crucial. Para estos trabajadores las credenciales acerca de su nivel y campo de estudios no son importantes: lo es más su capacidad de utilizar de modo efectivo y creativo su conocimiento y habilidades*<sup>37</sup>. Los trabajadores con este perfil están lejos sin embargo de representar la clasificación dominante en el empleo y de hecho se significan como la excepción respecto a toda la demanda posible. Al precisar la estructura de la pirámide laboral que se especifica, en efecto *"...comienza a verse una fuerte dicotomización: por un lado, trabajadores que por las características de su subjetividad productiva reciben ingresos que les permiten reproducir su condición pagando servicios privados; por otro, trabajadores que quedan excluidos de los procesos productivos de punta y que, o bien reciben magros ingresos con base en su desempeño en actividades de bajísima productividad y pésimas condiciones de trabajo, o bien no se integran al trabajo y pasan a conformar la población obrera sobrante consolidada"*<sup>38</sup>

9. Que la cooperación entre conocimiento y saberes que se implica en el proceso de producción del capitalismo actual, reivindica y de hecho exige la integración horizontal e interacción permanente de los obreros, en tanto del aporte de cada cual y de la retroalimentación que propongan podrá solventarse de mejor manera cada fase de la secuencia productiva. Tal situación establece así tres características básicas del proceso de trabajo, teñidas todas por la inmaterialidad de su configuración:
- i) el rol determinante que toma la comunicación en el proceso concreto de producción, que se expresa en la retroalimentación constante entre los trabajadores en torno al objeto y la implementación física del trabajo;
  - ii) el desarrollo constante del análisis y la reflexión simbólica, que cada obrero ejecuta para el planteamiento y la resolución de problemas y la optimización de los procesos en marcha, condición que además se enriquece por la interactividad inherente a los mismos; y,

---

<sup>37</sup> Jordy Micheli. "Digitofactura: trabajadores del conocimiento con nuevas tecnologías". En: *Espacios*, Enero de 2003, Vol.24, No.1; 35pp. ISSN 0798-1015.

<sup>38</sup> Mariano Zukerfeld. *Bienes informacionales y capitalismo*. En: [www.defensahumanidad.cu/bajar.php?item=09-MarianoZukerfeld.pdf&tipe=1](http://www.defensahumanidad.cu/bajar.php?item=09-MarianoZukerfeld.pdf&tipe=1) Fecha: 10 de enero de 2007.

- iii) por las razones anteriores, el **involucramiento de la subjetividad de cada individuo participante en el proceso productivo en la generación de valor**, en tanto sus cualidades de comunicación y de capacidad de abstracción, de examen y razonamiento, se supeditan a la generación de beneficios y a la distribución del excedente.

*“En el capitalismo avanzado, se dice para resumir todo el argumento... lo que se observa es el despliegue de procesos para la captura y reconversión del saber social genérico en saber valorizante, a raíz de la implantación del ‘régimen de acumulación flexible’. En efecto... [...] son las sinergias establecidas entre el saber sistemático convencional y el saber social difuso, comunicacional, cooperante, que devienen yacimiento ilimitado de conocimiento para alimentar el circuito de la mercancía en una indistinción productivo / reproductivo”...<sup>39</sup>*

10. Que la simbiosis y empalme virtuoso entre el trabajo inmaterial, el sistema de máquinas y ese *yacimiento ilimitado de conocimientos* recién apuntado, al tomar un rol relevante en el sistema económico tienden a subsumir todas las estructuras productivas. Tal y como la industria transformó a la agricultura mediante instrumentos y procesos de mayor productividad, hoy **se redefine y rejuvenece la manufactura de bienes y servicios mediante el uso de la información y el saber como materias primas y del conocimiento como dictamen racional, y con ello se genera una producción cuyo trazo primigenio es la intangibilidad**. Efectivamente, ésta ya no se concreta únicamente en forma física y conforma mercancías que subvierten las propiedades de exclusividad; divisibilidad; de cesibilidad; dificultad de reproducción y de escasez, que de manera tradicional habían definido el uso y reproducción de bienes bajo el mercado fordista. Ahora, las mercancías se concretan en bienes inmateriales que lo mismo circulan y se consumen sin perder su integridad, que toman un mayor valor al integrar el trabajo inmaterial de obreros distintos al del productor original. De igual forma, se genera una expansión sostenida de los servicios, en **tanto la tecnología disponible permite introducir la lógica industrial en su producción**, como ha sido el caso de las telecomunicaciones, la salud y la misma educación. Asimismo se ha propiciado la relación personal, cara a cara, entre el productor y el consumido. Si bien en estos casos el trabajo vivo no se concreta en objetos materiales, implica una relación de intercambio económico que igual se sustenta en la subjetividad de los actores que lo estructuran, interacción que permite rentabilizar al capital involucrado e esas actividades.

---

<sup>39</sup> Yann Moulier Boutang. *Capitalisme cognitif et nouvelles formes de codification du rapport salarial*. Ponencia presentada en Journées d'études d'histoire économique: "Transformations de la division du travail et nouvelles régulations". Universidad de París I – Centre National de la Recherche Scientifique, París, Francia; Enero de 2003.

11. Que el carácter inmaterial de las mercancías producidas impugna el concepto mismo de propiedad que tradicionalmente y sobre todo desde el advenimiento del capitalismo industrial ha sostenido el intercambio y la institucionalización de los mercados. Las tres condiciones que en forma habitual definían y sustentaban el dominio privado sobre bienes y patrimonios *-usus, fructus y abusus*<sup>40</sup>- son cuestionadas porque se ha perdido el soporte material que arreglaba su ejercicio. En la actualidad, el **aprovechamiento de las nuevas mercancías no es más facultad exclusiva de su propietario original**, y la conformación dinámica de la producción inmaterial rompe la relación seguida entre dominio y usufructo que establecía la confección fordista. **El valor agregado, también de atributo intangible, diversifica la secuencia de la cadena al propiciar que otros agentes económicos obtengan beneficios, inclusive mayores que los realizados por el productor primigenio.** Finalmente, la enajenación, alquiler o venta de bienes es ahora momentánea, fugaz, y nunca firme ni segura por la volatilidad de las mercancías inmateriales, efímeras por naturaleza y siempre cambiantes en su configuración formal.
12. Que la vigencia transitoria y perecedera de los bienes y servicios inmateriales, fugaz y circunstancial incluso, refleja desde luego la pauta de flexibilidad vigente en el modelo productivo y no sólo obliga a renovar la oferta de manera constante, sino igual patrocina que en el ciclo económico global el **momento de la producción se equipare y equilibre al momento del consumo.** Tal homogeneización se amalgama mediante el proceso de comunicación y de retroalimentación entre subjetividades que se implican en el trabajo inmaterial. El consumidor, que en el fordismo se conformaba como sujeto pasivo que recibía bienes uniformes, matriculados mediante diseños en serie, ahora participa efectivamente en la conformación de la propia mercancía que adopta y consume y en suma contribuye a producirla. Esta particularidad es incluso rastreable en la industria paradigma del taylorismo, la automotriz, donde del principio fordista *"el consumidor puede elegir entre un modelo T5 negro y otro T5 negro"*<sup>41</sup>, se ha evolucionado hasta el diseño personalizado del auto, que por lo mismo sólo empieza a producirse una vez que las redes de venta dan la orden, e incluso a la par que se ha comprobado la solvencia financiera del comprador. Toda la información, el intercambio y la infraestructura que se pone en funcionamiento para que tal pedido cristalice, el saber hacer inherente a la transacción, es en la actualidad tanto o más primordial que la fabricación en sí del automóvil.

---

<sup>40</sup> Mariano Zukerfeld adopta esa terminología, planteada originalmente por Yann Moulier Boutang (Cfr. Nota 32). Conforme el primero, cada término significa respectivamente: *"Usus, posibilidad exclusiva del propietario de utilizar el bien; Fructus, posibilidad exclusiva de obtener una ganancia económica de dicho bien; Abusus, posibilidad de enajenarlo; alquilarlo o venderlo"*. Ver: *Bienes informacionales y capitalismo*. En: [www.defensahumanidad.cu/bajar.php?item=09-MarianoZukerfeld.pdf&tipe=1](http://www.defensahumanidad.cu/bajar.php?item=09-MarianoZukerfeld.pdf&tipe=1) Fecha: 10 de enero de 2007.

<sup>41</sup> Mauricio Lazzarato. "El ciclo de la producción inmaterial". En: *Contrapoder*. En: [http://www.sindominio.net/contrapoder/article.php3?id\\_article=13](http://www.sindominio.net/contrapoder/article.php3?id_article=13) Fecha: 27 de diciembre de 2007.

13. Que la mercancía inmaterial no se destruye en el acto de consumir sino es revalorada por el mismo, por lo que se transforma en propuesta para otro participante y con ello el ciclo se inicia de nuevo con un segundo protagonista, quien es origen a la vez de otras mercancías intangibles, repletas de valor simbólico. El trabajo inmaterial, en consecuencia, *"... activa y organiza la relación producción / consumo. La activación, tanto de la cooperación productiva como de la relación social con el consumidor, se materializa en y mediante procesos de comunicación. El trabajo inmaterial innova continuamente la forma y las condiciones de la comunicación... [...] Da forma y materializa las necesidades, el imaginario, los gustos del consumidor y estos productos se convierten a su vez en poderosos productores de necesidades, de imaginarios, de gustos. La particularidad de la mercancía producida por el trabajo inmaterial consiste en el hecho de que no se destruye en el acto de consumo, sino que amplía, transforma, crea el medio ambiente ideológico y cultural del consumidor"*<sup>42</sup>. La preeminencia de la comunicación es corolario entonces del proceso en tanto opera como la interfase entre ambos momentos económicos. La producción de subjetividad funciona pues como condición de la producción de mercancías, lo que soporta y facilita el tránsito hacia la expansión de lo subjetivo; lo simbólico y abstracto; lo inmaterial, como objeto y circunstancia del consumo.
14. Que por su esencia inmaterial, el ensamble y ajuste de la relación producción / consumo en un solo momento, provoca que la circulación de la mercancía como condición física del intercambio se conforme como un obstáculo a vencer para culminar el proceso. Ello acelera la rotación de las mercancías, borra cualquier orden o secuencia en los tres momentos de la producción y suscita el desarrollo a profundidad de la infraestructura de transporte y de comunicaciones, soporte básico para alimentar el proceso. *"El capital, por su naturaleza, tiende a superar toda barrera espacial, se aclara. Por consiguiente la creación de las condiciones físicas del intercambio –de los medios de comunicación y de transportes- se convierten para él [...] en una necesidad: la anulación del espacio por el tiempo. Por cuanto en los mercados remotos el producto inmediato sólo puede valorizarse masivamente en la medida en que disminuyan los costos de transporte, y por cuanto, de otra parte, los medios de comunicación y el transporte no pueden convertirse en otra cosa que en esferas donde se valoriza el trabajo puesto en marcha por el capital; por cuanto se opera un tráfico masivo –a través del cual se reintegra más del trabajo necesario-, la producción de medios de circulación y de transporte más baratos se convierte en condición de la producción basada en el capital, y por consiguiente éste la lleva a cabo. Todo trabajo requerido para lanzar a la circulación el producto acabado –que tan sólo se encuentra en circulación económica una vez que puede hallársele en el mercado- constituye desde el punto de vista del capital una barrera a*

---

<sup>42</sup> Ibidem.

*superar...*<sup>43</sup> Bajo tal imperativo, toma significado el sostenido y vertiginoso crecimiento de los medios de comunicación: mientras más se desarrollen y expandan, más hacedera será la valorización.

15. Que por la sinergia producción / consumo; la necesidad de eliminar espacio por tiempo en la circulación económica, y la búsqueda incesante de la innovación cognitiva para sustentar el crecimiento, la comunicación social deviene el centro de la lógica productiva y adquiere un perfil dual que en el capitalismo encuentra una expresión simultánea<sup>44</sup>. Por una parte, como **instrumento duro de la relación social**, esto es decir, en tanto **dispositivo físico y lógico que debe solventar con eficiencia, continuidad y rapidez el enlace y la relación entre pares**, y por ello genera dos particularidades básicas más: como herramienta sustantiva para el desarrollo y culminación del ciclo productivo por la funcionalidad que aporta para la producción y el consumo; y, como sostén de una industria particular que por sí misma asegura una gran rentabilidad por la posición de privilegio que cosecha de su involucramiento en la producción social. Y, seguidamente, como **entorno socioeconómico, político e institucional que funciona y opera como requisito y a la vez como cultivo para que la producción se renueve, realice y reproduzca en su modalidad inmaterial**. Según Gigi Roggero, este atributo puede designarse como una **"intelectualidad difusa"**<sup>45</sup>, calidad que permea al conjunto social y apela tanto a la vigencia de las habilidades humanas -el conocimiento formalizado; el lenguaje; las relaciones sociales, y también las afectivas- en tanto ejes básicos que solventan y estructuran la comunicación y el intercambio; como a las políticas, institucionales e ideológicas, que configuran el ambiente natural en que esa valorización se anima, legitima y reproduce.
16. Que tanto en su configuración como **instrumento duro** y en su calidad de **entorno incubador o de intelectualidad difusa**, el proceso comunicativo se implementa y evoluciona con base en la satisfacción de una funcionalidad en cuatro tiempos:
- i) la **interactividad eficiente entre los miembros sociales**, y sobre todo y en lo particular entre el **productor y el consumidor**, ya que de esa interacción permanente **depende el diseño, la oferta y la venta de las mercancías producidas**;
  - ii) la **movilidad**, para que el enlace e interacción previstas pueda solventarse **sin restricciones físicas o geográficas**;

---

<sup>43</sup> Karl Marx. Op. Cit.; nota 12; 13pp.

<sup>44</sup> Jean-Louis Weissberg . L'hypothèse du « capitalisme cognitif » pouvoir, valeur et coopération. En: [http://www.innovinfos.free.fr/IMG/doc/Articles\\_Weissbert-2.doc](http://www.innovinfos.free.fr/IMG/doc/Articles_Weissbert-2.doc) Fecha: 15 de enero de 2005.

<sup>45</sup> Gigi Roggero. "La autonomía del conocimiento vivo en la universidad-metrópolis". En: <http://transform.eipcp.net/transversal/0707/roggero/es> Fecha: 26 de diciembre de 2007.



- iii) la **disponibilidad**, en tanto resulta imprescindible el garantizar su uso en cualquier momento **sin importar las circunstancias en que se produce**; y,
- iv) la **racionalidad de su aprovechamiento**, ya que la intencionalidad y propósitos implícitos en la comunicación deben realizarse y culminar entre los pares que se relacionan e interactúan.

Las cuatro condicionantes impactan el desarrollo de los instrumentos duros de la comunicación, y propician su permanente innovación tecnológica en la funcionalidad tripartita. Las tres primeras derivan en la creación y puesta en funcionamiento de sistemas y plataformas de comunicación de mayor capacidad y velocidad, para el soporte efectivo de la circulación de los flujos comunicativos y su retroalimentación constante; en la modalidad inalámbrica, para superar las ataduras de la residencia física y estable, y con una cobertura amplia, totalizante, ya que su utilización debe incluir a la mayor parte de los miembros sociales y no puede sujetarse a horarios o tiempos predeterminados.

Respecto a la cuarta consideración, es claro que remite al ambiente social, político e institucional que incuba y cobija al proceso comunicativo y supone la completa satisfacción de variables muy distintas, desde aquellas que garantizan la generación de un entorno de crecimiento para las empresas que matriculan los instrumentos duros en la funcionalidad exigida; hasta la preparación, formación y entrenamiento de los grupos sociales en el uso de esas herramientas, con el objetivo de realizar a plenitud y sin deformaciones o límites las funciones entregadas por los dispositivos de la comunicación.

17. Que la supremacía del proceso comunicativo en el devenir económico con los dos perfiles descritos, obliga a Estados y a empresas a buscar con ahínco tanto el **aprovisionamiento y uso intensivo de los segmentos duros de la comunicación** –para estructurar la circulación de la mercadería y fecundar una industria con un alto potencial de rentabilidad- como el **matricular condiciones favorables para la emergencia y contabilidad de los recursos y habilidades del conocimiento, del trabajo y de la producción inmaterial**, insumos vitales para el arreglo de la **producción y del consumo en tanto generan innovaciones y revolucionan al modo productivo**. *“Las estrategias de las multinacionales, se establece por ejemplo en ese rumbo, son cambiantes y en la actualidad parecen centrarse en impulsar dos niveles: las actividades que se ejecutan para controlar los conocimientos generados en la producción (patentes; licencias, entre otros) y en la sociedad misma (apropiación del conocimiento tácito, del empírico), y aquellas otras que facilitan la ‘producción de clientes, de usuarios, de suscriptores’, donde se listan la mercadotecnia, comunicación o la publicidad. En forma simultánea a estos ejes, las grandes firmas analizan ceder sus fábricas de producción, con lo cual la propiedad de los ‘medios materiales de la*

*producción' viene a ser una categoría que puede disolverse y no aparecer más en sus estrategias de expansión y crecimiento...<sup>46</sup>*

La descripción anterior invoca dos situaciones complementarias que al desarrollarse se enriquecen mutuamente. Por una parte, la **tendencia a la contratación de facilidades productivas locales** para la confección de mercancías, lo que ha descentralizado la producción y derivado en la especialización de los países, regiones o ciudades en la manufactura de algún bien en lo particular o en la confección de un servicio, que después se distribuyen y suministran a escala planetaria. Y, en segunda instancia, la **centralización de las funciones de coordinación y gestión de la producción y de procreación de valor agregado en las grandes empresas**, que en efecto dominan las actividades inmateriales, las de mayor rendimiento económico que se sustentan en la explotación de la información y del conocimiento.

18. Que la especialización productiva es **tasada mediante el binomio costo/ rendimiento que arroja la actividad que la configura en un momento y una situación dada**, por lo que la articulación de los agentes y regiones nacionales a la economía mundial dependen y se determinan por la ventaja comparativa que han logrado acumular respecto a las variables decisivas del proceso de comunicación: ya respecto al **desarrollo físico, funcional, y al uso colectivo de los instrumentos duros que lo concretan**, ya en referencia a la **generación del entorno económico, político e institucional que lo favorece, nutre y provoca**. La dualidad ha propiciado que cada país, región, ciudad e inclusive cada empresa nacional, se integre al mercado globalizado de manera diferenciada, única y particular, con base en las fortalezas intangibles que concentra y que decretan lo que puede obtener y ganar con esa asimilación.

La fórmula anterior igual ha derivado en la **creación de estructuras reticulares de alcance planetario, que conjuntan y coordinan las facilidades y competencias endógenas de cada país para el desarrollo de los procesos de producción**. La intervención de cada titular en esos andamiajes puede oscilar desde un elemental aprovisionamiento de materias primas o de insumos sin elaborar; la subcontratación para procesarlos y sustentar su integración en la cadena productiva vertical, hasta las alianzas estratégicas o los acuerdos de cooperación para la explotación conjunta de un mercado o la producción de mercancías que conjuntan las ventajas y aportes de los dos protagonistas, con las cuales imponerse en el mercado global. Incluye asimismo otras formas de organización física y lógica que entrelazan todas las facilidades posibles,

---

<sup>46</sup> Antonella Corsani et Maurizio Lazzarato. "Nouveau millenaire, défis libertaires". En: *Journal des Anthropologues: Globalisation*. Tomo 1, 2004; 127pp. En: <http://1libertaire.free.fr/LogicielsLibres02.html> Fecha: 25 de enero de 2007.

como los *dístritos industriales*; los designados como *clusters*, o las llamadas *redes globales de producción*, que para su asentamiento toman en cuenta además las condiciones geográficas y físicas de una región en lo particular, y desde luego su aporte superior respecto al que ofrece otro lugar del mundo. *“A escala teórica, se advierte, la red productiva no lleva implícita necesariamente una cooperación estrecha entre sus miembros. Puede ser sólo un simple diálogo o intercambio de información sobre metas y fines, que afianzan y perfeccionan una actividad común o armonizan las prácticas empresariales o productivas de sus miembros. Y también puede considerar una gama muy vasta de acuerdos e intercambios, que lo mismo toman una dimensión vertical que horizontal, o relacionan a varios actores en niveles diferentes de involucramiento, decisión y ganancias...”*<sup>47</sup>

19. Que en el ámbito institucional, los afanes de promoción, fortalecimiento y control del proceso comunicativo y de los recursos que lo constituyen, han derivado en la *remodelación de las políticas aplicables tanto para impulsar el desarrollo económico con base en la producción inmaterial como para inducir el desempeño de sus agentes protagónicos en ese eje particular y en las habilidades que implica*. La **flexibilidad que caracteriza a la producción deviene así característica de la estructura política**, y con ello de inicio se propicia la titularidad y expansión sostenida de la empresa privada en la planeación, realización y usufructo de la actividad económica, y con ello se provoca el recule de la participación del Estado en la producción nacional, que a la vez propicia el surgimiento de nuevas áreas de capitalización económica. El repliegue estatal no sólo afecta a los servicios públicos que son desincorporados de la estructura pública –en principio, los de mayor interés para el capital, como los sectores financiero y de telecomunicaciones, y después otros más, como la educación- sino también impacta el diseño de las políticas aplicables e introduce prácticas como la apertura de fronteras a inversiones y productos, y la liberalización económica que deriva en la desregulación de la actividad económica y la privatización de las entidades públicas. El propósito de estas acciones es garantizar que **el capital pueda prodigarse tanto en extensión** –lo que concreta la globalización de la economía y de las relaciones de intercambio- **como a profundidad**, esto es, con la introducción de la lógica del mercado y la industrialización de todas las actividades humanas.

Al relacionarse, las 19 premisas anteriores han determinado la evolución reciente de las economías desarrolladas y desde luego también la propia de las estructuras nacionales. En el ámbito ideológico, el impulso a la producción inmaterial ampara muchas de las definiciones sobre el desarrollo colectivo que no cesan de aparecer y sustituirse

---

<sup>47</sup> Claudine Gay et Fabienne Picard. “Individus, organisation, réseaux: tryptique central d’une politique de création des connaissances technologiques?”. Ponencia en la *Conferencia sobre Convergencia y Disparidad Regional en el Espacio Europeo*. Bruselas, Bélgica, 1º a 3 de septiembre de 2004.

entre sí<sup>48</sup>. La referencia sobre la *sociedad postindustrial* abre esa avalancha y después los calificativos que se suceden crean incluso nuevos adjetivos, como *sociedad tecnocrónica* o *informativa*. En los últimos tiempos, se habla de la *sociedad móvil de la información*; de la *red omnipresente* y de la *sociedad de la ubicuidad*. Los términos hacen legión y casi siempre emanan de aplicar un criterio ideológico que al atomizar a la tecnología de sus condiciones histórico-materiales privilegia sus posibilidades técnicas y con ello sostiene todo su discurso.

Más fuera de la retórica, al asumir los enunciados anteriores puede afirmarse que hoy en día **el modo de producción dominante se caracteriza por generar bienes inmateriales que incorporan a la información, el conocimiento, y a las mismas cualidades humanas como elementos fundamentales de esa conformación, lo que implica desarrollar las infraestructuras de producción y de consumo que en efecto permitan su concreción rentable.** Ello explica el predominio de un **universo muy amplio de mercancías intangibles** –desde la patente que permite explotar la innovación tecnológica, hasta el mensaje publicitario o el contenido de las cadenas televisivas, que igual se diseñan para los mercados regionales- **y de las redes de telecomunicación que solventan tanto su producción** -al entrelazar las facilidades físicas con el aporte inmaterial del trabajador del conocimiento-; como **su circulación**, donde las infraestructuras planetarias y sobre todo Internet funcionan como la interfaz amigable, universal y con alta disponibilidad y acceso, y **su consumo**, que ya no se distingue respecto a las fases precedentes en tanto se genera de manera simultánea a las mismas.

En los países avanzados, el predominio de la producción inmaterial ha derivado en una reestructuración económica encaminada a crear las condiciones para que aquella predomine. En el año 2000, por ejemplo, la Unión Europea declara su nuevo objetivo estratégico para la década por llegar y establece su ambición de convertir a la región en la *“economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer*

---

<sup>48</sup> Las definiciones arrancan desde 1962, con los términos *Industria del conocimiento y sociedad global*; siguen *economía de los servicios* (1968). *sociedad post-industrial* (1973); *revolución de la microelectrónica* (1976) y *economía de la información* (1977). Después se habla de la *informatización de la sociedad* (1978), la *era tecnocrónica* (1979) y la *tercera ola* (1980). En los ochentas, la designación fue *sociedad telemática* (1981) y *ciberespacio* (1983); *sociedad informatizada* (1984); *era teleinformativa* (1985) y culmina el decenio con la *sociedad transparente* (1990).

Para los noventa se refiere a la *sociedad del conocimiento* (1993); *postcapitalista* (1994); y después *ciudad informativa*; *digitalismo*; *era de la postinformación*; y el *cybionte* (1995). Un año después el adjetivo era *economía digital*; y casi en el delirio se habló de la *sociedad digital del Infolitico Superior* y del *ser digital* (1996), para después arribar a la *inteligencia colectiva*; *sociedad informativa* y *tercera revolución industrial* (1997). La década se cierra con otras ficciones: *desarrollo informativo* y *global village* (1998), y *telépolis* y *el tercer entorno de las siete tecnologías* (1999).

El nuevo siglo atestigua el debut del llamado estado-red; el mundo virtual; economía informativa; era del acceso y sociedad red (2000). El digitalismo y capitalismo.net llegaron en 2000, y la conceptualización economía basada en el conocimiento e inteligencia colectiva llegan casi en paralelo. En 2004 se acuñan la neurosociedad y la ola de cerebros, y en términos más concretos se habla de la sociedad móvil de información. Para 2005, los calificativos llegan a sociedad de la red omnipresente o de la ubicuidad y el llamado *Internet de las cosas*, que justo se conoce en diciembre.

*económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social*<sup>49</sup>. Las acciones que se plantean para lograr esa meta refieren a varias de las premisas que se han anotado. En la primera de ellas es clara la correspondencia: *“preparar el paso a una economía y una sociedad basadas en el conocimiento*, plantea la Unión como lineamiento inmediato, *“mediante la mejora de las políticas relativas a la sociedad de la información y de Investigación y Desarrollo, así como mediante la aceleración del proceso de reforma estructural a favor de la competitividad y la innovación, y la culminación del mercado interior...”* La actividad ubicada en el segundo lugar insiste también en la temática planteada: *“modernizar el modelo social europeo mediante la inversión en capital humano y la lucha contra la exclusión social”*, lanza la Unión y su convocatoria se enlaza a las categorías *wetware* y *netware* que ya se han listado como aquellas que definen el sometimiento del intelecto y de las facultades del obrero al proceso de producción y a sus condicionantes inmateriales.

Movimiento pues generalizado, la reestructuración productiva debuta en México en la década de los ochenta, y emerge como la receta inspirada en el llamado **Consenso de Washington**<sup>50</sup> que estableció las políticas de base a asumir para superar la crisis financiera que justo explota en esa década. De este proceso de cambios habrían de surgir nuevos esquemas de desarrollo nacional que han llevado a los agentes privados locales y foráneos a la titularidad en la conducción de la economía y a la especialización de las estructuras industriales. Tal conformación es especialmente significativa en el caso de las telecomunicaciones en lo particular –donde de entrada se produce la mutación de la estructura de servicio que acompañó al sector por más de un siglo- y de las TIC en lo general, sector que evidencia con claridad el involucramiento de los agentes nacionales en alguno de los segmentos de la cadena de valor de varias líneas de producto. En tanto esta integración a la economía internacional únicamente puede generarse a partir de las características estructurales de la base endógena, resulta imprescindible atender al desarrollo histórico que la ha determinado y le otorga sus rasgos distintivos. Es por ello que para configurar el sistema de hipótesis que habrá de desatar la indagatoria, resulta imprescindible atender ese factor y la forma en que se ha manifestado en el sector bajo estudio, las telecomunicaciones, y en la matriz de la que provienen y abrevan.

---

<sup>49</sup> La información y las citas se toman de Parlamento Europeo. *Conclusiones de la Presidencia sobre el Consejo Europeo de Lisboa del 23 y 24 de marzo del 2000*. En: [http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1\\_es.htm](http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm). Fecha: 23 de octubre de 2003.

<sup>50</sup> Para evaluar las posiciones a favor y en contra, ver respectivamente: Terrence Fluharty. “Implementing economic reforms in México: the Washington Consensus as a roadmap for developing countries”. En: *Applied Research Projects*, Universidad de Texas, 2006. Y: Guadalupe Huerta Moreno. *La política económica del Consenso de Washington y las reformas del Estado y administración pública en México: entre el límite y la contradicción. IX Congreso Internacional del CLAD*. Madrid, España; 2 a 5 de noviembre de 2004.

D. Planteo del problema: sobre el desarrollo de las TIC que sólo finca más atrasos.
---

Parece no faltar mucho para que la información relativa al perfil y desarrollo de las TIC nacionales sea un estereotipo noticioso; incluso un lugar común. Y ello por partida doble. Los temas, consideraciones y análisis que con frecuencia llenan páginas y espacios sobre ese tema, en efecto han sido tan recurrentes y análogos que casi conforman un modelo único de contenido y presentación. Y éste oscila solamente entre dos ángulos definidos que casi se alternan para nutrir la nota, el artículo de opinión, los reportajes, el mismo análisis académico. Al agotarse uno entra en relevo el segundo, cuyo ciclo se mantiene vigente hasta que el inicial cobra impulso y se exhibe de nuevo.

El primer asunto que asume las particularidades mencionadas se exterioriza en las fertilidades y las abundancias. En sus rasgos definitorios más acabados arranca poco tiempo después de iniciada la política de liberalización, y se mantiene y perfecciona hasta la actualidad tomando en su transcurso aquellas evidencias que mejor soportan sus explicaciones. Armados con cifras, promedios y porcentajes, desfilan así los detalles de la expansión sostenida de los sistemas y servicios, del volumen y la extensión que consiguen y de los rendimientos logrados; de las tecnologías que se explotan, las ofertas y paquetes que se suministran; en suma, de los *signos de crecimiento conquistados por el sector*, desprovisto ya en todos sus segmentos del monopolio estatal sobre el suministro que según tantos decires hasta 1990 fue el lastre que contuvo a uno de sus pilares, las telecomunicaciones.

Uno de los ángulos favoritos de esta cascada de datos y estadísticas es el análisis sobre la contribución económica de los protagonistas de las TIC, manifiesta tanto en el crecimiento nacional que logran como en su contribución para conformar el PIB. Un primer dato en esta interpretación toma forma en abril de 1988, cuando un estudio armado para medir el potencial de las telecomunicaciones nacionales frente a la apertura de mercados que proponía la **Ronda Uruguay** del **GATT**. El dictamen no es favorable entonces pero las tres condicionantes económicas que apunta en ese momento habrán de ser referencia que después sería rebasada a plenitud...

*“... La participación del sector en el PIB es aún inferior al 1%; si bien su ritmo de expansión en el período 1980-86 fue superior al de la economía nacional... Las exportaciones estimadas habrían crecido a una tasa del 14% promedio anual en ese mismo período, observándose un superávit en la balanza comercial. Sin embargo, las divisas captadas son insuficientes para cubrir las importaciones que demanda el sector para mantener e incrementar su capacidad de oferta...[...]...”*

*En cuanto a la construcción de índices de encadenamiento por la oferta y la demanda del sector sobre la economía y viceversa, la evidencia permite concluir que las comunicaciones son pasivas ante los*

*cambios en la economía, y que éste es escasamente arrastrada o inducida por las primeras. Ambas consideraciones tomando el promedio de todos los sectores productivos como la frontera entre pasividad y actividad, y capacidad e incapacidad de arrastre...<sup>51</sup>*

A la brevedad, el sinsabor que deja el diagnóstico señalado, cede el paso a la euforia numérica que ya no va a perderse a lo largo del tiempo. En 1993, solo tres años después de puesta en práctica la política de liberalización en telecomunicaciones, esa condición va a inaugurar la tendencia y a convertirse en rasgo distintivo y testimonio constante de la relevancia nacional que lentamente toma el sector en los tiempos que corren. *“De acuerdo con las cifras consignadas en las Cuentas Nacionales, se clarifica, el sector de comunicaciones y transportes durante los años 1988 a 1992 ha contribuido del 6.4 al 7.6% del PIB, lo que coloca a este sector como uno de los más dinámicos de la economía nacional con un crecimiento sostenido dos veces superior a la media del Producto Total. El subsector de telecomunicaciones ha participado entre el 17 y 23% durante el mismo período<sup>52</sup>. A esta primera llamada se adicionan otras referencias y discursos que llenan de pormenores y detalles esa faceta de explicación, e inclusive adicionan un argumento más ambicioso: las telecomunicaciones, se hace hincapié, son casi inmunes a los vaivenes de la economía y a sus alteraciones periódicas, lo cual desde luego deriva en los augurios más optimistas y las mejores evaluaciones sobre su desempeño productivo. “Durante la crisis de 1995, entonces, la economía mexicana tuvo una caída de menos 6.22%, mientras que la rama de las comunicaciones tuvo un crecimiento del 6.3 y las telecomunicaciones que representaban el 95.2% de la rama, crecieron 6.6%. Es decir, que mientras casi todas las ramas económicas de nuestro país mostraron una visible recesión en 1995, la dinámica con que venían creciendo las telecomunicaciones (16.3% en promedio de 1989 a 1994) permitió que a pesar de la crisis, tuvieran un crecimiento. Más aún hoy, cuando la economía muestra signos de recuperación, las telecomunicaciones vuelven a tomar ritmos de crecimiento impresionantes<sup>53</sup>*

Más tarde los ejercicios se multiplican y no pasa mucho tiempo para que en su manufactura se involucren las fuentes y los analistas especializados, que afirman velar por el desarrollo nacional y estudian las mejores vías de apuntalarlo. Una de las aportaciones iniciales en esa línea es de **Bancomer**, que en un estudio dedicado de inicios del 2000 explora la misma correlación económica con el enfoque optimista que se ha señalado. Escribe la institución: *“A partir de la privatización (1990) y posteriormente con la liberalización (1996), la actividad registra una*

<sup>51</sup> Servicios y Sistemas de Telecomunicaciones, SA de CV. *Análisis de las telecomunicaciones en relación al GATT*. Mimeo; Abril de 1988.

<sup>52</sup> Datos de Carlos Lara Sumano. “Sector productivo y telecomunicaciones”. En: *Memorias del Seminario “Las telecomunicaciones como factor de desarrollo y modernización económica”*. México, D.F., 30 de agosto a 1º de septiembre de 1993.

<sup>53</sup> Luis Eduardo Martínez. *Las telecomunicaciones en México durante 1999*. México, Centro de Información y Estudios Nacionales A.C. 2000; 17pp.

*evolución muy dinámica en cuanto a inversión y crecimiento, y los consumidores cuentan con más opciones: Internet; correo de voz; radiolocalización móvil; telefonía celular, etc... [...] Entre 1990 y 1997 (última cifra disponible), el PIB de la actividad creció a una tasa anual promedio de 13.2%, muy superior a la de la economía en su conjunto (2.8%), y su participación en el PIB total pasó de 1.07% en 1990 al 2.11% en 1997...*<sup>54</sup>. Dos años después, el mismo grupo financiero extiende y vigoriza su razonamiento –y entre otras cosas actualiza la relación que había establecido: el peso de la industria en el producto pasó del 2.11% dispuesto para 1997, al 3.2% en el 2001 y por su vigor anuncia un período que sin duda será ascendente– y refiere por primera vez el acierto y la oportunidad de las medidas regulatorias adoptadas para estructurar ese transcurso positivo:

*“con la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y la creación de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), se dieron los primeros pasos para establecer un marco normativo que dé certidumbre a la inversión y fomente las condiciones de competencia en la industria. Entre 1995 y 2001, la inversión en la industria acumuló 22.5 mil millones de dólares que representaron el 27% de la inversión extranjera directa en el país en el mismo período”*<sup>55</sup>.

Finalmente, la propia Cofetel, la unidad evocada como indispensable por **Bancomer**, contribuye en el tema y abona igual óptica cuantitativa, misma que a lo largo del tiempo se vuelve dominante en sus apreciaciones, comentarios, y más aún en sus análisis que por su procedencia se convierten en oficiales, dotados de todo el peso de la institucionalidad. De esta forma, resalta el autoelogio que desata su presidente en 1999, el cual insiste en presentar la perspectiva numérica como fórmula única y métrica indispensable para evaluar al sector: ... *“como resultado de la implementación de la estrategia de liberalización, las telecomunicaciones de México han crecido con una sobresaliente rapidez y fortaleza. En los nueve años anteriores, el sector ha incrementado su valor por lo menos cinco veces más rápido que la economía en su conjunto. Las líneas telefónicas fijas han crecido de 6.4 millones que se tenían instaladas en 1990, a 10.8 millones que se cuentan hasta mediados de 1999. Las empresas que proporcionan los servicios de larga distancia han construido redes de fibra óptica de gran magnitud, que alcanzan en su estructura troncal poco más de 70 mil kilómetros; casi la totalidad de esta extensión ya se encuentra digitalizada...*<sup>56</sup>. Con los años, el organismo no cambia de enfoque y en casi todas sus manifestaciones apunta que el crecimiento del sector ha sido una tendencia permanente desde 1995, y supera con creces los indicadores nacionales. *“El sector de las telecomunicaciones* –exalta por ejemplo en su dictamen del

<sup>54</sup> Grupo Financiero Bancomer. “Estudios Económicos: Telecomunicaciones”. En: *Perspectivas Sectoriales*, No 8, 15 de febrero de 2000; 3pp.

<sup>55</sup> Grupo Financiero BBVA Bancomer. “Competencia en telecomunicaciones”. En: *Serie Propuestas*, No 22, agosto de 2002:10pp.

<sup>56</sup> Jorge Nicolín. “Opening the telecommunications market: the mexican experience”. En: *Connect World Latin America*, Cuarto trimestre de 1999; 23pp.



2007- *registró de nueva cuenta una de las tasas de crecimiento más importantes desde que inició su análisis, al aumentar 33.9% anual durante el último trimestre de 2007, cifra únicamente superada por la observada a mitad del año 2000... [...]... Esto, a su vez, permitió que el repunte total anual fuera de 27.9%, menor sólo al de hace siete años, que fue de 31.9%*. Y para cerrar terminante el organismo asevera: *“Para contrastar aún más el dinamismo del sector, persistente inclusive en fases de marcada incertidumbre financiera a nivel global, cabe mencionar que el incremento al cierre de 2007 supera en más de 12 puntos porcentuales el presentado el cuarto trimestre de 2006”*<sup>57</sup>. Por sectores, su reporte es siempre favorable, y conforme su valoración los indicadores estadísticos toman un perfil lapidario, siempre en el alza acostumbrada: 68.24 millones de usuarios de telefonía móvil en diciembre de 2007; repunte del 37.6% anual en el mismo año en el total de suscriptores de trunking, expansión que permite censar hasta los 2 millones 207 mil usuarios; crecimiento anual del 8.4% en el número de conectantes en televisión restringida; poco más de 16 millones de usuarios de Internet... La lista podría seguir y armar una y mil mixturas más con igual sentido desbordante.

El segundo estereotipo observado contrasta con el inicial porque se posesiona en el cuestionamiento superficial de la euforia numérica. El enfoque parte de establecer que si bien los avances en infraestructura y sistemas son notables y con solidez, todavía no alcanzan a contrarrestar todas las carencias y necesidades del país, por lo que la expansión de los servicios se distingue también por generar una amplia gama de asimetrías que se anidan en tantas situaciones y categorías como desee el analista: la geografía y los territorios nacionales; su población rural y la del medio urbano; los ciudadanos de mayor poder adquisitivo y los que se mantienen en el umbral de la pobreza; entre hombres y mujeres e igual en niños frente a adultos; en la radicación física del usuario, ya el hogar o bien el trabajo. Como es evidente, tales disparidades corren en armonía con la propia dinámica de desarrollo del sector, paralelismo que establece el contraste característico que se ha evocado y que va a retomarse una y otra vez en las reseñas de especialistas y profanos. Un estudio fechado en el 2003 lo resalta sin ambivalencias ni dudas. En México, establece, *“la reforma en las telecomunicaciones ha sido un factor que sostiene el impulso a la inversión en redes e infraestructuras. Como producto de ella, la penetración de la telefonía fija y móvil ha aumentado en forma sustantiva, las tarifas han disminuido, y la calidad de los servicios mejora día a día. Sin embargo, en la medida que la cobertura de los sistemas se ha reservado para las zonas con ‘masa crítica’, esto es, regiones con un potencial de negocio y de utilidades, o sólo las densamente pobladas, se ha generado una brecha interna que divide a los estados del norte generadores de mayores ingresos, de los del sur, que en su mayoría se dedican a la agricultura de subsistencia. Asimismo, las grandes firmas trasnacionales se han*

---

<sup>57</sup> Datos obtenidos del llamado *Índice de producción en telecomunicaciones* (ITEL) que elabora el organismo. Disponible en: [www.cft.gob.mx](http://www.cft.gob.mx). Fecha: 28 de febrero de 2008.

*beneficiado de estos cambios, pero las pequeñas y medianas empresas que apenas aspiran a utilizar el servicio telefónico local, han sido castigadas con tarifas altas, antes y después de la liberalización*<sup>58</sup>.

Tres años después, otra evaluación realizada por uno de los grupos académicos más prestigiados en la evaluación de las telecomunicaciones, insiste en enfrentar avances y progresos relativos, y nutre su ejercicio comparativo con los datos y las referencias que ha obtenido de su praxis ya cotidiana como interlocutor del sector. “¿Dónde estamos?, pregunta para abrir boca. *Como en diversos países del mundo*, responde, *en México la industria de las telecomunicaciones es uno de los sectores económicos más dinámicos de la economía. Entre 1990 y 2004 el sector creció tres veces más rápido que la economía total, en 2005 contribuyó con 4% del PIB mientras que en 1990 lo hacía con 1.07%. Los avances en términos de construcción de infraestructura, calidad en los servicios y cobertura son muy significativos. Entre 1990 y 2006 [...]... el número de líneas telefónicas fijas pasó de 5 millones a 19 millones, mientras que las líneas móviles pasaron de 7 mil a 54 millones...* “Sin embargo, viene ahora el persistente condicionante que todo lo atrofia, *aún falta por alcanzar una mejor distribución de los beneficios a escala nacional. Aún cuando el número total de líneas se ha incrementado, la penetración a escala nacional es muy desigual... En el Distrito Federal, la entidad con mayor número de líneas por cada 100 habitantes, la teledensidad en 2005 fue de 42.1 líneas fijas por cada 100 habitantes, mientras que en Chiapas y Oaxaca, las entidades más pobres del país, la teledensidad fue de 5.6 y 6.7 líneas por cada 100 habitantes, respectivamente. También en el caso del Internet las disparidades son evidentes, mientras que en las zonas urbanas el 32% de la población tiene acceso a servicio, en la región Sureste, la zona del país con menor desarrollo, sólo 6% de la población tiene acceso a este servicio...*”<sup>59</sup>

Si bien afirmaciones como las que anteceden contradicen la misma estrategia de liberalización porque tornan relativo su alcance, es común que el discurso pase de largo sobre esa discordancia y avale nuevas peticiones y encomiendas que urgen a mantener e incluso radicalizar la política aplicada y sus acciones concretas, aunque generen las asimetrías que se testimonian por todos lados. Los dos documentos de **Bancomer** que se han citado efectivamente reclaman esa continuidad, y para enfatizarla proponen que se reconozcan y corrijan los problemas evidentes pero que no se altere la ruta seguida. Mencionan como temas relevantes a aquilatar las diferencias entre operadores y el potencial de crecimiento de cada cual, que al no apreciarse limita la competencia; las restricciones a la inversión extranjera, que detiene el ingreso de recursos frescos y con ello limita el crecimiento; las obligaciones de

<sup>58</sup> Friso de Jong. *Telecommunications reforms in Mexico*. Holanda, Science Shop of Economics, Management & Organization, University of Groningen, 2003:15pp.

<sup>59</sup> Judith Mariscal y Fernando Ramírez. *Retos para el desarrollo del sector de las telecomunicaciones en México*. México, CIDE, 2006. Disponible en: [www.telecomcide.org/documentos/dtdap%20white%20paper.pdf](http://www.telecomcide.org/documentos/dtdap%20white%20paper.pdf) Fecha: 9 de noviembre de 2006.

cobertura, que sacrifican la rentabilidad de las empresas al imponerles proyectos sin retorno; y, finalmente, las debilidades endémicas de la legislación, que se cosechan en dos tantos: de las normas jurídicas frente a la innovación tecnológica, que siempre van en retraso; y del órgano regulador vis a vis los agentes productivos, que le impiden interactuar con los intereses en juego con independencia y autonomía y normar a los mercados y a la competencia. Tales recomendaciones no emplazan sin embargo cambio alguno en la política de liberalización: a contraparte, la reivindican hasta su perfeccionamiento como esquema único que finalmente habrá de generalizar cambios positivos.

Desde luego, los dos prismas aplicados a la información sobre el sector se han enraizado en el discurso oficial y hacen legión en el ideario propio de cada gobierno. De hecho, el reconocimiento de los documentos de planeación que desde principios de los noventa han concebido y entregado los responsables de la Administración Federal, efectivamente remite a las dos ópticas descritas, que además se emplean para sustentar las acciones que cada titular propone y emprende para superar la problemática que ha detectado. Como se testimonia cada seis años, el relevo del Ejecutivo alerta promesas, iniciativas y nuevos planes y quehaceres que ostentan la corrección de todo, la enmienda de cualquier problema o desvío, por agudo que sea. Los intereses concretos de grupos y particulares asisten al convite, y ensimismados en aquella máxima de *llevar agua al molino propio*, tratan de hacer valer su particular visión sobre cada asunto, para enseguida plantear igual su remedio con el tono sesgado y parcial propio de la visión excluyente. En el papel, el gobernante encargado conjunta todos los planteamientos y postula un programa resumen<sup>60</sup>, que aparece investido ya por la institucionalidad del cargo y no exento de su propio ideario e identidad política. Con esta lógica, el proceso arroja entonces dos grandes apartados: el diagnóstico, la fotografía precisa y a detalle, de la situación al momento en que arriba el nuevo gobierno, y las salidas, antídotos y conciliaciones que la administración habrá de poner a punto y de ejecutar para vigorizar las fortalezas observadas y allanar también las debilidades presentes. Para las telecomunicaciones, tal mecanismo se destaca desde 1989, cuando en su prescripción anual la **Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)** pinta la escasez de la telefonía básica y con ello legaliza las primeras acciones de liberalización del sector, que en consecuencia se entronizan como las ideales y adecuadas al momento histórico de entonces. Así, *“en cobertura, dice la institución, el servicio telefónico no alcanza a grandes zonas del país, y a pesar de que por su potencial económico México ocupa el lugar 14 a escala mundial, en densidad telefónica se ocupa el lugar 37 entre los 40 países con más de un millón de líneas instaladas... [...] ... “Los planes de equipamiento de los proveedores habituales se han centrado en la*

---

<sup>60</sup> De hecho, la legislación federal respectiva plantea esa consulta pública como requisito para las labores de gobierno. La Ley de Planeación de enero de 1983 en efecto establece la obligación del Ejecutivo Federal de formular y someter al Poder Legislativo el Plan Nacional de Desarrollo, que determina y especifica sus acciones durante los seis años de mandato. De este documento rector se desprenden los Programas Sectoriales, que definen las líneas de desarrollo y metas a cumplir con los recursos presupuestales que se entregan conforme una estructura programática determinada, aplicable a cada área específica de actividad; verbigracia, Comunicaciones.

*satisfacción de la demanda urbana y residencial, con especial énfasis en las tres grandes metrópolis reconocidas. La ciudad de México; Guadalajara y Monterrey arrojan en promedio 10.9 líneas telefónicas por cada 100 habitantes, parámetro que sin ser suficiente en el mismo entorno urbano, si es relevante frente a su correspondencia rural: dos líneas telefónicas apenas por cada 100 pobladores*<sup>61</sup>. La secuela de tal dictamen resulta evidente: *“se impulsará la expansión de la red básica de telefonía –dice el Plan rector– con el objeto de aumentar substancialmente el número de líneas. El servicio telefónico deberá elevar su eficiencia y modernizar sus sistemas para que constituya un verdadero enlace entre los mexicanos y el exterior”*<sup>62</sup>. Lo que el documento no enfatiza, es que la modernización planteada ya sería responsabilidad exclusiva de Teléfonos de México (Telmex en adelante), empresa que al conformarse como oferta solitaria después de su privatización en 1990, vendría a evidenciar otras de las grandes contradicciones de la política pública aplicada, misma que cada seis años vuelve a la palestra porque no se resuelve: enfatizar que la normatividad puesta a punto desde aquel entonces tenía por propósito el *“fomentar la competencia y evitar la aparición o persistencia de monopolios”*<sup>63</sup>, y, simultáneamente, originar y fortalecer una estructura regulatoria que no sólo protegió la actividad exclusiva del operador telefónico que nacía, sino que alentó esa figura como la única deseable y posible para suministrar el servicio.

En el sexenio 1994-2000 la dosis se repite y las penurias vuelven a subrayarse, aunque siempre como el inicio de la acción correctiva. *“Las insuficiencias en prácticamente todos los aspectos de las telecomunicaciones son considerables”*, se menciona de comienzo en el dictamen compartido sobre la infraestructura nacional. Después, la contundencia cede el paso a la rectificación, que para aquel tiempo se encarna en la reforma del marco jurídico-administrativo aplicable, y cuyos ejes retóricos habrán de asegurar el crecimiento sostenido del sector y la abrogación de todos sus defectos. Conforme el Plan mayor, la Ley Federal de Telecomunicaciones promulgada ya en 1995, es un *“nuevo marco jurídico de las telecomunicaciones que permitirá dar un gran impulso a este sector. Se promoverá un aumento significativo en la cobertura y la calidad de servicios importantes, tales como telefonía básica, radiocomunicación pública y privada, servicios de valor agregado, transmisión de datos y funcionamiento de redes privadas”*<sup>64</sup>. De esta generalidad, el instrumento dedicado genera reflexiones que con puntualidad ilustran los enfoques de información que se han aludido: el avance logrado y la poquedad que asimismo conlleva y que se acentúa de inmediato... *“Por lo que se refiere a las telecomunicaciones, se debe reconocer que la cobertura y diversidad de sus servicios son insuficientes. A finales de 1995 y no obstante el*

<sup>61</sup> SCT. *Programa Nacional de Comunicaciones y Transportes 1989-1994*. México, SCT, 1990:51.

<sup>62</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994*. México, Secretaría de Programación y Presupuesto. 1989: 83pp.

<sup>63</sup> *Ibidem*; 80pp.

<sup>64</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*. En: *Diario Oficial de la Federación*, 31 de mayo de 1995; 141 y 142pp.

*importante avance logrado en los últimos años, la red telefónica alcanzó una densidad que contrasta desfavorablemente con los índices internacionales. Asimismo, la oferta del servicio básico para la población de bajos ingresos es aún escasa”.*

El análisis deja entrever las estrategias y líneas de acción que deben adoptarse para corregir el entorno. Y como en 1990, se insiste en buscar la dotación telefónica aunque ya con una variante sustantiva: la habilitación de líneas físicas es un primer paso que se complementa con el suministro de otros servicios asimismo considerados relevantes, entre los que destaca la telefonía celular para cobertura en zonas rurales. La experiencia se detona en 1995 como una de las rutas más rápidas para integrar a las comunidades alejadas, y más tarde confirma su importancia y protagonismo al ganar espacios en la planeación nacional. En concordancia con ello, el Programa de Comunicaciones precisa un objetivo triple que la entroniza junto con otras acciones dedicadas a implantar infraestructuras para la expansión empresarial y de negocios: *i) “lograr una mayor cobertura y penetración del servicio telefónico, para aumentar la productividad de la economía en su conjunto y brindar más oportunidades para el desarrollo en el país; ii) elevar la calidad y aumentar la diversidad de los servicios con precios más accesibles, en beneficio de un mayor número de usuarios; y, finalmente, iii) utilizar tecnologías de punta, que permitan reducir costos e incrementar espacios de cobertura, para favorecer a las zonas incomunicadas del país”*<sup>65</sup>. Como es evidente, el ideario rebasa la cortedad de la telefonía fija: se han acumulado las necesidades y todo lo faltante y a contrarrestar por la política de gobierno a ejercer adición de otros servicios y aplicaciones específicas de vanguardia, que deberán pulir al sistema en su conjunto y potenciar la oferta pública.

La administración 2000-2006 renueva la simbología y los signos políticos pero no altera la planeación ni el discurso que las acompaña. En efecto, en los documentos iniciales de programación que entrega el régimen de la alternancia, aparece la afirmación siguiente sobre teledensidad telefónica, indicador todavía representativo de la época, que claramente asume de nuevo el enfoque de la carestía como punto de partida... *“...en comparación con la de nuestros principales socios comerciales y de naciones con economías similares a la nuestra, la teledensidad mexicana continúa siendo baja. Incluso, está asociada a una gran disparidad regional y al hecho de que el servicio aún es poco accesible para la mayor parte de la población: mientras en el Distrito Federal existen 33.4 líneas por cada 100 habitantes, en Nuevo León se tienen 21.8, en Oaxaca, 4.1 y en Chiapas, solamente 3.6. En cuanto a las viviendas, el 36.2 por ciento cuenta con línea telefónica, pero el promedio por entidad señala 66% en el Distrito Federal; 57.5 en Nuevo León y sólo de 11.8% en Chiapas”*<sup>66</sup>.

<sup>65</sup> SCT. Programa de Comunicaciones y Transportes 1995-2000. En: *Diario Oficial de la Federación*; 25 de marzo de 1996; 10; 74 y 78pp.

<sup>66</sup> SCT. Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2001-2006. Capítulo de telecomunicaciones. México, SCT, 2001: 16pp. (Para su consulta electrónica, ver el portal [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx); Documentos).

Inmerso en la vorágine de proclamaciones y buenos deseos que caracterizó el relevo partidista, el dictamen no animó suspicacia ni extrañeza alguna. Después de todo, como se ha visto, los datos sobre escasez, mermas y desequilibrios en el sistema eran múltiples desde siempre, y denunciarlos podía ser útil en especial porque emergía una nueva administración pública y los funcionarios que llegaban eran de un signo político distinto al de sus predecesores: al mantenerse en el poder por más de 70 años, ellos tenían responsabilidad completa por ese estado de las cosas. Más aún, tal premisa podía legitimarse al descubrir una nueva carestía más profunda que la sequía telefónica, y tema donde las administraciones anteriores nada hicieron, ni siquiera para reconocerla. Según los debutantes, en la cobertura de Internet es evidente la *brecha digital* y el abatirla significa igualar el acceso social a las *aplicaciones*, categoría de avanzada que según los expertos del gobierno únicamente contabiliza tres rubros: el *e-comercio*, que conlleva sumarse al *“mercado universal virtual a través de las plataformas dedicadas”*; la *sociedad de la información*, o *“vía de acceso libre a un gran acervo de información y conocimiento disponible a través de los sitios...”*; y, el programa *e-gobierno*, *“esfuerzo que los gobiernos de distintos países han emprendido para brindar sus servicios de alto impacto mediante Internet, en un esquema de disponibilidad de 24 horas por 365 días...”*<sup>67</sup>. Conforme tal receta, además de corregir el apartado de la telefonía fija que todavía registra una cobertura incompleta, se proponen y contabilizan metas de expansión en un nuevo segmento: el designado por la instalación de los *centros comunitarios digitales* del programa *e-México* (ccd's), que argumenta la acción estelar de la administración para corregir las deficiencias. Con el tiempo, aún los mejores reportes que puede divulgar el gobierno sobre el programa después de seis años de mandato, no rebasan la habitual referencia cuantitativa que pese a creerse incontrovertible puede cuestionarse porque no relata los beneficios que acaso esas cifras mayúsculas trajeron: más de 7 mil centros instalados en todo el país y miles de horas de consulta realizadas por cientos de mexicanos. En franca exageración, las cifras se listan en la apariencia y buscan contribuir con la abundancia de siempre: de esta forma, si bien buena parte de los ciudadanos censados debutan apenas como cibernautas, el discurso los presenta ya como expertos catadores de la red gubernamental y de sus entornos oficiales.

Para el sexenio 2006–2012 la historia no es distinta ni se canjea la tradición o la costumbre. Resuelto el proceso electoral, las costumbres y formulismos se ratifican y ya para fines del 2006 emerge la diagnosis del caso. Para el sector nacional de las TIC –genérico también debutante en el 2000 aunque solamente centrado en la sinergia de la informática y las telecomunicaciones– ello significó el arribo de un sin fin de propuestas formales, armadas con el propósito de inyectar contundencia y alarma y enfatizar y urgir los caminos que cada quien concibe para impulsar el óptimo aprovechamiento del sector, siempre bajo los parámetros institucionales. En esta línea, tres organizaciones gremiales; quince empresas de la industria y los servicios de las TIC; la firma consultora **Select**; la unidad de telecomunicaciones del **CIDE** y el **Instituto Mexicano de Competitividad (IMCO)**, forjan un extenso volumen que de

<sup>67</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Programa de Desarrollo Informático*. México, Presidencia de la República; 2000:31pp.

inicio establece un silogismo pretendidamente incuestionable: *“Visión México 2020 –dice el lema de apertura, pensado sin duda bajo el influjo de romper el cartabón sexenal– políticas públicas para el uso adecuado de las tecnologías de información y comunicación para construir el México competitivo que todos deseamos”*, continúa, como pasando por sobre las clases sociales. El texto transita enseguida por los andamiajes recurrentes de diagnóstico, remedio identificado para la situación descrita y actividades específicas que habrán de concretarlo, aunque sea sólo en el papel y con tinta. Con un enfoque prospectivo, el apartado inaugural hace resaltar afirmaciones que pintan atraso, insuficiencia, y más aún, censan ahora un nuevo vector: la ignorancia social respecto a las potencialidades y amplios rendimientos de las TIC. *“La penetración, apropiación e impacto que tienen – escriben los especialistas– están caracterizados por cuatro elementos: escasa penetración tecnológica en el grueso de hogares e individuos (brecha digital)... asimetría en la penetración de las TIC en hogares e individuos, es decir, una polarización en el acceso (brecha digital local)... desconocimiento (baja percepción) del impacto y beneficios relacionados con la apropiación de las TIC en la población... insuficiente inversión de recursos públicos para cerrar la brecha digital...”*<sup>68</sup>

Lustrada claramente por conceptos de reciente cuño –brecha digital, verbigracia, con acepciones que demandan familiaridad de su alcance– la declaratoria enlaza los dos repasos que se han evocado. Por ejemplo, al referir en sus páginas que la banda ancha es ya una oferta rutinaria para los enlaces a Internet se asienta el ascenso, el avance, y más aún la vanguardia en equipamiento, que para ese y otros indicadores –la telefonía celular en primer lugar– son prototípicos en el ámbito latinoamericano. Y, no obstante, esas mejorías no llegan a brindarse al total de la población ni cubren la integridad del territorio, por lo que únicamente se alistan y proveen para el núcleo privilegiado de ciudadanos, aquella *masa crítica* que aludía el estudio holandés del 2003. De esta forma, como sucede desde los noventa, al triunfalismo y alabanza que se asocia a aquellos progresos, se une de inmediato un condicionante eterno que los enreda y minimiza hasta la médula con datos y estadísticas que exhiben sus recortes y privaciones permanentes.

Pero la retórica oficial insiste en reproducir las avenidas señaladas y para el 2007 no hay novedad alguna. Entre 1989 y 1994, las carestías mayúsculas fueron en telefonía fija y se pretendió atajarlas con la privatización y la plataforma celular; para el 2000, la penuria aumenta y complica su tratamiento porque se censa en la red y al acceso adiciona el uso de computadora, insuficiente en individuos y en hogares y por ello base para anclar los centros colectivos. En la administración que sigue la estrechez permanece y a la vez ensancha los servicios donde se focaliza. En el **Plan Nacional de Desarrollo 2007–2012** esa extensión encuentra eco y la estrategia fichada como la

---

<sup>68</sup> Varios. *Visión México 2020: Políticas públicas en materia de tecnologías de la información y comunicación para impulsar la competitividad de México*. México, AMITI-CANIETI-FMD, 2007, 54pp.

14.3 plantea su enmienda con una misma generalidad, asentada en la llamada tecnología convergente... *“Promover el desarrollo de infraestructura tecnológica de conectividad que permita alcanzar una penetración superior al 60 % de la población, se resume para centrarla, consolidando el uso de la tecnología de los servicios en cualquier lugar, desarrollando contenidos de interés y de alto impacto para la población”*<sup>69</sup>. Tanto en esta premisa como en las que luego regala el Programa Nacional de Infraestructura que después se conoce, el inventario de metas remite a las lagunas que de nueva cuenta pretenden compensarse. Y si bien éstas son las habituales también han aumentado substancialmente mediante la consideración de otras opciones que pretenden habilitar el acceso mediante diversas modalidades de conexión<sup>70</sup>. Así, en la ancestral *telefonía fija*, se busca llegar a una densidad de *24 líneas por cada 100 habitantes*, y en *telefonía celular*, de *78* en igual indicador. Hasta aquí se listan las opciones conocidas y después se abren los nuevos considerandos: *banda ancha* –sin importar lo que ello signifique, *22 usuarios por cada 100 mexicanos*. En las categorías que siguen se acaban los promedios y la aguja únicamente habrá de timbrar en las cifras absolutas al finalizar el mandato: *70 millones de suscriptores de Internet; 5 más en radiocomunicación y 10 millones para el servicio de televisión restringida*. Si se suma la referencia explícita sobre el imperativo de aumentar y enriquecer los contenidos disponibles, el Programa se completa y redondea para cubrir los seis años obligatorios.

Las últimas cifras y el tránsito todo que las produjo, reafirma pues que por décadas el ejercicio gubernamental sobre las TIC entrelaza los estereotipos y a manera de insumos preciados los concreta en rutinas periódicas de diagnóstico y de renovación, cuya expresión final son siempre metas programáticas cifradas en la cantidad. Ello produce el gran contrasentido y la incongruencia palmaria que se han tratado de bosquejar. En los servicios tradicionales no se logra suficiencia y los debutantes nacen para la élite e inician apenas su ruta hacia la generalización, donde habrán de anidarse nuevas privaciones. Así, paradójicamente, el adelanto es limitado y no logra anclarse en desarrollo porque justo propicia el efecto contrario: es más bien un retroceso en tanto ahora los equipos y sistemas tecnológicos que sirven de parámetro son muchos más, se han multiplicado con el avance y la innovación tecnológicas, y en consecuencia aumenta el universo de referencia para quienes carecen de ellos. La actualización del equipamiento es cada vez más difícil porque cualquier esfuerzo para lograrla se desempeña a contra corriente: el incremento de los vectores a superar vuelve más lejana esa puesta al día.

---

<sup>69</sup> Secretaría de Hacienda y Crédito Público. *Decreto por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*. En: *Diario Oficial de la Federación*. 31 de mayo de 2007; 50pp.

<sup>70</sup> Cfr. [www.infraestructura.gob.mx](http://www.infraestructura.gob.mx) Fecha: 12 de julio de 2007.



<p><b>E. El sistema de hipótesis: razones, trazados y estructuras de tantas abundancias y no menos penurias.</b></p>
--

Si algo en común arroja pues la lectura lineal de los postulados de planeación de cada ejercicio de gobierno que se han relatado es que todos consideran una situación equivalente, o cuando menos semejante. Bien pareciera que la totalidad de enunciados carecieran de tiempo y de cronología, por lo que transitan en una especie de limbo ahistórico donde cualquiera de ellos puede suscribirse en el hoy con la misma validez que pudo tener antaño. Este patrocinio flexible, sin raíces ni ataduras, es la constante histórica que primero aparece en el análisis de las TIC.

No obstante, en los últimos tiempos, la atemporalidad del diagnóstico y de sus recetas correctivas ha quedado comprometida. Al mediar en la transición entre siglos un hecho histórico específico, por lo menos en el papel resulta imposible insistir en ese empalme. En el sector nacional de telecomunicaciones del 2008, los argumentos y reflexiones sobre avances y retrocesos ya tendrían que ser lejanas, añejas inclusive, porque el discurso de los años precedentes ha trazado lo contrario y por ello carecen de motivo para replantearse. Su reajuste y testimonio desafía sin cortapisas un esfuerzo sostenido de propaganda que por décadas ha creado y descrito el escenario contrario, muy diferente al de las carencias y encogimientos que el planteo trae a la palestra de nuevo. En el bienio 1989-90, diagnósticos como el apuntado sirvieron para legitimar la política de liberalización que apenas se iniciaba, y que suscribía de manera formal la superación de los atrasos y el advenimiento de la completa modernización de los sistemas y servicios, para beneficio de toda la población mexicana. A la distancia, tales promesas estarían por cumplirse y para la primera década del siglo XXI debían cosecharse sino ya los beneficios completos de aquellas acciones, por lo menos sus primeros frutos y rendimientos, sus beneficios iniciales. Y éstos no podían reiterar lo que con tanta obstinación se proclamó revertir, los mismos síntomas y causales que propiciaron el cambio.

Al supeditarlos a la historia, los considerandos que se suceden desde el 2000 y más aún los que en el 2007 suscriben los especialistas, sorprenden y decepcionan. La sorpresa se origina porque conforme la retórica oficial los síntomas de desigualdad que se describieron y enfatizaron debían haberse erradicado por siempre, y sin embargo persisten y se mantienen más vigentes que nunca. Los pronósticos, informes y previsiones que a lo largo de esos diecisiete años se sucedieron, informaban con claridad y exceso tal abatimiento, por lo que el refuerzo de la política vigente de liberalización fue además de su corolario lógico, la acción correcta, deseada y consecuente; irremisible todavía y obligada aún para mantener esas enmiendas. Y ello conduce justamente a la decepción. Al insistir en las penurias y pregonar sus efectos se torna inútil la reconversión entera del sector, que alteró todos sus cimientos. De bien poco ha servido la reestructuración si sus resultados no cambiaron lo que debió canjearse, si no se corrigieron los desequilibrios que precisamente se perseguía superar y el escenario es casi el mismo de antes.

El desenlace lógico del empalme entre todas las citas incluidas arroja entonces preguntas evidentes; elementales inclusive. Si la liberalización del sector nacional de las telecomunicaciones anunciaba una abundancia cuantitativa de servicios, ¿cómo es que no se han cumplido todas las expectativas y los indicadores básicos del sector arrojan todavía tal desigualdad? ¿Por qué aparecen esas asimetrías entre las regiones y las entidades federativas? ¿Por qué esa divergencia es también cuantificable entre municipios de un mismo estado, e incluso entre las colonias y barrios vecinos, que comparten el espacio? ¿Dónde se cosecha esa heterogeneidad polarizada del suministro? ¿Por qué, en suma, los sistemas que ha traído el capital privado y que se caracterizan por su gran avance tecnológico, no alcanzan a cubrir todo el país ni se encuentran habilitados para el grueso de la población nacional? ¿Qué más debe hacerse para que logren impactar a toda la sociedad, a los mexicanos en su conjunto? ¿Cómo, bajo qué condiciones, pueden ser aprovechados por todos los grupos sociales, por quiénes más los necesitan? ¿Es que falló la estrategia? ¿Dónde y cuando se ubica esa inflexión que la conduce al fracaso? Y todavía más aún, la liberalización, ¿fue la política adecuada para la modernización del sector?

La respuesta a tales interrogantes no va a revelarse con la promulgación de un nuevo listado de metas cuantitativas<sup>71</sup> que insista en proponer el incremento numérico per sé de la cobertura de los servicios, al amparo de los ejercicios reglados de programación-presupuestación de la administración pública. Aunque esa renovación de promesas se cumpliera, pese a que cristalizara por entero en montos y provechos, las asimetrías y desigualdades prevalecerían por una razón tan sencilla que casi puede pasar desapercibida: la política que cobija el desarrollo del sector no está concebida ni diseñada para lograr la penetración social de los sistemas ni para ampliar su cobertura territorial. Al concebir a las **TIC y a las telecomunicaciones como producto** y no como tecnología que concreta un proceso socioeconómico, su **propósito básico ha sido proveer la explotación de los servicios bajo el entorno de mercado**, y en tal acomodo la expansión de la oferta busca el espacio físico y económico donde exista liquidez y capacidad de pago, donde pueda encontrar condiciones objetivas para ampliar y reproducir a los capitales que la engendraron. **La dinámica del sistema productivo origina y cultiva pues aquella desigualdad, y tiende a perpetuarla.** En tanto la expansión de los sistemas y servicios se han conducido por el afán de conformar el mercado de las telecomunicaciones –diseño cumplido plenamente si se atiende al desempeño estadístico y a su impacto macroeconómico– si acaso el cumplimiento de los programas oficiales lograría abatir los desajustes cuantitativos en el territorio, pero las asimetrías estructurales permanecerían en la palestra porque son resultado directo de relaciones sociales desiguales, sujetas a la distribución del excedente económico. El **modelo de desarrollo que ha seguido el país para su inserción en el sistema mundial, y la especificidad que se concreta**

---

<sup>71</sup> Hecho que efectivamente se ha producido. A inicios del 2008, al difundirse el *Programa de Comunicaciones 2007-2012* se insiste en normar el desarrollo del sector en términos únicamente numéricos y en los indicadores habituales. Esta programación desafía incluso la prospectiva de las **TIC**, que ha cifrado en las *redes de siguiente generación* el suministro integrado de los servicios, lo que habrá de inhibir su segmentación en ofertas específicas y por ende su clasificación particularizada. Cfr. *Diario Oficial de la Federación*, 16 de enero de 2008.

en el sector nacional de las TIC en lo genérico y de las telecomunicaciones en concreto, vienen a ser la matriz de esas diferencias y desequilibrios, su origen y, a la vez, su consecuencia directa.

Al introducir la lógica histórica para interpretar la abundancia cuantitativa y la distribución polarizada de las telecomunicaciones –y en general de los bienes y servicios de las TIC– viene a ser evidente que su configuración material se determina en concordancia con los distintos esquemas productivos y espacio-temporales que el capital ha instituido para su realización. En tal perspectiva, el sector es tanto una expresión organizada de ese andamiaje –del cual adquiere sus formas y articulaciones de valorización– como un instrumento de poder económico y social, ya que con su funcionamiento cotidiano se sostiene y garantiza la reproducción del sistema. Esta comunión entre las modalidades de inserción socioeconómica del sector –de nuevo, **las TIC como producto**– y la reestructuración periódica del capital –**las relaciones sociales que en tal dinámica se generan**– son pues el escenario donde se cultivan insuficiencias y derroches, los hartazgos y los desprecios.

Una réplica clara a las preguntas inscritas con anterioridad remite entonces a un análisis sustento en dos ejes definidos. Por una parte, la consideración de los **ciclos históricos específicos del capital** en su desarrollo como sistema productivo, los cuales han **definido la evolución de las TIC en el entorno nacional**. A cada etapa corresponde un perfil distinto de la estructura económica y un desempeño también diferente del sector: cada reconfiguración del modo productivo revierte su organización y modifica sus fórmulas y procedimientos, pero mantiene estable su propósito primario de reproducción. Éste y no otro es el escenario de la liberalización y de sus resultados iniciales. Y, en segunda instancia, las **formas en que la mutación más reciente de la estructura económica y la incorporación del conocimiento como fuerza productiva, se manifiesta en el sector nacional de las TIC, y en las funciones y protagonismos que éstas adquieren y desarrollan para adoptar y adaptar el nuevo funcionamiento productivo e impulsar su asiento, refuerzo y permanencia**. Tal interacción habrá de acreditar tanto los detalles únicos, propios de las manifestaciones inherentes al capitalismo que emerge y de sus impulsos, arraigos y progresos en el entorno nacional, como la determinación precisa que detalla al sector nacional de las TIC en el contexto histórico vigente. Si se reconoce que éstas se han articulado con las formas, alcances y desempeños propios del transcurso histórico del capital, surgen elementos estructurales que operan como el **sustrato sobre el que se asientan tanto la función de las TIC en la marcha del modo productivo, como el nuevo protagonismo que desempeña con la reestructuración del sistema** a partir de la década de los setenta, y que arroja ya testimonios peculiares y particularidades definidas; entre otros, las asimetrías y carencias regionales que el discurso dominante reconoce y para los que únicamente encuentra y propone su corrección cuantitativa.

Bajo las premisas declaradas, es posible **establecer un sistema de hipótesis a resolver con la evidencia disponible**. Como proposiciones a ratificar o corregir pueden sugerirse entonces...

1. Que en tanto el proceso de reestructuración económica se asienta y estructura sobre las capacidades endógenas de producción de los países capitalistas más avanzados, su expresión en las naciones atrasadas adolece de tres deficiencias: *i)* ha sido **impuesta** por la dinámica del modo dominante, que no deja alternativa y transforma su adopción en terminante para la sobrevivencia de los agentes económicos; *ii)* es **asimétrica**, porque impacta de manera irregular, ya que los actores productivos locales no tienen un nivel uniforme en su configuración y ejercicio productivos; y, *iii)* se manifiesta de manera **polarizada**, ya que únicamente los polos nacionales de mayor desarrollo relativo o con ventajas en los sectores económicos que encabezan el proceso, pueden aprovecharla. **La producción inmaterial se impone en efecto de manera vertical** y con base en la apertura violenta de las fronteras nacionales, el desmantelamiento de las barreras de protección del mercado interno y la inserción obligada de la economía local en la estructura mundial. Tales condiciones exigen a los protagonistas el asimilarse de la manera que puedan para de principio sobrevivir, cuando no subsistir solamente, en el mercado globalizado, y después competir y colocar progresivamente su producción local en el escaparate planetario. La habilidad y fortaleza con las que cada protagonista arranca al sortear la fase de supervivencia y al despuntar su desempeño transfronteras, son entonces fundamentales porque en mucho determinan el éxito que puedan lograr en la escena internacional.
2. Que como proceso impuesto y forzoso, el desarrollo de la producción inmaterial y del proceso de comunicación que la asiste se ejecutan en los países atrasados de manera parcializada, ya que tales Estados carecen de la base propia y suficiente para abordarlos de manera integral. Ello deriva en la **implementación del proceso sólo como consumo de los instrumentos y facilidades duras de la comunicación**. Tal estructuración -rudimentaria y más aún, primitiva, en tanto únicamente implica el gasto para la adquisición de la tecnología en paquetes *llave en mano*- explica las constantes inversiones que el subdesarrollo ha realizado para hacerse de redes e infraestructuras que le posibiliten acceder a las mercancías inmateriales y a su consumo por parte de los mercados locales.
3. Que para rebasar la etapa de consumo de la comunicación dura, es **obligada la acción pública que genere las condiciones y el escenario favorable para la emergencia de los recursos y habilidades del conocimiento, del trabajo y de la producción inmaterial**, con los cuales reestructurar la economía y sustentar y consolidar su ingreso en los mercados asociados a partir de la propuesta propia. Algunos países han tenido éxito y certeza en esa transición y otros ni siquiera reconocen sus elementos. **La evidencia disponible indica que la economía nacional puede inscribirse en el segundo grupo**.
4. Que, en efecto, frente a la titularidad y ejercicio del proceso de comunicación en la producción inmaterial, la integración de nuestra economía se ha **efectuado en exclusiva hacia su perfil duro, lo que ha priorizado**

el desarrollo de la comunicación únicamente bajo su carácter de instrumento, como infraestructura de valorización de las mercancías inmateriales. Es por ello que la mejor argumentación que ha armado el poder para describirla es la estadística macroeconómica, que rinde cuenta de su crecimiento numérico absoluto y relega e incluso olvida otros vectores como el acceso y la cobertura social, asuntos de claro interés público. Esa elección se hace evidente también al observar el exiguu interés gubernamental frente a la formación sistemática e integral de capital humano, o a las actividades de investigación y desarrollo –algunos de los pilares más evidentes de la producción inmaterial- que no son consideradas como actividades del ejercicio público; son castigadas en los presupuestos económicos cuando se les integra, y para las cuales no existe un programa dedicado que las impulse o fortalezca. A contraparte de esto, la meta cuantitativa se encuentra presente en todas las iniciativas de gobierno, mismas que en su momento adoptaron la liberalización del sector y después la han reforzado y consolidado. En ese transcurso, únicamente se han modificado las plataformas tecnológicas para magnificar la estadística y perfeccionar la cobertura lograda con opciones técnicas más avanzadas.

5. Que en tanto el Estado ha dedicado un apoyo completo al desarrollo sostenido de los instrumentos duros de la comunicación, **la política pública concreta y aplicable ha protegido y garantizado la emergencia de los agentes productivos que los hacen posible**. En algunos casos, el amparo aludido se ha manifestado como la extensión del proteccionismo que cobijó a la industria durante la etapa de sustitución de importaciones, y en otros, ha sido parte del resguardo dedicado a las empresas dominantes que nacieron a tiempo con la privatización de las entidades públicas que explotaban la televisión abierta y la telefonía. Tanto en el caso heredado como en los que surgen apenas, se ha buscado privilegiar el desarrollo empresarial de los actores que asisten al mercado y ello ha forjado el surgimiento y praxis productiva de sendos monopolios que contradicen el discurso de competencia que justo cobijó el proceso de liberalización en las TIC nacionales.
6. Que el cimiento al crecimiento privado en la industria y servicios de la comunicación, ejemplifica una de las vías por las que el Estado **ha sustentado la articulación de las telecomunicaciones con la circunstancia específica del modo productivo**. Tal premisa ha supuesto entonces que desde el debut de los primeros servicios en el siglo XIX hasta la reestructuración productiva de principios de los ochenta, el desarrollo de las telecomunicaciones nacionales se particularice en cuatro grandes etapas donde la funcionalidad de los sistemas tanto se rige por el proceso de valorización inherente a cada momento histórico, como soporta y contribuye a garantizar ese mismo desenvolvimiento productivo para su reproducción ampliada. Durante su trayecto a lo largo de las fases que enseguida se precisan, el sector ha tenido como propósito común el realizar ambas funciones en tiempo y forma, y en tal objetivo primario se ha definido...

- 6.1 Un momento germinal donde se *gesta y emerge la oferta pionera de telecomunicaciones y se forma el marco jurídico aplicable*, lapso que abarca poco más de tres décadas contadas desde la puesta en marcha de las primeras líneas telegráficas hasta la promulgación de la Constitución en 1917. El Articulado que entra en vigor con ese mandato supremo contempla preceptos y determinaciones dispuestas para los servicios en lo particular, sobre todo inalámbricos, y con ellos asienta principios que lograrán permanencia por más de un siglo. A este ordenamiento máximo se suman otras disposiciones igualmente sustantivas para el progreso del sector; en concreto, la **Ley de Vías Generales de Comunicación** toma una relevancia a subrayar.
- 6.2 La etapa de *integración y maniobra del complejo postal-industrial*, que testimonia la constitución de las agencias estatales de servicio y de la estructura político-administrativa de regulación y control, aplicable a todo el sector. En este período se lleva a cabo la nacionalización del servicio telegráfico internacional y la propia de las compañías telefónicas. Corre por cerca de 50 años, y antes de su declive se logra conformar una oferta pública de gran solidez, que incorpora incluso la tecnología de vanguardia de aquel entonces en sus plataformas operativas.
- 6.3 El *retiro estatal de la prestación y la emergencia de la paternidad privada en todos los servicios disponibles*, que revierte la fase precedente y se distingue por la supremacía de la oferta de los particulares, con base sobre todo en la compra de los activos del Estado. La explotación de la telefonía fija y de la celular; de la televisión abierta; del sistema satelital, y de frecuencias dedicadas del espectro radioeléctrico, se traslada a la esfera privada mientras el aparato estatal se consagra ahora a organizar y componer la regulación, y con ello generar las condiciones político-reglamentarias idóneas para el despegue y consolidación de las empresas protagonistas.
- 6.4 El arribo de un último período de *uniformidad y convergencia en las redes de servicio*, cuyo propósito central es lograr la capitalización de las infraestructuras existentes en una misma cadena de valor, que uniforma producción y consumo. A partir del aprovechamiento de la digitalización de señales, de su distribución homogénea y estandarizada por redes de transporte indistintas, y de su recepción en innumerables dispositivos terminales fijos y móviles, se logra concretar en efecto un suministro combinado de voz, datos y video que, sin embargo, aparece muy limitado frente a la diversidad de aplicaciones convergentes de la red Internet y su protocolo IP.

7. Que en los cuatro períodos históricos definidos, prevalecen dos instrumentos jurídico-administrativos que en su respectivo campo de influencia y de acción orientan el proceder y la praxis de los dos agentes protagónicos del sector, la iniciativa privada y el complejo estatal. El *otorgamiento de concesiones* y la estructura conceptual *vías generales de comunicación*, son elementos vectoriales que efectivamente nuclea y conducen el surgimiento y consolidación de ambos actores. La primera establece los parámetros del usufructo de los recursos y el patrimonio públicos por personas físicas o morales interesadas, y a lo largo de las cuatro fases de desarrollo de las telecomunicaciones tal anuencia ha sido respuesta a motivaciones distintas, aunque todas engendradas en el soporte del andamiaje estatal al concurrente privado y hacia su favor y beneficio. En acuerdo a ello, es posible distinguir tres modalidades del instrumento, mismas que al concretarse en cada período histórico conllevan...
  - 7.1 Que en la primera fase identificada, la concesión se aproveche para **reemplazar la función del Estado**, en tanto se asume que éste carece de los recursos o capacidades para intervenir directamente en la generación de la oferta necesaria. Las primeras redes telegráficas y telefónicas claramente se instituyen bajo ese orden, e incluso cubren rutas y desarrollos de interés para particulares, quienes en consecuencia proceden a su instalación con la venia y ánimo de los poderes públicos.
  - 7.2 Que durante la segunda etapa, en tanto el Estado ajusta al complejo postal-industrial y éste conforma la totalidad del suministro básico, surgen otros servicios que se concesionan para **generar y explotar un nicho de negocio por parte de capitales locales**. Tal fue el caso de la radiodifusión en sus dos perfiles hacia 1930 y 1950, y asimismo de la comunicación telefónica para vehículos, otorgada con ese sentido a la firma **SOS**, asimismo en los cincuenta. La oferta estatal que se configura en los medios electrónicos, nunca emerge como contraparte a la propuesta privada, menos como su alternativa, y más bien se asume como un complemento a la dominante e incluso como su comparsa ideológica. Por otra parte, en tanto operador de la infraestructura de conducción, el Estado apadrina el crecimiento de los concesionarios y les entrega el aprovechamiento de los recursos públicos para apuntalar su desarrollo productivo. La orientación que toman la red federal de microondas y el sistema de satélites doméstico es claramente tributaria de ese principio, y lo reproduce con fidelidad y exactitud durante los años en que ambos sistemas permanecieron bajo la hegemonía estatal.
  - 7.3 Que, finalmente, el esquema de concesiones aporta la legitimidad y el ropaje legal necesarios para emplazar el **proceso de industrialización de los recursos públicos dedicados a la provisión de servicios**, con lo cual las telecomunicaciones quedan definidas como una de las ramas productivas de explotación privada más dinámicas y sujeta a valorización bajo reglas de mercado. La **Ley Federal de**

**Telecomunicaciones** promulgada en 1995, es el preludio de la avalancha de concesiones que sobre todo se otorgan en el período 1995-2001, y que abarcan los tres apartados que recién define la legislación: bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico adscritas a servicios específicos; comunicación vía satélite en sus vertientes espacial y terrestre; y, la nueva categoría, *redes públicas de telecomunicaciones*, denominación que si bien se cobija en la figura de larga data y no menor aplicabilidad *vías generales de comunicación*, en los hechos entra al relevo y la sustituye para arropar a todas las infraestructuras privadas como instrumentos que concretan la soberanía nacional en el sector.

8. Que el concepto *vías generales de comunicación* amalgama el desarrollo operativo de los servicios durante las primeras tres fases de evolución del sector, y considera tanto las infraestructuras originadas bajo el empuje estatal como las creadas por los concesionados. La definición logra en efecto aplicabilidad y cobertura en ambos universos y se impone como síntoma y prueba del control del Estado sobre las comunicaciones. Bajo ese ideario se abrigan inclusive disposiciones dedicadas, tal y como la *requisa* que periódicamente se aplica al servicio telefónico cada vez que los trabajadores sindicalizados estallan huelgas en demanda de reivindicaciones salariales. En esos casos, la continuidad del suministro se ha asumido como un interés superior a la demanda gremial, y con esa inspiración el gobierno ejerce su autoridad para garantizar su supremacía.

La rúbrica *vías generales de comunicación* a la vez origina otra particularidad dual de las telecomunicaciones, misma que va a permanecer hasta los ochenta: **tanto el completo acaparamiento de la cadena de valor** por parte del Estado en aquellos servicios que proporciona directamente, como la **instalación y arreglo de una funcionalidad neutra, higiénica, que va a privilegiar la conducción, el transporte de señales**, como deber y compromiso primero de los afanes estatales. En ese contexto, la instalación y desarrollo de las facilidades públicas adquiere un carácter imparcial, aséptico, y queda normado por la eficiencia y el perfeccionamiento técnico como parámetros no solo válidos sino únicos para su arreglo funcional, en tanto se le equipara a cualquier infraestructura física de conexión e intercambio. *¿Quién no desea una carretera bien diseñada, con asfalto perfecto y sin curvas exageradas ni deslaves?* En tal comparativo, así como se busca dotar de cualidades al tendido asfáltico, el Estado desea lograr la mayor eficiencia posible en la instalación y desempeño operativo de las redes de comunicación que opera en forma directa. Y todo ello para garantizar el mejor insumo posible para el desarrollo de las empresas que lo contratan.

Al mantener su vigencia por largo tiempo, el concepto *vías generales de comunicación* y su perfil esterilizado se tornan antecedente de un segundo esquema que en los noventa se impone como parte sustantiva de la



política de liberalización: *red pública de telecomunicaciones*. Inaugurado para calificar la infraestructura que se le autoriza operar a **Telmex** después de su privatización, el término conforma un escenario ideal para los radiodifusores en su tránsito hacia el sector de las telecomunicaciones: al instalar una neutralidad técnica como parámetro que no reconoce contenidos sino únicamente maneja y avala señales –o paquetes de bits, para decirlo en el lenguaje de moda- se diluyen las pocas obligaciones de interés público aún vigentes que fueron proclamadas en la legislación del caso. Con ello se pretende abrir el franco para el ingreso de la autorregulación como criterio único para normar la responsabilidad y el desempeño social de los concesionarios. La eficiencia técnica, así, sería entonces el criterio único de evaluación de su conducta institucional.

9. Que frente a la nueva fase económica, al relegar la conformación nacional de los recursos de la información y del conocimiento y sólo favorecer a los actores de la expresión dura de la comunicación, **la producción inmaterial y cognitiva únicamente se ha expresado en un *proceso de industrialización del ocio***, cuyo dominio productivo y usufructo económico enfrenta a los agentes nacionales que de manera vertical y en monopolio han explotado dos de los mercados sustantivos que se imbrican en aquel proceso, las telecomunicaciones en sus modalidades fija y móvil, y la radiodifusión abierta. Tal es la génesis de la llamada *convergencia tecnológica y de mercados de los servicios*, misma que al enraizarse en el escenario concreto del suministro determina que cada protagonista **reestructure las capacidades propias de su actividad nativa, y transite hacia las esferas productivas que le garantizan su desempeño convergente**. En cuanto a las facilidades naturales que cada cual pone en la mesa frente al proceso, se precisan dos situaciones...

- i) En el caso de los operadores de telecomunicaciones, el aporte de la interactividad entre pares inherente a su naturaleza técnica, la cual permite **introducir la lógica industrial en la distribución de los contenidos**, y con ello concebir y alimentar una **relación estable de intercambio entre el usuario particular con poder adquisitivo, y el sistema de distribución**, que periódicamente habilita nuevas y diversas plataformas tecnológicas para el acceso y suministro del universo de contenidos a intercambiar y consumir;
- ii) Por su parte, para los radiodifusores, su aporte es el congénito, el propio, que se deriva de su perfil innato y se concreta y expresa en la **producción de contenidos sonoros y audiovisuales**, misma que debe expandirse y diversificarse a gran velocidad para renovar la propuesta comercial de manera continua. De este crecimiento sólido y expedito, habrá de nutrirse el sistema de distribución, sus

múltiples esquemas y engranes técnicos, y los dispositivos de enlace, consulta y compra que les son asociados.

10. Que para atender al ensamble convergente, cada monopolio debe migrar a la esfera productiva natural del contrario, y buscar y conseguir aquellas **ventajas comparativas que le aseguren el dominio del ciclo productivo completo de la industrialización del ocio**. En el escenario nacional, ese accionar corporativo se transforma en estrategia básica de supervivencia en el mercado para todos los actores implicados, y en el caso de los agentes más prominentes ha encontrado una praxis concreta en...

i) Los movimientos empresariales de **Telmex**, que se enfocan a satisfacer dos empeños: la obtención de los contenidos audiovisuales que **sostengan su oferta de video en el llamado triple play**, en tanto domina ya la provisión de los servicios telefónicos y de acceso a Internet; y, **el lograr la autorización jurídico-administrativa para en efecto proporcionar el servicio de televisión**, en tanto ese suministro se le prohíbe expresamente en la concesión que ha amparado su funcionamiento desde 1990. En síntesis, el operador telefónico desea incursionar en el mercado primario de **Televisa**, que por su parte domina la producción de contenidos originales y su difusión a través de los sistemas de televisión abierta y restringida que también posee.

ii) Como actor dominante de la industria televisiva, la estrategia de **Televisa** opera en sentido contrario al esfuerzo de **Telmex**. En ese desempeño resalta la apetencia del corporativo por **lograr ventaja en la infraestructura de distribución**, en tanto por mucho y a suficiencia dispone de los contenidos que la alimentan y únicamente necesita de una interfase técnica directa y estable que le facilite el acceso al usuario, cualidad implícita en las telecomunicaciones y pauta operativa primaria de su opositor telefónico.

11. Que si bien las labores llevadas a cabo por los dos monopolios solventan hoy su posición competitiva en el tránsito convergente, es oportuno considerar que cada corporativo cultiva y asimila la prospectiva del proceso, y en coincidencia prepara su devenir empresarial para **explotar la industrialización del ocio con las nuevas plataformas que el desarrollo del mercado y la innovación tecnológica le faciliten**. En este eje de desarrollo puede proponerse,

i) Que **Televisa** buscará su consolidación funcional a través de dos enfoques: la *expansión territorial* y el *fortalecimiento operativo de su infraestructura de cable*, tanto en la red troncal como hacia el acceso final del usuario; y mediante la utilización de su plataforma tecnológica de televisión digital, donde

puede *explotar de forma intensiva los canales espejo* que se le han asignado para asegurar la transición analógica del servicio televisivo; e igual aprovechar la frecuencia en VHF asociada a la concesión del canal 46, que le augura el usufructo de un gran universo de nuevos servicios a suministrar mediante su instancia estrella en los sistemas restringidos, **Cablevisión**. Además, este aprovechamiento puede ser precedente de la explotación que desarrolle en las bandas de frecuencias analógicas, que habrán de liberarse de manera progresiva con la implantación del servicio televisivo digital. Y,

*ii)* Que **Telmex** hará lo propio con la vigorización de sus esquemas inalámbricos, como evidencian la puesta en marcha de la red 3G vía **Telcel** para el sistema celular de México, y la comercialización del servicio para el teléfono móvil **iPhone** de **Apple** en el mismo mercado; y, por mediación de sus filiales nacionales en América Latina, la experiencia en tecnología WiFi que protagoniza en Chile para la oferta de banda ancha y el aprovechamiento de los servicios satelitales en la plataforma DTH que lleva a cabo en Brasil.

12. Que ya **Telmex** en las plataformas móviles como **Televisa** en las de configuración alámbrica, proponen la **industrialización del ocio presente y futura como expresión unidimensional de la producción inmaterial y cognitiva**, y como fórmula primaria de explotación buscan imponer un proceso económico-político que comprende...

*i)* La **automatización de los mecanismos técnicos de explotación rentable** ya de las bandas del espectro radioeléctrico asociadas a la emisión de las señales televisivas digitales, ya de las cualidades intrínsecas de funcionalidad; capacidad; configuración y velocidad de las redes cableadas. En el caso de los servicios inalámbricos, el *proceso se caracteriza por la asignación virtual de la frecuencia a un usuario en particular* mientras se produce el intercambio. Para las redes cableadas, la secuencia se *garantiza mediante la homogeneización de las señales y su transporte en paquetes de datos*, y el uso de las normas de señalización y de numeración que permiten identificar el servicio o la aplicación demandada en el flujo continuo de información y su destino final. ***Ambas facilidades llevan al extremo las externalidades de red en la modalidad de alcance, ya que la misma infraestructura, cableada o inalámbrica, conduce todos los servicios y aplicaciones posibles y los entrega a un suscriptor identificado que paga por esa conexión y tanto como alternativas disponga y reciba.***

- ii) La *mudanza permanente de los servicios hacia propuestas de mayor valor económico, que implican una explotación intensiva del recurso disponible*. En el caso de la televisión, se presenta la mutación de aquellos de perfil abierto y sin costo, a servicios de televisión restringidos y de paga. El proceso fragmenta y especializa los tiempos de transmisión para soportar tanto la emisión gratuita donde se reproduce el tradicional intercambio de tiempo y audiencia con el anunciante, como la compra-venta de contenidos por parte de un usuario o suscriptor, que dispone de plataformas tecnológicas distintas para el consumo de esa oferta programática. Ello plantea una futura y posible jerarquización del servicio público de televisión: el abierto, que se define por su alto contenido publicitario, gratuidad y audiencia masiva; y el restringido, que suministra programación dedicada para consumo de segmentos sociales específicos, que acceden a ella mediante la erogación de una renta, y que asimismo integra pautas publicitarias precisas e incluso interactivas.

Para el resto de los servicios, prevalece la óptica de lograr la **mayor capitalización posible, regla que deriva en integrarlos en paquetes** para su venta conjunta con un menor costo de producción – como es el caso del *triple play*- y a sumar valor económico a ese colectivo mediante la especialización y el enriquecimiento inmaterial de las aplicaciones que se proponen. De esta manera, se diversifica el consumo y el usuario de poder económico limitado aprovecha los servicios de menor valor y complejidad técnica –la simple conducción de voz o el envío de mensajes de texto, generalmente en la modalidad de prepago, verbigracia- en tanto que la minoría poblacional con recursos abundantes utiliza las aplicaciones más desarrolladas y matricula un mayor consumo. En tanto ambas alternativas están determinadas por el mercado y no responden a una política pública que haga corresponder la oferta con la demanda social, el ciudadano queda relegado a su papel de consumidor, ya de las propuestas básicas que apenas le otorgan comunicación; ya de otras especializadas en las que incluso puede tomar un rol activo y definir el perfil, características; distinciones y contenidos del servicio que compra y que ya incluye su propia contribución inmaterial.

- iii) La *supresión de cualquier control estatal sobre el conjunto de los servicios convergentes*, ya que al hacer prevalecer el proceso tecnológico de conversión digital de los contenidos en señales binarias uniformes, se busca y legitima tanto la implantación de criterios técnico-económicos como parámetros únicos de evaluación por parte de la autoridad, como de mecanismos de autorregulación y códigos de conducta únicos, diseñados ex profeso por los concesionarios para normar su actuación y responsabilidad social. Ello tiende a *sustituir el concepto de servicio público por la noción de red de telecomunicaciones*, infraestructura cuyo desempeño operativo en efecto se califica con base en estándares precisos y exactos de eficiencia operativa. Tal idea justifica plenamente el énfasis que los

concesionarios dedican a la tecnología, concibiéndola como una fuerza autónoma e irreversible que determina la prestación de los servicios bajo el modelo comercial que tanto defienden y con la menor regulación posible, si acaso solamente la que controla el devenir técnico de los sistemas.

13. Que el proyecto de control del proceso económico-político de industrialización del ocio arroja ya evidencias sobre la ambición de cada consorcio por instalar una *fase superior* del mismo, donde ***ejercen propiedad sobre la totalidad de las infraestructuras que lo hacen posible, tanto en el ámbito de acceso, control y transporte como en aplicaciones y servicios.*** Este dominio habrá de sustentarse en la combinación de facilidades técnicas y de contenidos que cada grupo logre acumular. Tal propósito estructura las iniciativas que ejercen, ya en el segmento de redes cableadas o inalámbricas; ya en el área de contenidos, donde aparece la producción propia y de terceros. La avidez de cada corporativo anuncia la supremacía de ambos en el mercado nacional y, posiblemente, asimismo en el latinoamericano.
  
14. Que si la política pública sólo se manifiesta e insiste en el aprovisionamiento *per sé* e intensivo de redes para el consumo y en la redención del proceso que se ha descrito, ***se privilegia el rol productivista de los servicios en detrimento de otras funciones, en concreto, la misma comunicacional.*** En tal orientación, solo importa el rendimiento empresarial de los servicios, su éxito económico y certeza técnica, en lugar de su función pública que puede contextualizarse en las proposiciones para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. La orientación unilateral de la política pública es tanto más paradójica, en tanto el ***nuevo estadio de desarrollo privilegia al individuo y a sus capacidades innatas, y con base en ese sustrato existe la oportunidad de subvertir el orden del capital,*** y confeccionar alternativas que socialicen los grandes avances de la ciencia y la técnica y permitan su apropiación y uso generalizados, con fines de mayor trascendencia que la simple reproducción económica.

En primera instancia y como entorno conceptual envolvente, la corrección o pertinencia de las catorce proposiciones anteriores apelan a la consideración del entorno histórico-material que ha sustentado la conformación económica nacional y en ella la de los servicios y sistemas hoy convergentes. En esta configuración la figura del Estado cobra relevancia, en tanto su actuación ha garantizado la reproducción mediante las formas jurídico-políticas que la facilitan, soportan y legitiman. Y esta premisa es válida tanto en el porfirismo y el modelo autoritario que cobijó, como en el siglo XXI que trajo alternancias y relevos para que nada se altere y todo permanezca.

**F. Los ejes de evaluación: rastrear y conseguir las premisas básicas.**

La herencia económica del país resulta pues una dimensión insoslayable para ubicar las formas en que se han desplegado y se aprovechan las TIC en el territorio mexicano. Esta premisa conduce la indagatoria hacia la reflexión sobre los caminos y fronteras que ha seguido el capital desde su conformación primaria hasta su fase intensiva en conocimientos: a cada etapa corresponde un perfil distinto de integración del sector. Así, si a principios de 1900 la base nacional de acumulación descansaba en la exportación de materias primas para el abastecimiento del capitalismo industrial de las metrópolis, los servicios pioneros aparecen, crecen y evolucionan para soportar y perpetuar ese modelo, y del mismo toman sus características básicas. No es casual entonces que la telegrafía y telefonía de la época se implementen a partir de la inversión de los poseedores extranjeros de esas tecnologías, que las importan al país, ensayan su implantación y después proceden a instalar filiales de comercialización, sobre todo de equipo terminal. Igual es relevante que las rutas principales de sus infraestructuras de conducción corrieran paralelas al tendido del ferrocarril, que enlazaba físicamente los centros productores agrícolas y mineros con las poblaciones de vocación exportadora. Se trataba de dinamizar a la economía de enclave, de desahogar su funcionamiento y coadyuvar a que se reprodujera durante el mayor tiempo posible, mientras asegurase ganancias más elevadas que otras actividades.

El Estado, por su parte, queda comprometido con el proceso y organiza y dictamina el marco jurídico-legal que lo justifica. Asimismo interviene en forma directa en la creación y suministro de la infraestructura de comunicaciones: hasta el inicio de la Revolución en 1910, el 85% del total de líneas telegráficas era paternidad de la estructura de gobierno dedicada, tanto en el ámbito nacional como estatal. Es de subrayarse el discurso que desde el poder se vierte sobre estos desarrollos: en forma muy similar a como hoy se explicita cada innovación tecnológica integrada a los sistemas, los adjetivos empleados apelaban a la fórmula legitimadora de la modernización, el progreso y el avance como plataformas calificativas recurrentes. La integración de una nueva población a la plataforma de exportación y al esquema de comunicaciones asociado transitaba por ese sendero, aunque para sus habitantes tal ensamble sólo significara el insertarse en el modelo extremo de explotación del trabajo propio del porfiriato.

Esta primera correspondencia establece que en el desarrollo del capital como esquema dominante de producción, el origen, implantación operativa y desempeño funcional de las TIC se articulan al esquema de acumulación vigente, y se modifican y reorganizan de manera distinta tanto en cada período histórico específico como a lo largo del proceso de consolidación de capitalismo como sistema social. En el inicio, tal implantación hubo de asentarse y evolucionar sobre condiciones histórico-materiales determinadas, las que a su vez conformaron la forma particular en que el

capitalismo nace y se expande en el país. Como vectores fundamentales y decisivos de ese proceso se destacan los seis ejes conceptuales que enseguida se abordan en su caracterización más general. Así, es de resaltarse...

- a. Que el distintivo primero de la economía mexicana fue la situación colonial, que al propiciar una constante desacumulación de capital alteró profundamente el proceso de desarrollo e instaló relaciones durables de subordinación con la economía dominante<sup>72</sup>.*

El capitalismo se estructura en efecto a partir de esa desventaja estructural, de ahí que su concreción histórica se realice en articulación directa con el sistema mundial que, por su parte, hacia fines del siglo XIX ha consolidado ya su *fase superior*. Tal vínculo implicó que la acumulación originaria del país se llevara a cabo en franca dependencia hacia el extranjero, que se manifiesta tanto en el ámbito local –mediante inversión foránea en los sectores clave para la economía internacional, por ejemplo– como en el externo, a través de la colocación y cotización de los productos agrícolas y mineros en el mercado foráneo. Este entramado entre la estructura internacional y los agentes locales habrá de ser permanente a lo largo del tiempo, y únicamente se alteran las formas en que se origina y reproduce. En la etapa de sustitución de importaciones que fomentó la industrialización para el mercado interno que arranca en los treinta, se maquilla por préstamos de recursos financieros extranjeros, la inversión directa en filiales de empresas transnacionales, y el desarrollo de procesos productivos de maquila, ya intermedios o finales. Con la emergencia del capitalismo fundado en la innovación y el conocimiento, se suscita la apertura económica, la base endógena se reestructura de nuevo y emerge como plataforma especializada –o maquila de segunda, tercera y hasta cuarta generación– que además de explotar la ventaja competitiva de mano de obra, realiza nuevos segmentos industriales de la cadena productiva y debe sustentarse en una mayor preparación técnica y de infraestructura del país huésped. En paralelo, se explota el sector de servicios de entretenimiento, donde a partir de la fortaleza monopólica de los agentes locales, se proyecta su intervención en los mercados internacionales del continente y de las regiones hispanas. Igual, otros andamiajes productivos del terciario inmaterial emergen y se conforman como opciones de integración, como el outsourcing o los call centers, y con ello ubican al país como instancia productora regional en la economía de servicios con una integración diferente y especializada respecto al sistema económico internacional.

- b. Que al generarse fundamentalmente como modelo del y hacia el exterior, el capitalismo avanza como modo de producción más no como sistema social, lo que propicia el desarrollo de polos de avanzada y polos en el atraso.*

Con ello, la generación de plusvalor se sustenta en el *aprovechamiento* de relaciones *no esencialmente* capitalistas, sino feudales e incluso de semiesclavitud<sup>73</sup>. Esto significó que el capital no se extendiera de manera uniforme –es

<sup>72</sup> Cfr. Enrique Semo. *Historia del capitalismo en México*. México, Editorial ERA, 1973.

decir, *revolucionando* el conjunto de todas las actividades productivas– sino sólo en aquellas ramas que alimentaban y eran decisivas para el modelo de acumulación vigente<sup>74</sup>. En tal heterogeneidad –que el pensamiento estructuralista latinoamericano designa como estructural, en tanto **“denota la existencia simultánea de actividades productivas con niveles muy desiguales de productividad y de remuneración”**<sup>75</sup>– se gesta el rezago del aparato industrial y el desarrollo asimétrico de esa estructura, que origina una aguda bipolaridad entre los agentes nacionales: si bien conviven en el mercado, no eslabonan cadenas productivas que solventen la autosuficiencia de ambos. En tal lógica, por una parte se cuentan los menos, que al lograr un nivel de desarrollo suficiente e inclusive de avanzada, articulan su producción sin fricciones al esquema mundial; y, en segunda instancia emergen otros grupos e incluso ramas productivas completas, los más, que no han logrado esa jerarquía y calificación y por lo mismo no consiguen ni despliegan tal engranaje virtuoso con la economía dominante. Tal dicotomía es fundamental en el uso de las telecomunicaciones en particular y de las TIC en general: aquellos grupos más desarrollados las integran y aprovechan como elemento inherente a su infraestructura tecnológica, como vectores industriales que soportan y dinamizan su capacidad endógena de innovación. En los sectores atrasados, a contraparte, su manejo se centra en el consumo improductivo de esas tecnologías, como instrumentos externos, sobrepuestos a su estructura y desempeños económicos, y por lo mismo con una vocación infecunda, sin arrastre para su crecimiento y casi como instrumentos superpuestos a su estructura económica.

*c. Que para contrarrestar el retraso de las fuerzas productivas que limita el despegue del proceso nacional de industrialización, el Estado lleva a cabo acciones de soporte y apoyo para el desarrollo de los agentes nacionales.*

Tal razonamiento representa un hilo conductor del desarrollo mexicano que en mucho se sostiene con el permanente registro de muestras empíricas. Las acciones estatales sobre la economía apenas se insinúan después de la Revolución, y durante las administraciones posteriores se habilitan a plenitud y arriban a su clímax en los setenta. El accionar estatal se concreta con la política de sustitución de importaciones, que todavía alcanza cierta vigencia hasta principios de los ochenta. La reflexión teórica de Rolando Cordera<sup>76</sup> que surge del empalme de las citas siguientes, testimonia el perfil de esa ingerencia necesaria y contextualiza con detalle la actuación central del Estado en el proceso de reproducción económica desde su integración al capitalismo internacional. En consecuencia, afirma así el especialista que...

<sup>73</sup> Cfr. Agustín Cueva. *El desarrollo del capitalismo en América Latina*. México, Siglo XXI, 1980.

<sup>74</sup> Cfr. Vania Bambirra. *El capitalismo dependiente latinoamericano*. México, Siglo XXI, 1977.

<sup>75</sup> Mario Capdevielle. "Globalización, especialización y heterogeneidad estructural en México". En: Mario Cimoli (editor). *Heterogeneidad estructural, asimetrías tecnológicas y crecimiento en América Latina*. Santiago de Chile, CEPAL, 2005. En: [www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/27320/LCW35e.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/27320/LCW35e.pdf) Fecha: 10 de enero de 2006.

<sup>76</sup> Rolando Cordera. "Estado y economía: apuntes para un marco de referencia". En: *Revista de Comercio Exterior*. Vol. 29, No 4; Abril de 1976; 415pp.



*“Los países dependientes no pueden recorrer el lento camino orgánico que siguió el capitalismo en los países avanzados. Se lo impide la competencia internacional que amenaza siempre con ahogarlos en un mundo primario-mercantil; lo impide el desarrollo alcanzado en escala internacional por las fuerzas productivas que implica exigencias descomunales en materia infraestructural aquí y ahora; y lo impiden las propias fuerzas que buscan el desarrollo capitalista y cuya motivación esencial –la producción ampliada de plusvalía– no admite desviaciones ni retrasos”...*

[Asimismo...] *“... la presencia activa y permanente del Estado en la esfera económica no es el resultado de la evolución capitalista (de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción), sino una condición fundamental para que esa evolución tenga lugar... [de esta forma]... vastos territorios de la producción son ocupados por el Estado, no para producir rentablemente mercancías, sino para hacer posible la rentabilidad del capital; su papel es de productor y amplificador de la base material para la acumulación capitalista”<sup>77</sup>.*

En la industria y los servicios de telecomunicaciones desfila con claridad esa forma específica de intervencionismo, cuyo propósito es evidente: **pavimentar y ofrecer la infraestructura de valorización**, con el objetivo de **propiciar la reproducción capitalista en aquellos servicios que pueden rentabilizarse**, para lo cual otorga una concesión de explotación directa por parte de capitales privados –como es el caso de la radiodifusión– y de **proponer y garantizar el aporte del sector al resto del conjunto productivo**, a través de la implantación y manejo de los sistemas de perfil estatal. En tal función, las telecomunicaciones emergen como **auxiliares necesarios para la realización de los procesos productivos** –es decir, como **condición general de la producción social**– y en la **formación del mercado interno**<sup>78</sup>.

Más en lo particular, la implantación de la funcionalidad genérica del sector demanda acciones estatales diversas, diferentes entre sí, que se tipifican conforme al desarrollo del modo productivo y al de las particularidades que adquiere durante ese transcurso. En los servicios del enclave, el **Estado se evidencia como organizador de las redes y sistemas asociados**, mismo protagonismo que resulta inevitable para amalgamar los elementos distintos que se encontraban dispersos y aislados. Se llevan a cabo tareas diversas para uniformar el desempeño de las

---

<sup>77</sup> Rolando Cordera. “Estado y economía en México: la perspectiva histórica”. En: *Economía de América Latina*. No 3; Septiembre; 1979:117pp.

<sup>78</sup> Respectivamente, Octavio Rosaslandia. “Internet: instrumento estratégico de las tecnologías de comunicación”. En: Alicia Ceceña (coordinadora). *La tecnología como instrumento de poder*. México, UNAM –Instituto de Investigaciones Económicas / DGAPA / El Caballito; 1998:59–144; y, Ramón Zallo. *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid, Editorial AKAI / Comunicación, 1988.

telecomunicaciones, lo que propicia que su actuación se vuelva homogénea también. El desarrollo físico de los tendidos de la red que ejecutan las primeras unidades gubernamentales dedicadas; la misma prestación directa por protagonistas estatales, y la emisión de preceptos que ordenan el suministro por parte de otros agentes, garantizan en efecto el crecimiento coherente del telegráfico. Al prevalecer el mismo enfoque para las concesiones otorgadas a las empresas telefónicas debutantes, se empareja la aplicación de la normatividad que apenas germina. Para reafirmar la función organizadora del Estado, durante el primer tercio del siglo XX se promulga un conjunto de leyes que exhiben como propósito básico el cohesionar al sector para fortalecer su apoyo a la economía de enclave. El cuerpo reglamentario que se entroniza tendrá vigencia por largo tiempo, y de él emanan buena parte de las premisas jurídicas que habrán de acompañar la evolución posterior de las telecomunicaciones.

El esquema de acumulación sustento sobre la economía de enclave se altera con la Revolución y su declive corre paralelo al movimiento armado que arranca en 1910 y se mantiene vigente por más de una década. La explosión colectiva responde a un *desgaste* natural del modelo, que se combina con el declive en los precios de las materias primas en el mercado internacional. Ambas situaciones asimismo inciden en el letargo y posterior atrofiamiento del mecanismo de traslado de los excedentes agrícolas y mineros al sector industrial, bloqueo que obstaculiza el tránsito hacia la industrialización del país. El control férreo, inamovible y absoluto que el porfiriato mantiene ahoga la posibilidad de una transición fluida hacia otra estructura económica, y al inhibirse el cambio se polariza aún más el enfrentamiento de clases. El despotismo del régimen y su respuesta violenta agrava aún más la crisis. Vencer a la dictadura y a su jerarquía de privilegios para los poderosos, es una premisa que unifica y enlaza planteamientos, voluntades y ambiciones de todos los que intervienen en la causa revolucionaria. Si en su comienzo el conflicto evidenció la pugna por un excedente disminuido entre la élite del gobierno y la clase dominante del sistema, deseosa de hacerse de ganancias, después, el enfrentamiento se generaliza y asisten otros protagonistas, que también tratan de imponer sus intereses y ópticas. Las masas pobres, analfabetas y desposeídas entran *“al centro del escenario histórico de México”*<sup>79</sup>, y se incorporan a la lucha porque en la transformación del sistema tienen todo que ganar y ya no pueden perder más. Para conseguir la plusvalía que se escapa por el agotamiento del enclave, los agentes económicos internos impulsan la industrialización, meta evidente para generar el excedente económico y motivo que de hecho inspiró la Revolución. El aterrizaje de tal propósito debió combinarse con la reivindicación de las exigencias populares de cambio, aquellas que sostuvieron el estallido social y provocaron la terminación del porfiriato. Por ello, la dirigencia caudillista que finalmente se impone al concluir la fase armada bien pronto define el objetivo político de la Revolución, trucada ya en instancia institucionalizada: *franquear el paso al capitalismo industrial mediante la rectoría y conducción del proceso por parte del Estado y la concurrencia voluntaria de los factores de la producción, que por ello, y únicamente en el discurso, asumen una encomienda mayor que la defensa de sus intereses.* La

<sup>79</sup> Arnaldo Córdova. *La ideología de la Revolución Mexicana*. México, Editorial Era–Instituto de Investigaciones Sociales / UNAM (Colección El hombre y su tiempo); 1972; 19pp.

fórmula incluía el cumplir y satisfacer las demandas sociales sin que se cuestione y menos atente el accionar de los capitales participantes, convocados por su parte a cumplir el propósito institucional bajo esa garantía y protección. El régimen pretende situarse por **encima de las relaciones sociales** y se conforma como árbitro de los conflictos y guía de la conciliación y acuerdo entre los grupos. Tres consideraciones son nodales en tal cartera, mismas que con el tiempo van a revelarse como elementos decisivos para las telecomunicaciones y para la industria de medios, apenas naciente con la radio. De esta forma, como entorno de desarrollo de los servicios, resulta sustantivo establecer...

*d. Que en su intervención, el Estado se constituye como la máxima instancia social de arbitraje en el conflicto de clases, para lo cual instituye los mecanismos de participación de todos los grupos mayoritarios dentro de sus estructuras y en sus desempeños de gobierno.*

El artificio permitió tanto controlar la expresión y proceder político de la sociedad como traducir sus demandas en el esquema tutelar de los intereses empresariales. Ello afina el estilo vertical y autoritario del nuevo régimen y la transición del caudillo hacia la institución presidencial, que se moldea como una figura paterna dotada de los mayores poderes sexenales para administrar y ceder los favores del régimen mientras goza de la investidura. En ocasiones, la balanza de esa gestión terció en favor de los intereses de los trabajadores y de su organización –como fue el caso del sexenio cardenista–, y en las más se plegó al beneficio del sector corporativo, como se expresa en concreto durante la administración de Alemán y en otros tantos períodos. Tales fluctuaciones sólo son sin embargo matices del mismo esquema proteccionista, que se conserva invariable por todo el siglo y muestra variaciones únicamente en el acomodo de los grupos económicos nacionales y extranjeros.

*e. Que asimismo la definición de los intereses nacionales corre a cargo del Estado, en tanto es la única instancia capaz de expresarlos mediante la conjunción de la demanda social y la reproducción de los capitales locales.*

En tanto la conciliación nacional es una meta superior que el Estado impone y maniobra para superar el antagonismo de clases, el establecimiento de acuerdos, metas y objetivos únicamente puede recaer en la misma instancia que convoca a tal concordia. La definición del interés nacional es entonces patrimonio del Estado, quien determina las prioridades de la nación; el para qué de la colaboración entre los actores sociales y el cómo de esa interacción; los cuandos de la misma; el alcance implicado, y los resultados a concretar. Tal raciocinio contribuye a forjar los conceptos básicos del ideario posrevolucionario, que habrán de resultar inamovibles en la construcción social. Ilustra el caso la conceptualización referida a la propiedad privada, forma que se asume como legítima, o incluso natural, para la adjudicación de bienes a los miembros sociales; igual el relativo al desarrollo económico, que se entiende

como la acumulación de bienes materiales, por lo que solamente es valiosa bajo un perfil cuantitativo. *“El Estado – resume Córdova en este punto– es concebido como el verdadero puntal de la organización y del desarrollo material de la sociedad. La insuficiencia de la economía hace que se otorgue a la política una absoluta eficacia para el desarrollo”<sup>80</sup>.*

*f. Que, en resumen, la intervención del Estado en la conducción del país es substancial e insustituible, ya que entrelaza la función conciliadora con su capacidad para establecer y cumplir los intereses y objetivos nacionales.*

El corolario de la funcionalidad descrita en los dos considerandos que preceden no puede ser otro más que el registro de las acciones específicas que revelan la intervención decisiva del Estado en la construcción del modo productivo. Ese papel central aceitó el despegue de la reproducción capitalista ya con base en la estructura industrial, y quizá su evidencia mayor sea la promulgación de la Constitución Política en febrero de 1917 y la plataforma reglamentaria de su Articulado que posteriormente se llevó a cabo. El desarrollo del mercado interno encuentra un soporte sobresaliente con los programas nacionalistas posrevolucionarios, que aún sin que termine el conflicto armado y la lucha de caudillos saltan a escena y penetran a todo el conjunto social, orillando a las manifestaciones populares hacia la clandestinidad y la infracción de la ley. Poco a poco se conforma la estructura jurídico-política necesaria para la reproducción económica, misma que resultaba fundamental para el tránsito del modo productivo.

La administración cardenista y los ejercicios presidenciales subsecuentes retoman los principios jurídicos, funcionales y operativos señalados, y los consolidan para administrar la etapa sucesiva en telecomunicaciones, que sustituye a la oferta de sistemas subordinada al enclave: **la prestación directa de los servicios mediante agencias estatales dedicadas**. Las excepciones a la fórmula fueron los sistemas concesionados de la radio y de telefonía, aunque en ambos casos se generaron esquemas y procedimientos de apoyo a las actividades sustantivas de las empresas operadoras, que con ello mantuvieron el tratamiento de privilegio de siempre. De esta forma, se gestó la estructura dual de los sistemas que va a permanecer hasta más de la mitad del siglo XX.

En radiodifusión, el soporte que se le dedica es clave para su desempeño a escala nacional, sobre todo de la firma monopólica que acapara la producción y distribución de programas tanto en las estaciones radiofónicas pioneras como en su hermana de sangre, la transmisión televisiva. Simultáneamente, la articulación económica que la radiodifusión en ambos servicios lleva a cabo vía publicidad, cumple el propósito de incentivar la creación del mercado interno de bienes de consumo, y de promover su crecimiento desde que comienza a desarrollarse en la

---

<sup>80</sup> Ibidem Nota 79;21pp.

década de los treinta hasta la fecha inclusive. Tal desempeño justo testimonia la dualidad que Nicholas Garnham identificó en el análisis de los medios de comunicación bajo la óptica de la economía política. *“¿Cuáles son los problemas que intenta analizar una economía política de la comunicación de masas? –pregunta. La perspectiva investigadora (...) trata de desviar la atención de la concepción de los mass-media como la de aparatos ideológicos del Estado, y los ve en primer lugar como entidades económicas con un papel económico directo en tanto creadores de valor excedente a través de la producción y el intercambio de mercancías, y un papel indirecto, que se ejecuta a través de la publicidad, en la creación de valor excedente dentro de otros sectores de la producción de mercancías”*<sup>81</sup>.

La relevancia del protagonismo estatal como prestador de servicios se acentúa a partir de los cincuentas. La nacionalización del telegráfico internacional, la amalgama de las dos empresas telefónicas más importantes y la posterior mexicanización del capital de la compañía única, son parte de esa preeminencia generalizada, que contrasta con el recule voluntario de la instancia estatal en el escenario de la radiodifusión. En 1950, el sistema televisivo se entrega en efecto a la explotación privada, y a los 20 años ese usufructo es criticado por la autoridad federal y el cuestionamiento sostiene el involucramiento del Estado en el servicio televisivo, que se concreta en dos redes que habrán de rivalizar con la oferta privada en cobertura y programación, sobre todo en los géneros deportivos, de información y, paradójicamente, en el tema favorito del medio comercial, las telenovelas. Ello no evita ni cuestiona siquiera el que la infraestructura de telecomunicaciones concebida, instalada y en explotación de la agencia estatal se oriente toda en beneficio del concesionario. Las redes de microondas y vía satélite efectivamente se subordinan a su expansión territorial y cubren los puntos de mayor interés comercial para el empresario. El servicio designado como *conducción de señales de televisión* cobija esa entrega, misma que se instala y vuelve costumbre a lo largo de los años y para conformarse sólo modifica periódicamente la plataforma tecnológica que aprovecha e incluye aquellas fórmulas de vanguardia que la hacen más eficiente.

Con la reestructuración y liberalización de la economía en la última década del siglo XX, el panorama se modifica y en muy poco tiempo se reconvierte la estructura completa del suministro. Al retirarse de la prestación, el Estado se desempeña ahora como **custodio del interés empresarial e instancia de legitimación** de su accionar económico y político en telecomunicaciones. La regulación que se pone en práctica garantiza ese desempeño y la protección dedicada a los monopolios en telefonía y televisión es tan polarizada que facilita el despegue continental de esas empresas una vez que en casa mantienen su dominio sin alteración posible. Esta supremacía se combina con la reedición del intervencionismo estatal, que ausente por casi una década en el aprovisionamiento retorna con un programa en dos ejes: oferta de telefonía y transmisión de datos para las regiones más pobres y apartadas del país,

---

<sup>81</sup> Nicholas Garnham. “Contribución a una economía política de la comunicación de masas”. En: Miguel Moragas (editor). *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili (Col. MassMedia), 1994:110.

y oficinas equipadas con computadoras para el acceso a Internet, iniciativa que en seis años habilitó hasta siete mil 200 centros comunitarios digitales en el marco del programa *e-México*.

Ya como organizador de las condiciones de reproducción; en tanto agencia operadora de los insumos en telecomunicaciones, o como cimiento para la institucionalización de la actividad empresarial en los servicios, la participación del Estado toma forma de manera distinta en cada una de las etapas de desarrollo que se han identificado. Es por ello que su presentación a detalle requiere del auxilio de la historia, del apunte y la referencia cronológica, que ayuden a explicar el porqué su accionar distintivo emerge y cruza cada período como fuerza transversal, se manifiesta de manera diferenciada en el arreglo institucional y organizativo de cada uno de ellos, y enseña una estructura de implantación que habrá de validar o corregir las hipótesis sugeridas. Tal transcurso sugiere que como en el dilema de Alicia, el capital tiene un avance perpetuo. Pero en su travesía no siempre llega ni concluye el camino que ha planeado, el que desea. Y de vez en cuando también recibe algunas sorpresas.

## Capítulo II

**EL ORIGEN:  
DE LOS SERVICIOS DEL ENCLAVE A LA ESTRUCTURA ESTATAL DE  
SUMINISTRO**

--- La situación de México es ideal para un creador--- enfatizó Gómez Robelo---, para una vanguardia. Allá los norteamericanos viven muy tranquilos, se saben libres; nadie los enrola en el ejército. Los anarquistas, los sindicalistas, todas las filosofías y todos los credos tienen cabida en mi país. ¡Puedes ser hasta bolchevique si se te da la gana!

**Vámonos a México; hay terrenos baratísimos, menos de quinientos dólares, mucha tierra, sitios de eterna primavera como Cuernavaca, todo regalado; podremos vivir en comuna; compartir el jardín, hacer crecer hortalizas, lejos de la industrialización.**

Xochimilco, la Venecia de América, Tina, abre sus canales dentro de una tierra cubierta de flores, Robo. El espectáculo quita el aliento, Cowper. En Venecia no hay flores, Ramiel, sólo piedras mojadas; en Xochimilco florecen hasta las piedras. Podríamos educar a los hijos entre todos. Uno les enseñaría arte, otro idiomas. ¡No es un sueño!

**Tina, Edward, el general Francisco Murguía antes de tomar las armas era fotógrafo; dígame, Tina, ¿cree usted que hay algo mejor para los hombres sobre este pinche y hermoso mundo? Yo salgo mañana para México, el gobierno me llama a trabajar en la educación.**

1 DE FEBRERO DE 1922

En respuesta a la inspiración de Gómez Robledo, L'Abrie Richey tomó un tren en diciembre de 1921. Aún más entusiasta que el mexicano, escribió que en México el arte es un acto moral. Tina, vente en seguida, vengan todos; Edward, esto es maravilloso; Tina nunca pensé que encontraría un país para los artistas y México lo es: da todo..."

Elena Poniatowska<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> *Tinísima*. México, Editorial Era; 1992:131pp.



De 1950 a 1991, con una periodicidad institucional, una gran comida–baile congregaba por algunas horas a cientos de trabajadores del Estado, adscritos durante esos tiempos a la estructura pública del sector de telecomunicaciones. Aunque para buena parte de los asistentes la reunión únicamente era una oportunidad para el relajamiento y desahogo, en el ideario de los Gobiernos Federales en turno su justificación se comparaba con motivos de amplio significado histórico para el país, como la nacionalización de la industria eléctrica o la expropiación petrolera. En efecto, detrás de la apatía o del entusiasmo de los asistentes, descansaba un hecho considerado nodal para el desarrollo del sector: el 16 de junio, se conmemoraba el finiquito de la concesión que otorgaba a la subsidiaria de la empresa estadounidense **Western Union Company**, la **Compañía Telegráfica Mexicana**, la titularidad para explotar el servicio telegráfico internacional, condición vigente desde 1879. En consecuencia, la festividad no era un acontecimiento menor para la alta burocracia, todavía abanderada por un nacionalismo a toda prueba: podía equipararse al 18 de marzo o al 27 de septiembre: también se trató de un ejercicio pleno de la soberanía nacional, se decía, que en 1949 liquidó la participación extranjera en las comunicaciones transfronterizas de la época, y, a la vez, determinó su prestación en forma directa por el Estado a través de sus agencias federales. El hecho fue recapitulado año con año, hasta contabilizar cuarenta: entre la vehemencia o la dejadez, cada 16 de junio se le evocó al designarlo como el día del *empleado de telecomunicaciones* (**Recuadro 3**).

A dieciséis años de su última conmemoración, el rememorar aquella fiesta sobrepasa su simple referencia como anécdota curiosa, por su parte típica y simbólica de las costumbres corporativas que desde los veintes caracterizan al sistema político mexicano. Tal nivel se desborda ampliamente en tanto aquel evento evidencia en forma explícita y asimismo velada algunos rasgos centrales y representativos del devenir y del transcurso histórico de las telecomunicaciones nacionales. El acontecimiento supone un antes y un después de su celebración, un motivo, e implica igual una razón para su finiquito, sobre todo después de una permanencia transexenal prolongada. Tales estadios argumentan rasgos primordiales del desarrollo de las telecomunicaciones, que todavía permanecen y se reproducen hasta nuestros días y ayudan a explicarlas en sus particularidades más notorias y sobresalientes.

El primer elemento a destacar surge de los hechos precedentes al evento. La intervención de la empresa estadounidense en la operación completa del servicio de entonces no era excepción sino regla, y plasma la estructura de funcionamiento puesta a punto desde fines del siglo XIX para la implantación inicial de los sistemas de telecomunicaciones. A la filial de **Western Union** deben sumarse los operadores **Compañía Telefónica Continental**, emparentada con la **Compañía Telegráfica** y frente nacional de la **Western Electric Telephone Company**, rama comercializadora de equipo de la **Bell** estadounidense; y **Teléfonos Ericsson**, sucursal de la compañía sueca que de hecho inaugura el servicio hacia la primera década del siglo. Debe listarse también a la afamada **ITT (International Telephone & Telegraph)**, que tercia desde 1924, se mantiene en el país y hacia el

### Recuadro 3. Día del empleado de telecomunicaciones

En 1987, la **Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)** editó una colección de doce volúmenes sobre la historia nacional de ambos sectores, considerando desde su debut respectivo hasta mediados de la década de los ochenta. En los servicios de telecomunicaciones, el tiempo ha convertido esa edición en clásica y significativa, sobre todo porque relata con profusión y detalle los antecedentes, escenarios y hechos que pintaron el protagonismo estatal en el sector, situación hoy casi reducida. Las glorias de ese intervencionismo decisivo en efecto se exponen y desfilan como los mejores momentos del país y de sus hombres de gobierno.

Los cinco tomos referidos a las telecomunicaciones han sido una fuente de información inestimable para la indagatoria; más aún, en algunas secciones nos hemos referido a ellos como la *historia oficial del sector*, en tanto el prisma de análisis que se expone es justamente ese. Tal perfil se revela con naturalidad en el párrafo siguiente, referido a la celebración del día del *Empleado de telecomunicaciones*. Su lectura redime de cualquier comentario...

*... "El 15 de junio de 1948 el contrato habido con la Western Union Telegraph y la Compañía Telegráfica Mexicana es denunciado para su terminación... Puede decirse que desde el día siguiente la nación absorbe el servicio telegráfico en su totalidad. Pero, en verdad, el cese de la concesión ocurre hasta el 16 de junio de 1949, cuando tiene lugar la creación del departamento de Servicio Telegráfico Internacional en la Dirección y las operaciones se inician bajo su control, a la vez que se instaura el Día del Empleado de Telecomunicaciones. La Oficina de Contabilidad Internacional actúa de tal suerte que logra una distribución equitativa de las participaciones, o sea, consigue que las tarifas no sean impuestas por nuestros conectantes; para ello formula un libro de tarifas y participaciones, utilizado en las discusiones con los representantes de la Western Union y aceptado en el nuevo contrato de intercambio de mensajes y giros ..."*

Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT.1987190-191pp.

principio de la década de los setenta llega a dominar hasta el 54% del mercado local de aparatos telefónicos. En la industria de la radio surge el abasto de **RCA (Radio Corporation of America)** y de la compañía **De Forest**, representante comercial del conocido inventor del tubo de triple electrodo, que optimizó la capacidad de recepción de los equipos terminales. Estos ejemplos puntualizan pues que la penetración de firmas extranjeras en las telecomunicaciones ha sido una tendencia constante hasta hoy, pero en los primeros tiempos se manifestaba en la explotación directa del mercado, e incluso en la anexión del territorio nacional a la zona de influencia de las grandes compañías fabricantes y operadoras a la vez. Al obtener la concesión para funcionar, la entidad foránea se involucra en el diseño, instrumentación, gestión y oferta franca del servicio, y origina con ello la hechura de empresas

horizontales que intervienen tanto en la producción como en las instancias finales que proporcionan y comercializan los sistemas al usuario último.

La reversión de la concurrencia extranjera directa viene a ser el segundo vector a destacar, y representa justo la génesis de aquella comida-baile. Poco a poco, la mediación de las filiales foráneas fue motivo de análisis y controversia, que siempre derivó en el finiquito de las concesiones otorgadas. En los extremos, ese desenlace implicó presenciar dos facetas contrapuestas: la fórmula tersa y concertada, que permitió capitalizar las experiencias y aprovecharlas en el nuevo escenario; y, el enfrentamiento y conflicto, que en ocasiones obligó a hacer valer las doctrinas más formales de seguridad y soberanía nacionales. El primer caso se argumenta en la negociación con **Ericsson** que originó la formación de la primera **Telmex**, ya integrada por completo de capital mexicano. Aunque con seguridad la nacionalización impactó finanzas y economías de la empresa sueca, en su transcurso se encontró el resquicio suficiente para mantener su intervención en la telefonía doméstica, ahora como un flamante proveedor de equipo que por más de 50 años únicamente compartió esa función con la francesa **Alcatel**, llegada mucho después de aquellos tiempos. Hasta el 2006 la firma mantiene ese suministro, ya histórico.

Por su parte, la disputa y contienda han llegado a plantearse aunque nunca derivaron en una escaramuza de mayores dimensiones. La nacionalización de las facilidades operativas de la **ITT** en 1972 que le arrancó de su contabilidad la mitad de la proveeduría total de aparatos telefónicos testimonia esa situación. La medida apenas se conoció en el ámbito público, y fue tema casi exclusivo de expertos y asociados, pero su desarrollo no se produjo sin inconformidades ni peripecias. Quizá el reclamo de la empresa se limitó por su activismo en las acciones de desestabilización del gobierno popular de Allende en Chile, tarea de mayor trascendencia que seguro le demandaba un esfuerzo más decidido.

En el sexenio 1976-82 por igual se rompe el convenio que **Petróleos Mexicanos** tenía desde el inicio de la década con la **Computer Science Corporation**, empresa huésped de la labor de procesamiento de información de la paraestatal. Esta relación se traducía en una ventana de acceso a todos los datos sobre hidrocarburos y gas natural, tema en disputa con el gobierno de Estados Unidos. Al considerar que tal dependencia reducía la capacidad de México en esas negociaciones, el Gobierno Federal cancela el servicio no sin fricciones y decreta la creación del centro de cómputo **Infonet**, que se origina pues en pugna directa con la compañía proveedora: en un solo movimiento, ésta no solamente pierde por completo su participación en el mercado nacional, sino que además interviene en la conformación de la instancia que la margina.

El tercer elemento latente en el día del *empleado de telecomunicaciones* desentona con el escenario de titularidad completa y monolítica que evidenciaba **Infonet**, y de hecho la totalidad de sistemas hasta 1990. A excepción del

servicio telefónico –en manos de **Telmex**, pero con participación estatal mayoritaria, y de la radiodifusión, de dominio privado desde los orígenes de cada modalidad– todos se suministraban mediante el concurso de la **Dirección General de Telecomunicaciones (DGT)**, adscrita a la llamada **Subsecretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico** de la **Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)**. Como instancia federal, la **DGT** mantenía el monopolio estatal y copaba cada uno de los eslabones de la prestación. Se encargaba de proporcionar el equipo teleimpresor del servicio télex, los enlaces de microondas para la conducción de señales terrestres y las estaciones vía satélite, que se enlazaron primero a satélites de **Intelsat** con huella en el territorio nacional, después al sistema **Morelos** y más tarde al **Solidaridad**. Esta estructura compacta obligaba al usuario a recurrir a la oferta pública para dotarse de los servicios públicos, y si se deseaba instalar un sistema de uso privado debía requerirse la autorización de la **Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones**, dedicada a analizar cada solicitud y a expedir los permisos relativos, si acaso la petición cumplía las reglas escritas y también las discrecionales.

A finales de 1989, a tiempo que se operan las primeras medidas de la liberalización de las telecomunicaciones con la invitación a empresas privadas para la prestación del servicio telefónico con tecnología celular, la **DGT** se fusiona con el organismo desconcentrado **Telégrafos Nacionales** y origina **Telecomunicaciones de México (Telecom)**. Con ello, lentamente, todos los servicios que armaban su cartera se desdibujan y toman rutas distintas, aunque finalmente todas confluyen en la extinción. El centro **Infonet** y la red pública de transmisión de datos **Telepac** concluyen su oferta después de un tiempo en que se trató de enfocarlos hacia nichos específicos del mercado, tarea que no tuvo éxito. El télex, que por más de diez años generó los ingresos principales de la **DGT**, se vuelve una tecnología obsoleta frente al fax y su flexibilidad operativa, y la red de estaciones terrenas se mantiene aún a sabiendas que los usuarios posibles bien poco habrán de utilizarla frente a la opción de habilitar instalaciones propias. La infraestructura de microondas, pionera con una columna vertebral que cruzaba el país por el centro del territorio, se adjudica como almacén de soporte a **Telmex**, con el propósito de aumentar su valor de venta. La empresa se privatiza en 1990 y la nueva concesión que se le otorga la hace ver como una **DGT** rediviva y ya sin ataduras reglamentarias o normativas. Su única limitación expresa está dedicada a proteger a la industria televisiva, que siempre fue privada y en esos tiempos se mantenía firmemente atada al corporativismo oficial por voluntad propia: a la nueva **Telmex** se le prohíbe así la conducción de señales de televisión, que de ofertarse por la telefónica volvía cautivos a los 3.8 millones de suscriptores de entonces y a los que llegaron con la privatización. Todo lo demás le es permitido, de jure y de facto. De esta forma, en el ambiente festivo de finiquito –teñido además de una crítica constante al monopolio y al burocratismo– y con el vaticinio permanente sobre los parabienes de la intervención del agente privado, el origen y motivo de conmemoración del *empleado de telecomunicaciones* se desdibuja y se pierde, inclusive del recuerdo: bien poco habría que glorificar ya en 1990, y un año después se le festina por última vez.

Otro indicador es asimismo significativo, aunque se defina más por su carácter inasible y etéreo que por su materialidad. Aquellas celebraciones –desde la primera y hasta la de 1991 inclusive– eran elemento indispensable en la estructura retórica del gobierno, en la plataforma discursiva de legitimación que ponía a punto año con año para justificar su desempeño. Las conmemoraciones en turno, como los informes sexenales, los reportes de gestión y la oratoria completa ejercida en eventos y en inauguraciones del sector, se vieron colmados por premisas y argumentos que no únicamente justificaban plenamente la intervención del Estado en las telecomunicaciones, sino que la dotaban y le atribuían un sentido de justeza, de eficacia y de cumplimiento de la misión y de los encargos oficiales encomendados. Aún en la crónica postrera del sexenio 1982-88 –envuelta por la crisis económica y el ajuste permanente de recursos, temas que ya sustentaban el llamado a la privatización de los servicios y el repliegue de la instancia oficial– se apega a esos fundamentos y los reivindica frente a cualquier opinión que los aluda siquiera. La segunda parte del *Programa Omega*<sup>2</sup> de la DGT ciertamente los retoma para después reafirmar que los provechos y beneficios del manejo estatal pueden lograrse, aún en un entorno áspero y deteriorado. La perseverancia es pues distintiva... *“La difícil situación económica que atraviesa el país –se reflexiona en el documento– ha implicado una seria limitante para el desarrollo y conservación de las telecomunicaciones. Sin embargo, se ha buscado que el mantenimiento y modernización de los servicios y de la infraestructura disponible tengan un nivel operativo eficiente y confiable, evitando la duplicidad de los recursos técnicos y humanos, la subutilización y el bajo aprovechamiento de las redes. Se persigue alcanzar la mayor productividad posible, tanto del sistema de comunicaciones en su conjunto como de cada uno de los servicios que lo constituyen. El parámetro de operación de la telefonía rural, la red Telepac, el centro Infonet, entre otros, ha sido el lograr su funcionamiento al menor costo posible, para que cada uno reditúe las mayores ventajas posibles, sean éstas comerciales o de interés social”*. Como se observa, el dicho apremia a evaluar el logro de las acciones realizadas bajo el parámetro de la vocación de servicio. Y en tal prisma único el ambiente en contra que se denuncia, obstaculiza pero no impide ni atrofia el cumplimiento del mandato oficial y por ello su calificación debe ser aventajada; sobre todo si no se precisa la métrica aplicada para asignarla.

En el antes, su después, y a lo largo de su transcurso, el festejo aludido pinta buena parte de la historia nacional del sector. Conforme las características que las determinan, se advierten cuatro grandes etapas de desarrollo, que arrancan hacia mediados del siglo XVIII con la aparición de los primeros sistemas telegráficos; así pueden identificarse...

---

<sup>2</sup> En 1988, para la entrega de la administración, la **Subsecretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico** preparó el reporte designado como *Programa Omega*, que sobre todo exponía los resultados programático-presupuestales alcanzados. El documento se dividió en dos partes. La primera incluía el informe de 1982 a fines de 1987, y la segunda el año final del sexenio. El texto que se cita fue elaborado por la **Dirección General de Telecomunicaciones (DGT)**, en tanto cada unidad administrativa de la Subsecretaría presentó el propio. Cfr. DGT. *Programa Omega. Segunda Parte*. Mimeo, 1988:18-19pp.

*a. Surgimiento de los servicios telegráfico y telefónico y arraigo de la plataforma jurídico-legal y operativa para la prestación.*

Comprende la gestación y despegue de los servicios alámbricos con los que debutan las telecomunicaciones nacionales, los que se sustentan ya en la estructura jurídica, legal y administrativa que va a permanecer hasta nuestros días. La prestación de servicios mediante el otorgamiento de concesiones y la conceptualización de las redes como vías generales de comunicación son dos de esos vectores que mantienen vigencia y se aprovechan hoy en día para el suministro de servicios. Asimismo, en esta etapa se promulga la Constitución Política de 1917, que considera y establece disposiciones regulatorias marco, las que cobijan y legitiman aquellos procedimientos y los derivan de la máxima jerarquía jurídica existente en el país.

La etapa argumenta también la emergencia del servicio concesionario insignia, la radiodifusión. Ésta arranca en los primeros años de la década de los veinte y en diez años encuentra la fórmula operativa completa para su reproducción económica, la que también perdura hasta la fecha. Justo los años en que la industria logra sus primeras ganancias se considera que la etapa concluye.

*b. Fortalecimiento del complejo postal-industrial y apogeo del monopolio estatal en el suministro.*

Fase de consolidación del sistema de telecomunicaciones, se evidencia por la nacionalización de los servicios telefónico y telegráfico internacional y por el nacimiento y pronto apogeo de la televisión como sistema abierto. Inaugura también la formulación de planes de desarrollo para el sector, que formaliza metas y presupuestos y que para los ochenta alcanzarán el nivel de Ley Federal, calidad que le confiere obligatoriedad en el ejercicio de recursos y cumplimiento de propósitos. Esta fórmula logra su apogeo hacia fines de los setentas, cuando la instancia estatal genera servicios de vanguardia en no más de tres años. Con tal fortaleza, concluye la etapa hacia principios de los ochenta, por lo que su duración se establece alrededor de los 50 años.

*c. Ocaso de la intervención estatal y primeros signos de ruptura del monopolio público.*

Al clímax de la oferta pública sigue su deterioro y rápida desaparición. Durante los ocho años que definen esta etapa se presenta una erosión permanente de los sistemas estatales, que son rebasados por la demanda real y potencial en tanto la oferta es ineficiente y sin opción de desarrollo. La contracción de los recursos públicos agrava la problemática y orilla al sector a una retracción, ya sin cambio ni enmienda.

*d. Predominio de la oferta privada de servicio y formación de monopolios convergentes.*

Situado ahora en el área de regulación, a partir de los noventa el Estado establece una política de liberalización completa, que se inicia con la renovación de la concesión a **Telmex** para amparar su venta al sector privado, y la convocatoria para la prestación del servicio telefónico con tecnología celular. La etapa se define entonces por la formación del mercado privado de servicios, que lleva implícita la participación de empresarios nacionales y extranjeros que compiten en un ambiente regulado y polarizado hacia las firmas más importantes. En términos cuantitativos, el mercado crece sistemáticamente de manera sustantiva; nacen y se consolidan nuevos servicios y al sujetarse a las reglas del proceso económico, queda inmerso en la centralización de capitales y la emergencia de instancias monopólicas. La convergencia entre radiodifusión y telecomunicaciones culmina la secuencia, y en el panorama de servicio se cuenta a tres firmas protagónicas cuyo desempeño rebasa las fronteras nacionales, y constituyen una oferta regional dominante en sus mercados originales.

Aunque cada etapa puede definirse con claridad, un amplio bagaje discursivo las amalgama y ha edificado un mismo eje de presentación para cada una, el cual se argumenta en dos líneas concretas. Primeramente, se factura un ejercicio retórico doble que aparece en todas las épocas y para todos los servicios: por una parte, la realización de un diagnóstico específico de la situación que guardan en ese momento histórico preciso, ejercicio que detecta carencias y atrofias. En segunda instancia, se deriva la emergencia inmediata del remedio que pronto se identifica y emplea tanto para corregir la desviación o anomalía, como para fortalecer las ventajas que a la vez se identificaron. En consecuencia, si las descripciones que acompañaron el debut del telégrafo y del teléfono en el siglo XIX podían sugerir que con la adopción y uso de esas tecnologías el país se insertaba en una modernidad vigente en todo el mundo, era porque antes de su arribo se anidaban el atraso, la pobreza y la dispersión territorial en toda la nación, y ambos servicios surgían como factores puntales para superar esa condición. Asimismo, si después se festejó que esos sistemas y los de vanguardia que los sucedieron emergían subordinados ya a la fortaleza y conducción del Estado para beneficio del proyecto nacional, se hacía patente que el concurso estatal era condición sustantiva no solo para moldear el desempeño social de las telecomunicaciones, sino el desarrollo completo del conjunto económico-productivo, cuyo letargo y rezago permanecían todavía sin remiendo hasta entonces. Finalmente, si al arribo de los noventa el nuevo discurso apareja el dictamen y su correctivo y determina que la acción monopólica del Estado está infectada de inmovilismo y que debe relevarse con la pujanza empresarial, es porque las deficiencias y penurias del sector persisten a lo largo del tiempo y con ello se ha marginado de la comunicación a grandes sectores sociales, todavía no sujetos de cobertura en esos sistemas y a quienes es fundamental atender. En síntesis, siempre según el discurso, la progenitura del actor privado habrá de provocar que las telecomunicaciones aporten al fin su cuota al crecimiento de la sociedad y de todos sus miembros e instituciones. En la plataforma ideológica que se ha puesto a punto en todas las épocas, la acción de gobierno surge para satisfacer una necesidad específica y

registrada, sea ésta real o ficticia. Y tal fue el caso en los tiempos del nacimiento del primer servicio, el enclave porfirista.

**A. El despegue institucional: puesta a punto y proyección futura de los ejes de expansión de las TIC.**

*Orden y progreso*

Con frecuencia, analistas y expertos evocan y aprovechan los dos términos anteriores para sintetizar los 30 años de porfiriato. Incluso, en algunos casos se llega a identificarlos como una expresión distintiva de la época, como los mejores sustantivos que la describen. El carácter autoritario del régimen se asocia en efecto al primer sustantivo, en tanto máxima buscada por ese ejercicio extremo; el completo dominio del capital nacional y extranjero en toda la estructura socioeconómica es referencia obligada para sustentar al segundo, ya que el fin teleológico del régimen era alcanzarlo. Ambos conceptos son el sustrato político-ideológico de la clase dirigente de entonces, involucrada por entero en sentar las bases del *primer proyecto formal para el desarrollo del capitalismo en el país*, según la expresión de Arnaldo Córdova en su obra clásica<sup>3</sup>. Y en telecomunicaciones, los dos sustantivos y su basamento conceptual pueden ciertamente valorarse como el telón de fondo en el desarrollo de los primeros servicios nacionales.

En lo económico, el porfirismo asienta la modernización que la Reforma inicia. El país carecía de cohesión territorial y sus vastas zonas geográficas se caracterizaban por la dispersión y el aislamiento; estaban desarticuladas entre sí, sin identidad ni pertenencia a una estructura nacional que tutelara al imaginario colectivo. La pobreza era generalizada y la industria existente apenas resolvía las necesidades internas. El grueso de la población se dedicaba al campo pero no tenía incentivo alguno de superación; se contentaba con lograr un autoconsumo rudimentario, insuficiente para impulsar el crecimiento económico. Además de reducida, la riqueza existente se concentraba en pocos grupos, quienes no estaban dispuestos a arriesgarla sin una garantía institucional que les asegurara su retorno con la ganancia suficiente.

Para corregir el atraso y la desorganización social, la dictadura impone un sistema de privilegios que protege al inversionista, aquel que aporta los capitales para el crecimiento nacional. El ideario positivista que acompañó tal

---

<sup>3</sup> Arnaldo Córdova. *La ideología de la Revolución Mexicana*. México, Editorial Era-Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM (Colección El hombre y su tiempo); 1972.



fórmula instala un silogismo que va a manifestarse con intensidades diversas: si la riqueza es poca, es fundamental protegerla para que crezca y se reproduzca con eficiencia, y después pueda repartirse en beneficio de todos. *“La función de la dictadura en el régimen de privilegios no consistió solamente en abrir nuevas posibilidades de empresa para los sectores que integraban la clase dominante, sino también en someter a las demás clases sociales al servicio de los privilegiados, en la mayoría de los casos, con sacrificios ostensible de sus propios intereses... y usando la violencia ilimitada cuando algunos de los sectores sociales sometidos pretendían oponerse al sistema de privilegios”*<sup>4</sup>. El orden, pues, resulta soporte definitivo para llegar al progreso. El Estado garantiza y justifica el rígido esquema político y en sus relaciones con la economía destaca el interés estratégico de proteger a los capitales extranjeros presentes y con ello la explotación voraz del trabajo, por lo que en primera instancia aparece como *administrador del orden*. En consecuencia, toma un carácter oligárquico ya que preserva sin ambivalencias a la clase en el poder y mantiene un férreo control social y político.

En los afanes por explotar todas las áreas económicas posibles no se distinguen nacionalidades y ante la insuficiencia de recursos internos se genera una completa apertura para el ahorro del exterior. La primera característica que resalta de este período es entonces la vinculación directa de la estructura económica nacional con el mercado transfronterizo. Al constituirse un modelo exportador de materias primas agrícolas y mineras, se consolida un mecanismo primario de acumulación que propicia el desenvolvimiento de la economía bajo las fuerzas del mercado, y con ello, el país se subordina a las cotizaciones mundiales de los bienes que produce. La inversión extranjera directa tiene un rol absoluto en esas actividades y domina el enclave. La dependencia hacia ese factor es decisiva tanto por los límites y niveles en que se justiprecia la producción nacional, como por el protagonismo de los agentes económicos que efectivamente la dominan y la realizan. Para 1901, el capital foráneo ha conseguido concesiones de explotación y domina por entero varias ramas esenciales para la modalidad vigente de acumulación: minería con el 97.5% del total invertido; petróleo, 100%; electricidad, 87; ferrocarriles, 62; banca, 77, e industria, donde alcanza el 85%<sup>5</sup>.

Los servicios de telecomunicaciones de la época reproducen el escenario y condiciones de operación predominantes en el enclave. Judith Clifton, Daniel Díaz y Carlos Marichal<sup>6</sup> enfatizan que las estructuras de red que ambos suponían eran esenciales para sustentar la actividad exportadora, necesidad apremiante que incluso llevó a soportar su financiamiento mediante la contratación de deuda con bancos extranjeros. Enrique Olivares coincide en tal perspectiva y añade el factor tecnológico como su complemento. *“La introducción de la tecnología se realizaba*

---

<sup>4</sup> Ibidem; 18pp.

<sup>5</sup> José Luis Ceceña. *México en la órbita imperial*. México, El Caballito, 1970; 53pp.

<sup>6</sup> Judith Clifton; Daniel Díaz et Carlos Marichal. *Taking control: transforming telecommunications in Mexico*. Ponencia presentada en el *XIV International Economic History Congress*, Sesión 119. Helsinki, Finlandia; marzo de 2006.

*en la industria casuísticamente, según las necesidades particulares. En esta etapa, los impulsor principales se dieron en la minería y la industria textil, entre otras, sin embargo, de singular relevancia resulta la estructuración de las comunicaciones y los transportes, el tendido telegráfico y la red ferroviaria que permitieron subsanar una de las fallas más graves existentes en el sistema económico mexicano: la incomunicación ...*<sup>7</sup>. Imprescindibles pues para el funcionamiento de la economía, el telégrafo y el teléfono inician su desarrollo respectivamente en 1850 y 1878, después de sendas comprobaciones técnico-operativas que los ratifican como esquemas viables de comunicación pública. Comienza entonces su explotación y despliegue regional, lo que propicia que se instituyan las bases de la estructura jurídico-política sobre la que va a prosperar su crecimiento posterior. El desenvolvimiento de ambos sistemas no se ejerció únicamente a escala geográfica, para enlazar y unir los espacios regionales tan distintos y dispares de todo el país y ordenar el territorio y su identificación nacional, sino también y en lo fundamental para forjar y ofrecer las condiciones materiales y el andamiaje requerido para la reproducción socioeconómica bajo el esquema de acumulación dominante. En sus comienzos y con un impulso notable, el cumplimiento de estos objetivos tuvo como núcleo fundamental la expansión de la red de ferrocarriles –que a lo largo del porfirismo logra un crecimiento sobresaliente en todo el territorio, privilegiando los tendidos a partir de la ciudad capital– e infraestructura sobre la cual pronto de empalman el sistema telegráfico como servicio asociado e imprescindible y, en menor medida el telefónico, que en sus trazos principales asimismo corre en paralelo y proporciona su oferta a tiempo con ese transcurso. El desarrollo de las tres opciones es pues complementario y simultáneo.

El debut y evolución posterior de las telecomunicaciones nacionales se contextualizan casi punto a punto bajo la conceptualización que Marx dedicó al transporte en la funcionalidad del modo productivo dominante. *“El capital en cuanto tal, explica, no producirá caminos sino cuando la producción de éstos se convierta en una necesidad para los productores y, en especial, para el capital productivo mismo, lo cual es una condición para la obtención de beneficios por el capitalista. Entonces también el camino será rentable*<sup>8</sup>. Si los requerimientos por implantar la infraestructura de transporte –así como la respectiva a las comunicaciones, cuyo desarrollo fue paralelo en los primeros tiempos– son resultado del nivel de desarrollo que alcanzan las fuerzas productivas en un momento histórico dado, puede afirmarse que hacia fines del siglo XVIII el capital ha logrado el predominio suficiente para *requerir y suscitar las condiciones generales para su reproducción, donde se incluyen en específico la conformación de redes físicas de transporte y de comunicaciones que faciliten su rotación y reproducción ampliada*. Con el tiempo, el sector no pierde tal perfil, y a medida que el capital se impone como sistema social se

---

<sup>7</sup> Enrique Olivares. *México: crisis y dependencia tecnológica*. México, UAM –Xochimilco / Editorial Nuestro Tiempo. 192:35pp.

<sup>8</sup> Carlos Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858, Vol II*. México, Siglo XXI Editores (Biblioteca del Pensamiento Socialista), 1980:20.

afina y especializa. En consecuencia, *aprovecha el permanente desarrollo tecnológico de los sistemas y dispositivos para perfeccionar su funcionalidad predeterminada en el proceso de realización.*

Como condición de la producción, la confección del sector nacional de las TIC enlaza y acopla diversas estructuras. En tanto la articulación con el mercado internacional se sustenta en el andamiaje ferroviario, su desarrollo sostenido propicia la conformación de preceptos legales que efectivamente garanticen su implantación operativa. El esquema de prestación monopólica de Estado que se inaugura y que de hecho se retoma de la Constitución liberal de 1857, viene a ser la fórmula primaria de suministro y organización, implantándose en todos los servicios desde principios del siglo XX. Si bien la Constitución de 1917 modifica buena parte del entorno jurídico– reglamentario de la nación, esquemas como el *otorgamiento de concesiones de explotación* subsisten desde su formulación jurídica, y pronto se enriquecen con la incorporación de otros principios generales e integradores que uniforman el suministro de los servicios y orientan su funcionalidad. El caso más representativo de ello se orchestra en la investidura *vías generales de comunicación*, que adquiere relevancia con base en dos motivos: *i)* en tanto mantiene su vigencia desde la década de los treinta hasta 1995, cuando la **Ley Federal de Telecomunicaciones** de facto acota su vigencia y aplicabilidad; y *ii)* porque es el cimiento de dos andamiajes derivados que habrán de nuclear tanto la prestación pública de los servicios en soporte de la oferta privada, como la emergencia de infraestructuras de transporte que concretan la liberalización del sector: el genérico designado como *conducción de señales*, que efectivamente tipificó el apoyo estatal al desarrollo económico del sector privado mediante la provisión de servicios; y la categoría estelar *red pública de telecomunicaciones*, que justo debuta con la concesión expedida en favor del **Telmex** privatizado en 1990, y viene a ser la plataforma de explotación que sustituye a la oferta pública e instala mecanismos de mercado para el suministro. A manera de factor envolvente, la adjudicación de concesiones y la plataforma vías generales concretan pues el protagonismo del aparato estatal mediante dos alternativas: al ceder la explotación a terceros; y al soportar el desarrollo empresarial mediante el suministro propio. Ambos vectores operan como poderosas fuerzas omnipresentes, cuyo vigor es tan solvente que pese a manifestarse desde las últimas décadas del siglo XIX, tienen el empaque suficiente para proseguir en el escenario hasta el XXI.

## 1. La concesión: esquema jurídico nodal para el suministro de los servicios

Desde los primeros tiempos de los servicios de telecomunicaciones se gestan las bases del esquema fundamental de suministro, mismo que permanece hasta fines de los ochentas como la estructura dominante. Éste se sustenta en el monopolio estatal, paradero que se concreta como ejercicio de soberanía y se garantiza con la promulgación de un amplio bagaje regulatorio y de reglamentación secundaria. A este principio rector, el Estado porfirista adiciona la

dispensa jurídica de concesión a terceros, fórmula planteada en la Constitución de 1857 que el régimen rescata y formaliza para la construcción efectiva de la infraestructura ferroviaria y del tendido de cables para la operación de los servicios telegráfico y telefónico. Tal cesión –que *“ocurre siempre mediante prestaciones de trabajo o de impuestos”*<sup>9</sup>– se tradujo tanto en una gran flexibilidad para la edificación concreta de las obras, como en el incremento sustantivo y acelerado de los sistemas en funcionamiento. Posteriormente, ya en la primera década del siglo XX, el gobierno evoca su derecho soberano y toma bajo su comando el desarrollo de la infraestructura, en todas sus funciones. Dichas tareas son parte de los deberes de la **Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas**, creada en 1891, que acogerá la función y gradualmente irá dedicando los recursos del caso para llevarla a cabo. La intervención directa del Estado y sus agencias en la planeación, establecimiento y usufructo directo de los sistemas, se plantea desde entonces y en el caso del telegráfico perdura hasta la actualidad. Tal situación revela el grado de reproducción que ha logrado el capital, desarrollo donde la ventaja inmediata que supone el generar la infraestructura es *“demasiado exigua como para que la inversión no parezca a fonds perdus [fondos perdidos]. Entonces, el capital echa la carga sobre los hombros del estado o bien, allí donde éste ocupa tradicionalmente aún una posición supérieure [superior] con respecto al capital, el estado todavía tiene el privilegio y la voluntad de compeler la colectividad a invertir una parte de su rédito, no de su capital, en tales trabajos de utilidad pública, que al mismo tiempo se presentan como condiciones generales de la producción y por tanto no como condición particular para este o aquel capitalista...”*<sup>10</sup>.

Por su parte, el otorgamiento de concesiones significó en la práctica que las empresas favorecidas tuvieran un doble beneficio. Primeramente, pudieron explotar las facilidades que el Estado les entregó para generar sus procesos productivos y capitalizar sus activos –como fue el caso por ejemplo de las empresas telefónicas: con periodicidad aprovecharon el tendido de cables que ejecutaban las instancias federales para conducir tráfico propio, y cobrar a sus suscriptores la comunicación de larga distancia. Y, de igual modo, se sirvieron del entorno de protección a sus mercados que se implementó en el marco de la política de sustitución de importaciones, y que se tradujo en la entrega de estímulos, incentivos y prebendas siempre crecientes y a modo. Según el discurso en boga, el Estado pretendía generar riqueza para después distribuirla, y con base en tal premisa canalizó recursos presupuestales y dispensas económicas y financieras para favorecer y amalgamar esos procesos, que en conjunto conformaron un entorno de incubación por demás propicio para su fortalecimiento, expansión y madurez. El caso de la industria de radiodifusión es por demás ilustrativo de este patrocinio incondicional. Aunque si bien bajo una estructura de concesión –primero a estaciones de radio desde 1930 y ya en los cincuenta para la televisión– que en el papel implicaría únicamente la vigilancia del Estado, su arraigo nacional demandó exactamente la relación contraria:

---

<sup>9</sup> Ibidem; 19pp.

<sup>10</sup> Ibidem; 21pp.

entrega de recursos públicos en especie y mediante formulismos administrativos, que podrían haberse adjudicado a otros objetivos de beneficio público y social más evidente.

Si bien la figura jurídica de la *concesión* tiene su despertar en el precepto Constitucional de 1857, su posterior entrada en funcionamiento incluyó una permuta por demás relevante: en la ordenanza original el acto de autorizar y permitir la explotación privada se llevaba a cabo mediante el concurso del Congreso de la Unión, instancia que debía analizar y evaluar cada propuesta y dictaminar su procedencia. Posteriormente, sin embargo, esa facultad se trastoca para cederla exclusivamente en el Ejecutivo y en sus dependencias directas. El cambio no es menor ni irrelevante porque introduce la posibilidad de que autoridad y solicitante finquen y guíen sus actos sobre motivaciones no necesariamente relevantes para la sociedad en su conjunto, sino más bien resultado de un interés particular que opaca al público y alimenta el ejercicio con una discrecionalidad excesiva. Tal relajamiento de la autoridad podría manifestarse no solamente en el acto primero de otorgar la concesión, sino a la vez durante el proceso de compra, prórroga o revocación de la misma. La mediación del Congreso dificultaba esa posibilidad en tanto intervenía como órgano colegiado, y con ello se aumentaba la supervisión y la transparencia del ejercicio.

En el otorgamiento de concesiones a particulares y empresas descansa buena parte de la operación del enclave porfirista. Los servicios telegráfico y telefónico se ceden bajo esa fórmula de suministro y aunque comparten tal arranque, surge entre ambos una diferencia básica: en el telégrafo los titulares fueron personas físicas que ya en la operación y no con facilidad debieron encontrar los patrones para lograr su desarrollo. En el caso del servicio telefónico, la autorización se emite para empresas ya formadas que disponen de experiencia, recursos y ventajas tecnológicas superiores, cosechadas incluso en la práctica comercial del servicio telegráfico. Esta distinción es relevante porque nucleó el propósito de los operadores al iniciar operaciones. Los impulsores del telegráfico lo percibieron bajo la identidad del servicio público, cuya finalidad era establecer comunicación e intercambio –de talante testimonial incluso, ya que originaba un registro escrito– entre una localidad o zona geográfica específica y el resto del país, enlace que facilitaba la integración de cada población a los circuitos del comercio de mercaderías. Tanto las líneas tendidas a escala local para el enlace privado, como las estatales o las de alcance regional, cultivaron como directriz principal el promover esa integridad del territorio, así como su cohesión y ordenamiento espacial. Por ello, se buscó ampliar la cobertura hacia las localidades aún aisladas.

Asimismo, el servicio telefónico fue catalogado como medio de comunicación sin evidencia escrita, lo que supuso como virtudes primigenias el enlace formal, inmediato y directo entre los suscriptores; la velocidad del intercambio, simultáneo entre ellos, y la calidad de la comunicación, que instalaba un parámetro técnico superior al obligar a mantener la fidelidad de la voz y la modularidad y nitidez de su sonido, para que fuese inteligible. Por estas características que conllevaban una interacción rápida entre suscriptores, el teléfono se presentó como una

alternativa altamente confiable para la atención de emergencias y el resguardo del orden público. Tal fue seguramente el soporte para que las instalaciones pioneras que desde luego fueron habilitadas en la capital del país se dedicaran al uso de las autoridades de la ciudad, con el propósito de aceitar su intervención ante eventualidades y apremios distintos y dotarla de una mayor oportunidad. *“La célebre primera comunicación telefónica en México se realiza el 13 de marzo de 1878, entre la gendarmería de la población de Tlalpan y la capital del país. Su resultado es el otorgamiento, a fines de ese año, del permiso para ofrecer el servicio telefónico a Alfred Westrup y Compañía cuya especificación es establecer el enlace telefónico en el siguiente orden: las seis comisarías de policía con la inspección, después con la oficina del gobernador de la ciudad y por último con el ministro de Gobernación”*<sup>11</sup>. Dos años después, esta voluntad queda enmarcada como acción de gobierno. Efectivamente, la Presidencia informa que: *“...con el objeto de facilitar la comunicación de la Secretaría de Guerra con todos los demás cuerpos de la guarnición y demás oficinas y edificios militares se han instalado líneas telefónicas directas en cada uno de los establecimientos del ramo poniéndose el registro central de todas ellas en la propia Secretaría...”*<sup>12</sup>. No obstante ese perfil declarado, la instalación de facilidades no se desahoga con prontitud ni eficacia. Muestra de ello es la apelación de los residentes de la ciudad capital de 1892, cuando a través del periódico *El Monitor Republicano* demandan que se instale un teléfono entre el Cuartel de Policía y la Inspección General, para fines exclusivos de vigilancia en tanto se registran actos de violencia a todas horas.

Al enmarcarse en una interacción de dos, queda precisada la orientación del servicio telefónico y el interés de sus operadores: forjar la oferta como bien de consumo durable siempre con disponibilidad –lo que se asegura mediante el pago de la instalación y arriendo– que para aprovecharse cabalmente requiere una cobertura ascendente por naturaleza, esto es, que la mayor parte de la ciudadanía se suscriba al servicio. La capitalización de los activos de las firmas prestatarias se produce entonces con base en la facturación del tráfico que genera cada instalación. El corolario asienta una lógica de expansión que toma un perfil doble: extender la cobertura territorial del teléfono para incluir a más usuarios cada vez; y, de manera persistente, tratar de incentivar el tráfico de quienes ya lo son y pueden aumentarlo. Tales considerandos fueron decisivos en los esfuerzos de comercialización y venta de las dos empresas implicadas en el debut operativo del teléfono, que se produce en 1888. Por una parte, la **Compañía Telefónica Mexicana** –cuya matriz fue la estadounidense **Compañía Telefónica Continental**, con sede en Nueva Jersey, Estados Unidos– que obtiene la primera concesión por 30 años y sin pago de impuestos en ese año. La concesionaria comercializa los aparatos patentados por **Bell** a través de la **Western Electric Company**, brazo productivo del monopolio estadounidense **ATT**. Con tal enlace, en 1893 se inaugura una sucursal mexicana, el

---

<sup>11</sup> Leonardo Morales Blanco. *La telefonía en México 1878 - 1930*. Ponencia presentada en la Universidad Autónoma de Querétaro, septiembre de 1999.

<sup>12</sup> Ibidem.

**Departamento de Materiales Eléctricos**, que se encarga de armar el negocio. El servicio se anida y expande en los centros urbanos del momento, que ya se perfilan como los polos dominantes del territorio en todos los órdenes: la ciudad capital; Monterrey en el norte; Guadalajara hacia el Pacífico; Puebla como representante del centro; Oaxaca y Mérida en el sureste, y Veracruz, que sustentaba la comunicación marítima con Europa. Hasta 1892 operan mil 241 aparatos en esas poblaciones, que proporcionan cobertura local. Este crecimiento cobija la segunda concesión que para 1905 obtiene la empresa sueca **L. M. Ericsson**, la cual origina en 1910 a **Teléfonos Ericsson, S.A.** Cinco años después, las dos firmas han edificado sus propias redes y comparten el parque telefónico instalado en el país, aunque mantienen planes de desarrollo distintos y no propician interconexión alguna entre ellas. La **Mexicana** maneja 14 mil 300 aparatos y la **Ericsson** cuenta con 10 mil 750 suscriptores.

Aunque las dos empresas sostienen que su oferta es para cualquier connacional, el camino que sigue el servicio contradice el supuesto: únicamente tres años después de su inauguración, comienzan a habilitarse los primeros teléfonos en las residencias de aquellos que pueden pagarlo. Con el tiempo, al plantearse que la instalación privada genera mayor rentabilidad al proveedor por el tráfico periódico que origina, termina de cocinarse el rezago permanente en el suministro de teléfonos públicos –o de *centros telefónicos*, para utilizar la descripción primera– en beneficio de la línea residencial, para uso particular y exclusivo y en definitiva inherente al entorno urbano. El predominio de la telefonía de consumo privado sobre la comunitaria o colectiva es pues premisa y realidad desde entonces, y llega a su máxima expresión con el fortalecimiento del mercado interno para bienes de consumo duradero a partir de los cincuenta. El teléfono, simplemente, se integra como uno más de los parámetros que definen e integran la canasta típica.

## 2. El segundo concepto rector: vías generales de comunicación

El telégrafo acopla su estructura y desempeño conforme aprende de su desarrollo. En tal sincronía, la referencia a la infraestructura ferroviaria toma notoriedad en tanto su armazón soportó el propio del sistema telegráfico. Efectivamente, el diseño y trayecto de las líneas telegráficas –y posteriormente, de las telefónicas– se realizaba en paralelo a las rutas del transporte, que conectaban a los polos básicos del modelo primario de acumulación: las zonas productoras de materias primas y las regiones de exportación y de intercambio comercial, los puertos o las ciudades fronterizas. La necesidad de comunicación entre estos polos queda plasmada en las inquietudes del titular de la primera concesión telegráfica, quien buscando animar a socios posibles de su empresa enfatiza la importancia del nicho de mercado ya identificado y próximo a servir (...) *“pueden formarse muchas líneas* –señala para subrayarla– *pero la principal es la que debe abrir la comunicación entre los dos mares, en la que están muy interesadas todas las clases de los Estados Unidos, principalmente el gobierno y los dueños de buques que*

*hacen el comercio con la India y la China, quienes con el servicio tendrán noticias muy rápidas de sus escuadras y buques particulares... también las compañías de seguros que deben sacar muchas ventajas de esta empresa...<sup>13</sup>*

Al vincularse a la atención y cobertura de las rutas principales del comercio exterior, los sistemas telegráfico y telefónico y la infraestructura ferroviaria de la época logran una expansión sostenida en las localidades y regiones asociadas a ese factor. *“Desde la óptica geográfica, dice SCT, la idea del ferrocarril y su capacidad de transporte estuvo orientada hacia la comunicación con los puertos de entrada y salida de mercancías. Si bien es cierto que originalmente ese transporte se enderezaba más bien hacia las costas, como la línea del Ferrocarril Mexicano, también es exacto que, dado los intereses norteamericanos, no pasó mucho tiempo para que esta orientación se modificara, apuntando hacia las puertas de salida de la frontera norte<sup>14</sup>.”* El impulso cobra forma cuantitativa. Un informe de la SCT destaca que a la época, *“el telégrafo continúa infiltrándose por distintos rincones de México<sup>15</sup>,”* y la numeralia del momento respalda el dicho en efecto: 11 mil 100 kilómetros en las líneas en explotación; 196 estaciones habilitadas y 725 empleados en toda la estructura. Tal esquema operativo permitió canalizar 330 mil 957 mensajes durante el bienio 1880-1881, que representa 50 mil unidades más que el año precedente. Tales cifras van a superarse en cada ejercicio a partir de 1881.

Con su acomodo, la simbiosis entre telégrafo, teléfono y ferrocarril fue tan completa que llegó a plantearse como un sistema único, complementario y de apoyo mutuo. El *Reglamento de Ferrocarriles* de 1867 es la primera disposición jurídica que reconoce tal sinergia y decreta que para su funcionamiento rutinario las compañías de ferrocarriles *“deberán tener un telégrafo para su servicio<sup>16</sup>”* (Artículo 14). De esta forma, la expansión de los tres sistemas corrió casi en paralelo, implicando el uno a los otros y viceversa. Por ejemplo la ruta México–Veracruz que se tendió desde los primeros tiempos del ferrocarril como salida para Europa, hacia la última década del siglo XIX expande ese trazado original y se amplía tanto al puerto de Tampico en Tamaulipas como a Coatzacoalcos en Veracruz, para soportar el aumento de la capacidad portuaria en el Golfo. Por su parte, el tendido telegráfico sigue esos mismos pasos: la línea México-Veracruz es también una ruta inicial y sus 408 kilómetros de extensión son cubiertos en su totalidad para 1852. Después, a medida que se integra a la red a las localidades intermedias que pueblan el trayecto primero –Córdoba; Orizaba; Esperanza; Tehuacan, entre otras– se prolonga el tendido hasta Tampico y Matamoros,

---

<sup>13</sup> Citado en Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Hitos de las comunicaciones y los transportes en la historia de México.* México, SCT, 1987:27pp..

<sup>14</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Hitos de las comunicaciones y los transportes en la historia de México.* México, SCT, 1987:244pp.

<sup>15</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Telégrafo.* México, SCT, 1987:63pp.

<sup>16</sup> *Ibidem*; 55pp.



vía San Luis Potosí. Con ello, hacia 1877 la ruta está completa y puede mantenerse la interacción con el ferrocarril, cuyos puntos terminales coinciden. El perfil de enlace hacia Estados Unidos que va tomando la red queda de manifiesto en la instalación de Coatzacoalcos: para 1882 su tendido al interior lo conecta a la región de Veracruz y la zona central del país, y hacia Norteamérica es el principio del enlace trazado que culmina hasta Galveston, en Texas, y que corre mediante cable submarino. Tal entronque abre la posibilidad de comunicación internacional mediante los enlaces del conectante foráneo, corresponsable del trazado.

El desarrollo anterior contrasta con el que logra la telefonía, que para esos tiempos se presenta a un nivel muy incipiente, casi experimental. En 1878 se inicia la estadística de equipamiento y apenas aparecen 8 teléfonos instalados. No obstante, de este primer indicador se catapulta un crecimiento acelerado y permanente: en 12 meses logra el medio centenar y para 1880 llega a las 100 unidades. Poco a poco el parque disponible se duplica en 50% respecto a la capacidad instalada hasta 1890, cuando se llega a la instalación número mil. La expansión no se detiene ya y para comienzos del siglo XX son 3 mil 65 los teléfonos colocados, que se distribuyen entre la ciudad capital y 13 poblaciones más. Ya se cuentan entre ellas a los vértices poblacionales más importantes, que centralizarán las facilidades incluso hasta hoy en día: Guadalajara, que logra registrar 135 estaciones y Monterrey con un superior 413, que, sin embargo, es apenas la mitad de lo habilitado en la ciudad de México: 902 teléfonos entre los dos operadores autorizados.

Para 1881, los sistemas telegráfico, telefónico y ferrocarrilero se empalman de manera definitiva. Su unificación en un solo marco conceptual va más allá de concebirlos como servicios paralelos y enlazados por un desempeño común. Si bien la simbiosis que se privilegia reconoce esos atributos compartidos, establece además una *convergencia entre los tres, que nace y se nutre de compartir la misma funcionalidad, esto es, el transporte. Para el sistema ferrocarrilero, esa cualidad se concreta en el desplazamiento de bienes y de personas; en el telégrafo de mensajes, y en el teléfono de conversaciones simultáneas, con un orden de ida y de vuelta. Por ello se les engloba, define y cataloga como vías generales de comunicación, esto es, como infraestructuras que conducen flujos y se concretan en servicios específicos.* Al prevalecer en la época el tendido de redes físicas, férreas en un caso y alámbricas en los demás, el concepto se encuentra fuertemente imbuido de esa calidad, por lo que se enfatiza la conformación de un sistema con principio y destino, que queda enlazado por tierra mediante los elementos materiales específicos y que nutren cada caso. La **Ley que establece las bases para la reglamentación del servicio de ferrocarriles, telégrafos y teléfonos** hace explícito ese considerando, y clarifica los polos terminales...

***Artículo 1º. El Ejecutivo reglamentará el servicio de ferrocarriles, telégrafos y teléfonos construidos o que se construyan en territorio mexicano, con arreglo a las siguientes bases:***

- I. *Se reputarán vías generales de comunicación los ferrocarriles, telégrafos y teléfonos que en el Distrito Federal y territorio de la Baja California unan entre sí dos o más municipalidades; o al Distrito Federal y territorio de la Baja California con uno o más Estados; los que comuniquen a dos o más Estados entre sí; los que toquen algún puerto en las líneas divisorias de la República con países extranjeros o corran paralelamente a ellas dentro de una zona de veinte leguas.*
  
- II. *Estas vías generales de comunicación y sus construcciones anexas quedarán sujetas exclusivamente a los poderes federales legislativo, ejecutivo y judicial, según su respectiva competencia siempre que se trate de alguna de las siguientes materias... [...]... Impuestos y contribuciones; obligaciones de la concesión o de la ley federal; caducidad de la concesión o de alguno de sus derechos; expropiación por utilidad pública; tarifas; reglamento del servicio; construcción y mantenimiento de obras; seguridad; [...]*<sup>17</sup>

El Artículo 3º del mismo precepto establece que todas las instalaciones que se enlacen o integren a una vía general de comunicación quedan bajo control y regulación de la jurisdicción federal, lo que refuerza el sentido de unidad y de desempeño integrado. Al promulgarse la **Ley de Ferrocarriles** en 1889 ambos conceptos permanecen y se determina una tercera particularidad: la facultad del Gobierno para explotar el derecho de vía en la red ferroviaria. Tal jurisdicción se concreta en el hecho de colocar alambres telegráficos o telefónicos en los postes instalados en paralelo con las líneas de las empresas que explotan el servicio. De esta forma, los tres sistemas vigentes quedaban así íntimamente relacionados a partir de apreciarlos bajo un mismo concepto y, sobre todo, de valorar que su desempeño futuro podía coincidir en los destinos a cubrir por cada uno. El Artículo 19 de la Ley conjunta esa opción e inclusive la incorpora como prerrogativa de los concesionarios...

*“Las concesiones de ferrocarril comprenden los derechos siguientes:*

- I. *El de construir el ferrocarril;*
- II. *El de construir un telégrafo o un teléfono; y,*
- III. *El de explotar el ferrocarril y telégrafo o teléfono por todo el término de la concesión*<sup>18</sup>.

Los instrumentos jurídicos posteriores habrán de insistir y revalidar el marco conceptual anterior. La primera **Ley sobre Vías de Comunicación** de 1898 así lo confirma y en 1902 la **Ley de Bienes Muebles e Inmuebles de la Federación** agrega a las carreteras dentro de esa definición, por lo que también se les cobija bajo protección federal. En el Congreso Constituyente de 1916–1917 se adopta la plataforma y se precisa que la reglamentación secundaria

---

<sup>17</sup> Ibidem; 77pp.

<sup>18</sup> Ibidem; 107pp.

habrá de diferenciar las infraestructuras de carácter local y las de perfil federal, que se constituyen como vías generales. Tal ordenamiento siguió vigente y se asimila en la **Ley de Vías Generales de Comunicación**, que se promulga en 1931 como máximo mandato sobre todas las infraestructuras de comunicación y de transporte, y que habrá de modificarse periódicamente, de inicio en los ejercicios de 1932 y 1940.

La Constitución de 1917 culmina asimismo el proceso con otra disposición meridiana: en tanto vías generales de comunicación, la radiotelegrafía y el telégrafo son monopolio de Estado. Con ello el círculo se cierra: *el Estado se reserva la explotación de las vías generales y podrá hacerlo en forma directa o bien mediante terceros, autorizados para ello a través del otorgamiento de una concesión*. En lo general, esta estructura habrá de permanecer hasta nuestros días y a lo largo de los años la promulgación de una amplia y sólida plataforma regulatoria fortalece su funcionamiento. La propia Constitución, las leyes federales y la reglamentación secundaria que se emiten periódicamente a partir de 1930, tienen ese efecto. Con frecuencia, las modificaciones o interpretaciones que se desahogan son respuesta a situaciones de coyuntura, hecho que ha garantizado la permanencia y validez del concepto básico por más de un siglo.

Diversos Artículos de la máxima norma jurídica regulan pues la paternidad estatal de los servicios y el acto mismo de concesionar la prestación. En este bagaje jurídico se acentúan preceptos que asientan una inferencia doble: aquella que en efecto se desprende de la *lectura lineal de lo que establece y ordena el mandato*; y un segundo acercamiento de *orientación implícita, contenida, entre líneas incluso*, que remite a la forma particular en que el *poder comprende la norma y en consecuencia la aplica, la relaja o simplemente la deshecha e ignora*. Esta dualidad encuentra quizá uno de sus mejores ejemplos en el caso de la radiodifusión, cuyos antecedentes se remontan a la experimentación técnica que domina la primera década del siglo XX. Después, se encuentra la fórmula operativa que va a prevalecer al articular el nuevo medio con la evolución del país y el cambio en el esquema de evolución del capitalismo. El reemplazo de la economía de enclave por un modelo de acumulación basado en la industria, y propiamente en la manufactura, y el desarrollo del mercado interno no podía dilatarse más –de hecho, fue el origen estructural de la propia Revolución– en tanto las condiciones materiales suponían ya la urgencia de esa reestructuración social. El aprecio fue cubierto y solventado por el protagonismo estatal –descrito como la modalidad intervencionista de la relación Estado / economía<sup>19</sup>– que empujó a toda la estructura productiva hacia el nuevo esquema histórico–social de reproducción. Esa ingerencia acoge sin embargo modalidades diferentes. En el período presidencial de Calles se advierte más un afán de *organización y administración de aquel tránsito*, que por lo mismo reposa sobre las mismas estructuras económicas forjadas en el porfirismo y su propuesta de polarización social extrema. La gestión de Lázaro

---

<sup>19</sup> Elmar Alvater. "Notas sobre algunos problemas del intervencionismo de Estado". En: Heinz Sonntag et Héctor Valecillos. *El Estado en el capitalismo contemporáneo*. México, Siglo XXI Editores; 88-133.

Cárdenas viene a desmembrar ese continuismo y propone el esquema contrario: a partir de integrar a todos los sectores sociales en el aparato estatal, se constituye como la *fuerza dirigente de la transición* al capitalismo, que al combinarse con la reestructuración económica de la Segunda Guerra soporta la sustitución de importaciones que caracteriza al aparato productivo nacional en los cincuenta. Tal *acomodo orgánico es entonces similar en ambas gestiones porque uniforma propósitos y busca implantar las formas de producción del mercado capitalista; y, a la vez, es divergente y distinto porque para lograr ese fin apuestan por la continuidad en el primer caso, y por la ruptura en el segundo*. Las telecomunicaciones habrán de reflejar ambas modalidades.

Con la Constitución Política se planteó el fomento al mercado interno y en tal promoción el accionar resuelto del Estado se despliega para reestructurar las dos categorías nodales de las relaciones de producción: la *acumulación* por una parte, y la *dominación social* en simultáneo. La primera tiene por lo menos tres asideros concretos que en seis años se conforman rápidamente: *i)* La reforma agraria que reparte la tierra y la dota de apoyos económicos; *ii)* El direccionamiento intencionado del gasto público, que deriva en una perseverante política de financiamiento estatal para sostener al aparato industrial y a la infraestructura que lo soporte; *iii)* La confección de una estructura paraestatal amplia y diversificada, donde, entre otros, se inscriben **Petróleos Mexicanos** y la **Comisión Federal de Electricidad** para el manejo estatal de las fuentes principales de energía.

La dominación social, por su parte, encuentra un perfil amable en el andamiaje corporativo que Calles inicia y Cárdenas finiquita. La evolución del **Partido Nacional Revolucionario (PNR)** al **Partido de la Revolución Mexicana (PRM)** testimonia la integración de las masas al sistema político, en un partido sectorial que incorpora ya no a individuos ni células, sino a las grandes masas del sector obrero (CTM; **CROM** y **CGT**, entre otras); campesino (ligas de **Comunidades Agrarias** de cada estado; **Confederación Campesina Mexicana**); militar (**Ejército y Marina**, de militancia efímera), y popular, representado principalmente por la **Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP)**<sup>20</sup>. A esta jerarquía se suman las Cámaras industriales, igual consideradas en la óptica gubernamental como *clases oficiales*.

Si bien con lentitud, la estrategia funciona. Aunque limitada, la manufactura alcanza a cubrir cierta cuota de importaciones –en el decenio 1930–40 aquellas descienden en un 10%<sup>21</sup>– y al mantener su dinámica de crecimiento, lentamente estructuran las bases para el desarrollo de la acumulación con sustento industrial. La nacionalización petrolera y eléctrica complementa el proceso al ofrecer energéticos a bajo precio para la expansión de la empresa

---

<sup>20</sup> Ricardo Ramírez Brun. *Estado y acumulación de capital en México 1929-1979*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1980.

<sup>21</sup> René Villarreal. "Del proyecto de crecimiento y sustitución de importaciones al de desarrollo y sustitución de exportaciones". En: *Revista de Comercio Exterior*. Vol. 25, No 3, Marzo de 1975; 319pp.

privada. Se genera “...lo que podría denominarse como la primera ‘acumulación industrial’, caracterizada por la utilización intensiva de la planta instalada que se había venido desarrollando desde el siglo XIX... [y en la que]... predominaba la industria ligera conectada con el consumo directo, pero con existencias tecnológicas mínimas y muy primitivas, atrasadas respecto al panorama internacional...”<sup>22</sup>. Bajo la matriz industrial descrita, la acumulación se configura y sostiene en la producción y realización de bienes de consumo para y el mercado interno. El razonamiento de Vania Bambirra justamente identifica esa evolución, que será básica para el debut de la radio como servicio público...

*“Todo el aparato productivo industrial que, aunque sea precario, consolida las bases para un proceso más amplio de acumulación capitalista y se desarrolla para atender la demanda generada en la clase obrera, en las clases medias (burocracia, profesionales, empleados en servicios, etc.), en el campesinado, en los sectores industriales complementarios, tiende a expandirse acentuadamente para satisfacer las nuevas necesidades generadas por la misma dinámica que lo origina e impulsa. Y se crean industrias de materiales de construcción, textiles, alimenticias, de muebles, etc. Pero, todo este proceso se agudizará cuando, debido a coyunturas internacionales como las generadas por la guerra europea del 14 al 18, por la crisis del capitalismo mundial que empieza el 29 y posteriormente por la Segunda Guerra mundial que empieza el 39, se generan estímulos a la instalación de nuevas industrias a través de la intensificación del proceso de sustitución de importaciones”<sup>23</sup>.*

Y para inyectar un dinamismo extra a ese ciclo virtuoso, entra en operación la estructura anunciante–publicidad–medios masivos de comunicación, que de inicio se asienta sobre los diarios y revistas y pronto sustenta el funcionamiento del nuevo aliado: la radiodifusión. Si el Estado apuntaló el desarrollo de la infraestructura telegráfica, las concesiones otorgadas para explotar la telefonía y la radiodifusión operan como la otra cara de la misma moneda, en tanto estructuran todo un esquema de funcionamiento que puede aplicarse lo mismo a favor del concesionario que para controlar su desempeño, conforme se reordenan las fuerzas económicas. En el caso de la radio, su desarrollo es relevante por tres situaciones: i) la rapidez de su evolución, que se expresa en el ámbito cuantitativo –es decir, con la instalación de estaciones en todo el territorio– y en la composición de la industria, ya que pronto aparece el proceso de concentración de capitales que deriva en la compra de difusoras por un mismo propietario; con ello se configura además la estructura de red que uniforma el desempeño operativo del medio; ii) el esquema de funcionamiento que se adopta, en el que se evidencian con nitidez las premisas del análisis de los medios bajo los parámetros y relaciones que conforma el capital, esto es, con la doble función que hasta hoy

---

<sup>22</sup> Ricardo Ramírez Brun. Op. Cit. Nota 20:48pp.

<sup>23</sup> Vania Bambirra. *El capitalismo dependiente latinoamericano*. México, Siglo XXI Editores, 1977:43pp.

conserva: como *área de reproducción económica en sí*, y como *entidad de soporte para que otros agentes resuelvan su propio proceso de capitalización*; y, *iii*) el *carácter pionero y prototípico* que adquiere esa operación económica, en tanto al arribo de la televisión como servicio público dos décadas después, va a tomarse como modelo a reproducir con las mismas fórmulas; vicios; parentescos y filiaciones.

**B. Los primeros contenidos:  
conjunción de tendencias y conformación de las estructuras concesionadas**

*“Algo hay en el aire”*. El acertijo abre el capítulo de Radiodifusión de la historia oficial de SCT. Y las alternativas de solución que el texto ofrece después recurren a la historia –el *éter*, plantea, al suponer la respuesta de los antiguos– y a la ciencia, cuando la circunscriben a la denominación técnica *ondas hertzianas*. Inmaterial pues; en la categoría de *intangibles* que se entroniza en la actualidad, el *éter* o las *ondas hertzianas* iniciaron a comienzos del siglo XX el acaparamiento de los medios nacionales de conducción<sup>24</sup>. El primer servicio público de telegrafía inalámbrica que se ofrece en 1908, es en suma representativo de las cualidades del nuevo portador: al comunicar las poblaciones de Cerritos en Sinaloa y San José de Cabo, se ensambla el macizo continental del país con la península de Baja California por la distancia más corta: a través del mar: utilizando el aire como soporte. A partir de esa experiencia pionera, la cualidad inalámbrica habrá de integrarse en la red y al inhibir la distancia instala una cualidad decisiva: la emisión llegara tan lejos como la potencia de la estación lo proyecte. Ello asienta un silogismo virtuoso: a mayor potencia mayor alcance. En los sistemas telegráfico y telefónico, el soporte inalámbrico llegó para facilitar el transporte de las señales sin alterar la estructura del servicio. Ambos se catalogaron siempre como *medios de radiocomunicación* que anidaban un *enlace punto a punto*, entre dos entidades que podían ser individuos en una conversación personal, privada, de interés e incumbencia únicamente para los actores directos: justo los que efectivamente intervenían en la comunicación telefónica, o quien recibía el telegrama o giro telegráfico que hacía suyo el mensaje venido de lejos. Esta interacción engendraba además el sistema de *radioaficionados*, que básicamente reproducía la configuración uno a uno.

Más la tecnología que llega plantea una relación distinta, inédita hasta entonces. La plataforma inalámbrica asienta la posibilidad de multiplicar indefinidamente uno de los polos del intercambio, y configura la *relación punto–multipunto*. Ello implica que el origen del enlace pueda erigirse en emisor, en fuente única de comunicación, mientras que todos los que se conectan se transforman en receptores, que ven cercenada su capacidad de responder. La comunicación es de uno a muchos, en el sentido con que la designa el sustantivo en inglés *broadcasting*, esto es propagación de

<sup>24</sup> Cfr. Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Radiodifusión*. México, SCT, 1987.

un transmisor que irradia hacia una zona geográfica específica, donde cualquier receptor puede captar esas ondas, ese éter misterioso que solo al momento exacto de captarse define su identidad y propósito. El mensaje, lo que el emisor único esparce a quien pueda acogerlo, debe ser entonces general, universal, para un interés tan amplio como el que implican los muchos, la suma de todos. Los *medios de radiodifusión son públicos* en tanto su transcurso conlleva que la colectividad huésped –que puede incluso contarse a escala masiva, ya que una potencia de la transmisión mayor puede inundar con su señal a grandes áreas territoriales, sin más frontera que el alcance de esa capacidad– reciba el mismo mensaje, y éste puede exhortar a la movilización inconsciente o a la apatía social; provocar enojo o deleite; entusiasmo o la abulia subliminal; también pretender la identificación del receptor –asumido ya por sí mismo y por el medio como *radioescucha*, por lo cual se integra al conjunto– con valores ajenos, solitarios, que llegan desde el aire sin que nadie note su arribo ni su asiento.

El nuevo medio seduce y convence a dos emisores específicos, institucionales ambos, que ansían interactuar con las comunidades en el ámbito general y propiciar y obtener una respuesta colectiva uniforme: el político, que busca ganar la voluntad del elector o la simpatía del ciudadano; y el comerciante, que intenta allegarse el consumo intensivo de todos. Las dos voluntades habrán de engendrar el perfil respectivo que antes y hoy define a las estaciones radiodifusoras: una minoría dotada de un permiso para operar que se agencia la vocación estatal, pública; oficial, o como recién se le designa, comunitaria. Y las más, dominantes casi siempre y propietarias de una concesión, que toman un perfil comercial, mercantil, y tienen por función primera y última el reproducir a los capitales privados que les dieron origen y garantizan su supervivencia. En México, ambas se conectan por la norma de desarrollo vigente en la década de los veintes, al debut del medio: la intervención generalizada del Estado. En un primer trazo, éste se asume como emisor directo y genera sus propias facilidades de transmisión, que si bien en un primer momento logran la envergadura de las estaciones privadas, al depender de la voluntad política del gobernante en turno van perdiendo fortaleza y poco tienen que hacer frente a la solidez de la oferta privada. En un segundo esquema, la intervención de la instancia estatal no altera el papel histórico que ha tomado desde el término de la Revolución: propiciar las condiciones histórico-materiales para el óptimo crecimiento empresarial.

<b>1. Ensayos, aciertos y definición del entorno regulatorio.</b>
---

A la par que los servicios telegráfico y telefónico, la radiodifusión enseña un patrón de implantación que recorre las mismas fases. Se inaugura con la experimentación sobre la tecnología que nace, y a la comprobación técnica resultante sigue el desarrollo operativo de cada servicio, tema donde resulta imprescindible el tendido de la red para el telegráfico y el aprovisionamiento de los equipos terminales por parte de los usuarios en los casos restantes.

Después, toma forma el cuerpo legislativo que permite la operación, situación que facilita además el soporte permanente del Estado a los proveedores del servicio, cuando no la prestación directa por parte de las agencias encargadas. Hasta fines de la década de los ochenta, tal secuencia se repitió una y otra vez, y en el caso de la radiodifusión, el corolario de todo el proceso no es más que la consolidación del suministro bajo la paternidad privada y el apoyo de la infraestructura estatal para animar y cobijar ese modelo.

En la radio, las pruebas y ejercicios de comprobación técnica comienzan casi al arranque de los veintes. Monterrey; el Distrito Federal; Chihuahua son escenario de ellas. Se suman también los tanteos del **Hotel Madrid** en Cuernavaca; del **Teatro Degollado** en Guadalajara; los procesados en Pachuca, otros en Morelia; San Luis Potosí y asimismo en Toluca. La versión empresarial de esa época plantea como evento máximo de la experimentación las tentativas que Raúl Azcárraga despliega en el **Garage Alameda** con una planta de 50 watts, y que es antecedente del consorcio **Televisa**. El equipo se utilizaba para probar los radiorreceptores que en partes y para su ensamble por un público ansioso se venden en la **Casa del Radio**, filial de la **RCA** estadounidense que se instala en copropiedad con el mismo empresario, y que se empata con otra sucursal de la misma matriz, la **México Music Co.**, que vende discos y fonogramas. Hacia 1925, la empresa se relaciona con Emilio Azcárraga y después lo acompaña como socio capitalista en su debut como radiodifusor. Cuando a fines de 1922, Raúl conoce que las transmisiones de la autoproclamada *Estación central de radiodifusión del Garage Alameda* se escuchan “*más allá de los establos de la Escandón*”<sup>25</sup>, se convence de impulsar el avance de la radio y funda la **CYL**, lo que inicia una tarea que su hermano culmina como quizá ninguno pudo haberlo imaginado.

Con las comprobaciones técnicas y los indicios sobre la aceptación del medio, para los empresarios el camino es más convincente y con esa presunción bajo el brazo solicitan en 1922 las primeras concesiones para operar. Tal proceder era obligado por las disposiciones de los Artículos 27, 28 y 42 de la recién promulgada Constitución, que las establecía como el único esquema autorizado para explotar la radiotelegrafía, matriz de la nueva plataforma. Los permisos de operación que se conceden en 1923 son el inicio de la protección a los radiodifusores privados por parte del Estado. Hasta su expedición, el sector se le percibía como un todo –en tanto *radiotelefonía*, como se le definía– y no se diferenciaba la estructura posible que la misma podía asumir. Con los permisos se derivaron dos servicios fundamentales en la operación de las estaciones: el *punto a punto*, si se implicaba a la *radiotelefonía o a la divulgación*, y el *punto a multipunto*, esto es, el *broadcasting o radiodifusión en sí*. La dicotomía se precisa a mayor profundidad al gravar las estaciones con un impuesto anual definido por la potencia de cada unidad: resultaba evidente que las de mayor capacidad se destinarían a la segunda variante, y por ello el monto a cubrir era superior.

---

<sup>25</sup> Jesús Flores et Pablo Dueñas. “XEB: una estación de radio con historia”. En: *Días de Radio, Tierra Adentro*. Nos 137-138, Dic 2005/Mar 2006; 74pp. Igualmente, SCT. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*. México, SCT, 1987:49pp.



Como primera prescripción que entraña orden y obligaciones, los permisos funcionan como un parteaguas porque son materia de negociación. Si la política era de apoyo al empresario, la primera vía para configurarla era ventilar todos los asuntos del caso con el interlocutor privado y asumirlos como tema de concertación. El desenlace de este accionar siempre ha sido el mismo: su resolución fue en beneficio del actor particular.

En abril de 1926 arriba una plataforma jurídica mayor que habrá de regular a todos los sistemas de aquellos tiempos: la denominada **Ley de Comunicaciones Eléctricas**. La naciente ordenanza federal viene a ser resumen y principio. Asimila el primer marco conceptual surgido en el porfiriato destinado en conjunto a los ferrocarriles y los sistemas telegráfico y telefónico, a la vez retoma algunos enunciados vertidos a lo largo del período 1916-1923, y presenta al fin un empalme jurídico-reglamentario que habrá de permanecer inalterable por varias décadas. Esta amalgama pretende armar una nueva combinación que todo lo sintetice, y para ello reanima el concepto ya acreditado y reconocido, *vías generales de comunicación*. **Resaltar al transporte como el nodo central de cualquier servicio es pues el eje de la norma**. A esa idea dominante de traslado se le asocian dos vectores más: la *conexión física o inalámbrica* y la *plataforma de enlace de uno y mil puntos*, aplicable para la comunicación de dos o la difusión vertical hacia cientos. En cada sistema, la resultante acopla una configuración si bien variable en estructura, obligatoriamente normada en cambio por la eficiencia técnica. El Artículo primero de la Ley garantiza tal principio general, y su enunciado bien podría investirse como la primera formulación jurídico-regulatoria de la convergencia...

*“Las comunicaciones eléctricas comprenden, para los efectos de esta Ley, la telegrafía, la radiotelegrafía, la telefonía, la radiotelefonía y cualquier otro sistema eléctrico de transmisión y recepción con o sin hilos conductores, de sonidos, signos o imágenes”<sup>26</sup>*

En tanto conjunción única de todas las variantes de la comunicación, en la Ley también se uniforman algunas de sus disposiciones más acabadas. De entrada, se reafirma el dominio directo y soberano de la nación sobre el territorio físico y aéreo donde se asientan y funcionan todos los sistemas de comunicaciones atendidos, y la titularidad del Estado sobre la propiedad de los recursos. Posee la facultad de aprovecharlos directamente, a través de los agentes de gobierno, o mediante el concurso de terceros, concordia que se estructura en el otorgamiento y usufructo de las concesiones –que no podrán tener una vigencia superior a los 50 años– y los permisos de explotación pública, que quedan enmarcados como la contraparte al uso comercial de las concesiones. Derivado de este principio se decreta que todas las instalaciones ya operativas o bien por establecer dependen en exclusiva del Estado, titular que podrá autorizar la explotación de ellas o la construcción de otras a personas físicas o morales, a través de la **Secretaría de**

---

<sup>26</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Ley de Comunicaciones Eléctricas*. En: *Leyes y Códigos de México*. México, Colección Porrúa. 459-718pp.

Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP). Con ello, la triangulación normativa que habrá de persistir hasta nuestros días toma sus rasgos definitivos.

Karin Bohmann<sup>27</sup> y Pablo Arredondo con Enrique Sánchez Ruiz<sup>28</sup> coinciden en apreciar la Ley sólo como disposición técnica y administrativa, sin trascendencia en otros temas. Por su parte, el criterio de Fátima Fernández Christlieb resalta desde ya la gran carencia que tanto desde esa proclama inicial como en las que le siguen se manifiesta como constante: *“no hace referencia alguna al contenido de las transmisiones radiales, lo cual permitirá a los radiodifusores implantar el modelo de radiofonía comercial ya practicado en Estados Unidos”*<sup>29</sup>. Al sopesar al precepto, queda en evidencia que la ausencia señalada no es excepcional, en tanto la referencia a contenidos incluida es general, abierta, y por lo mismo poco precisa, indefinida, y sujeta a la interpretación tanto de quien pueda sentirse ofendido como del posible ofensor. La redacción siguiente sobre la Ley presenta los términos y asociaciones que la insistencia ha transformado en lugar común de la normatividad aplicada a los medios. Su repetición en uno y otro instrumento sólo certifica claramente las premisas señaladas: la prohibición general, nada prohíbe... *“En cuanto a los contenidos de la programación, quedaba prohibido transmitir noticias o mensajes cuyo texto fuera contrario a la seguridad del Estado, al orden público, a las leyes del país y a la decencia del lenguaje, o que causaran escándalo o que atacaran en cualquier forma al gobierno o a la vida privada de las personas...”*<sup>30</sup>

La acción de vedar todo y nada a la vez pretende matizar los enunciados genéricos cuando no incluso corregirlos. Tal premisa representa de hecho un ejercicio de poder que para ejecutarse establece una lógica de raíz hegeliana: a toda tesis corresponde una antítesis, y de su confrontación brota una síntesis que las conjunta y resume para que no sea ni una ni otra. De esta forma, el Estado que finalmente emerge después de la Revolución se *“define por su comportamiento estrictamente político: niega lo que reconoce y reconoce lo que niega... [y]... es precisamente en este desdoblamiento contradictorio donde la forma del poder estatal conserva y expande los intereses particulares en el interés general. [Así] “...los concesionarios privados no aparecen como algo extraño y externo al Estado, sino como producto de una sociedad clasista y como parte medular de los*

---

<sup>27</sup> Karin Bohmann. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Conaculta–Alianza Editorial Mexicana, 1989.

<sup>28</sup> Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz. *Comunicación social, poder y democracia en México*. México, Universidad de Guadalajara, 1987.

<sup>29</sup> Fátima Fernández Christlieb. *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos Editor, 1982:99pp.

<sup>30</sup> Adriana Berrueco. *El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923-1953)*. México, UNAM / Instituto de Investigación Jurídicas. Disponible en: [www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11](http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11). Fecha de consulta: 7 de enero de 2006.

*procesos contemporáneos de legitimación...*<sup>31</sup>. Este tratamiento dual se evidencia justo en el Articulado insignia de la propia Constitución Política, e influye en tres de sus principios básicos...

- \* De comienzo, en la definición de las *modalidades pública y privada de la propiedad* (Artículo 27). Con base en esta especificación jurídica, la propiedad del territorio corresponde a la nación por lo que tiene un carácter público. **El Estado, titular de ese derecho y el Gobierno Federal como su agente visible, a su vez tienen la facultad de cederla a los particulares para su aprovechamiento mediante un acto de concesión; éste es un derecho temporal por lo que no significa la entrega de la potestad sobre el territorio entregado.** En consecuencia, el Estado se reserva el atributo de recuperar las propiedades cedidas por causa de utilidad pública –lo que supone un acto de expropiación y la consecuente indemnización–, y de imponer a la propiedad privada las modalidades que pueda dictar el interés de la sociedad.
- \* Seguidamente, en la *prohibición de crear monopolios de cualquier índole*, exceptuándose únicamente los relativos a la *“acuñación de moneda, a los correos, telégrafos y radiotelegrafía...”* (Artículo 28).
- \* Y por último, en *la conformación integrada del territorio nacional*, que incluye el espacio aéreo por el que se propagan las ondas electromagnéticas (Artículo 42, Fracción VI). Bajo esta noción, el Estado tiene el dominio directo y total sobre el recurso, por lo que su explotación por agentes distintos demanda un acto de gobierno (concesión) que permita ese ejercicio.

El entrelazamiento de los tres conceptos enunciados y la generación de distintos silogismos interpretativos aplicables a cada situación, han servido de base para regular a las telecomunicaciones y a los medios electrónicos durante más de siete décadas. Por ejemplo, al instaurar el monopolio estatal sobre el espacio electromagnético y la telegrafía se estructura el desempeño de las instancias oficiales de servicio, que por igual se regulan mediante un conjunto de normas federales establecidas en forma periódica desde 1926; en 1931, y en 1960, cuando debuta la legislación de radio y televisión. Tal andamiaje jurídico-político va a sustentar la conformación de una estructura de suministro soportada en tres elementos, típica por su parte de los países que adoptaron el monopolio público como fórmula de regulación: el llamado *complejo postal-industrial*. Éste incluye el liderazgo del Estado como instancia bisagra que entrelaza a los **fabricantes de equipo y de sistemas** –esto es, las empresas que conciben y producen la tecnología, generalmente de identidad extranjera y este caso la hacen llegar a país mediante importaciones o a través de una representación mercantil–, con los **operadores y las compañías prestadoras de los servicios**, quienes lo mismo se formalizan en agencias estatales monopólicas; ya en compañías con inversión pública

---

<sup>31</sup> Patricio Marcos. “Estado, concesiones, monopolio. ¿Existe el monopolio televisivo?”. En: El Estado y la televisión. *Nueva Política*. Vol. 1, No. 3, Julio-Septiembre; 1976:250-251pp.

dominante o bien minoritaria; o igual en firmas privadas que han sido autorizadas a proporcionarlos. El tercer pilar del *complejo* se conforma por los **usuarios**, quienes explotan los sistemas y configuran una tipología dual: personas físicas que aprovechan los sistemas como bienes terminales, y personas morales que les integran como bien de inversión en sus procesos económicos respectivos. En una u otra circunstancia, los dos actores demandan servicios eficientes; accesibles; funcionales y de buena calidad<sup>32</sup>.

Al mantener preeminencia sobre el *complejo*, las entidades estatales concretan las políticas institucionales y en la práctica conducen el desarrollo del sector. Se encargan de concebir y diseñar los servicios y para ello interactúan con la demanda y los proveedores; seleccionan y compran la tecnología de cada sistema y preparan los recursos necesarios para su implantación; generan los mecanismos administrativos, de operación y mantenimiento de cada uno, y contribuyen a determinar las tarifas o los derechos aplicables. Asimismo, controlan el ritmo de innovación de sus infraestructuras y ejercen la gestión y comercialización del servicio de manera directa, o bien apoyándose en agentes seleccionados. Ya con eficacia y suficiencia, ya con letargos o inercias, las agencias estatales condujeron la evolución de las telecomunicaciones hasta mediados de los ochenta. En México, desde su emergencia en 1942, la encomienda recayó en la entidad dependiente de la SCT, **Dirección General de Telecomunicaciones (DGT)**.

## 2. La emergencia del monopolio privado a dos estribos.

Bajo la yuxtaposición que integra y confunde el interés privado con el interés público, se promueven dos movimientos que serán terminantes en la conformación de la industria concesionaria de radiodifusión. Primeramente, la reinterpretación de los Artículos 27 y 28 de la Constitución Política, a los que se les aplica un sesgo político que reelabora sus declaratorias iniciales para plasmar un nuevo enfoque utilitario, que garantice el interés del concesionario y legitime la propia interpretación que le confiere tal garantía. En segundo lugar, la alineación de la estructura corporativa estatal para garantizar que el interés privado pueda disponer del entorno institucional para expresarse y legalizar el proceso de reproducción que lo anima, sin que se violente el orden vigente.

### 2.1 Hacia una atenuación controlada, justo con la flexibilidad necesaria.

A la letra, el planteamiento de los Artículos 27 y 28 puede tornarse inflexible. Si todos los recursos del territorio nacional son propiedad pública, su cuestionamiento proviene de un silogismo derivado del Artículo 27 que se

---

<sup>32</sup> Cfr. Eli Noam. "International telecommunications in transition". En: R. Crandall et K. Flamm. *Changing the rules: Communications*. Washington, The Brookings Institution, 1989, 257-297pp

expresa en cuatro tiempos...

- i) Si la nación mantiene la propiedad original sobre el espectro radioeléctrico, y,
- ii) La explotación del recurso es asunto de interés público;
- iii) El Gobierno Federal en tanto agente visible del representante de la Nación, el Estado, tiene el derecho de establecer la modalidad de propiedad que considere adecuada para ese aprovechamiento. Por ello,
- iv) El Ejecutivo otorga la concesión y con ella el derecho de explotar el espectro radioeléctrico a agentes privados interesados y seleccionados, quienes, así, *mantienen dominio sobre el recurso y sobre las formas de aprovecharlo durante la vigencia de la autorización.*

La aplicación del razonamiento como criterio rector para autorizar concesiones, desde las adjudicadas a la radiodifusión en los tiempos pioneros hasta las que se asignan después, propicia la emergencia de cuatro considerandos principales que en efecto han conducido la explotación televisiva y de hecho de cualquier sistema que aproveche las frecuencias electromagnéticas.

***a. Al reconvertir la propiedad pública sobre el espectro electromagnético en propiedad privada, queda cuestionado el dominio efectivo de la nación sobre el recurso.***

Esta entrega implícita en el acto de concesión y en el procedimiento jurídico que lo acompaña, se genera en tanto el proceso de otorgamiento de la concesión *regula y establece el ANTES de la explotación, esto es, el derecho de explotarlo y un titular del mismo, y deja libre y sin determinar el DESPUÉS de la concesión, es decir, el cómo y el fin de explotarlo.* Aunque si bien la reglamentación aplicable remite al cumplimiento de los objetivos por los que se otorgó, la experiencia demuestra que al evaluar tal observancia y desempeño ha prevalecido un criterio flexible y laxo que trata con benevolencia al concesionario. Además, el nivel de abstracción con el que se redactaron los compromisos que adquiere el concesionario implica que casi con cualquier acción concreta pueda darse por satisfecho el requerimiento. La transmisión de una obra de teatro, por ejemplo, puede redimir al titular de la obligación pactada de promover la educación, y poco importa que aparejada a esa emisión se vehiculicen otros mensajes que funcionan como la contraparte de ese esfuerzo porque publicitan la ignorancia y la simpleza como formas auténticas de vida. Ello implica que se privilegie el aprovechamiento del recurso y su entrega a la empresa privada, y no el desempeño concreto de quien lo utiliza. En consecuencia, el titular de la concesión puede actuar como mejor convenga a su interés y a su voluntad de intervenir en la industria de radiodifusión, mientras su compromiso social puede relajarse o nunca manifestarse. El *antes* y el *después* de cada concesión son asimismo particularidades que explican el porque la reglamentación inicial –que en radiodifusión estará vigente hasta la publicación de la Ley respectiva en 1960– solamente puntualiza requerimientos técnico–administrativos como

parámetros y medidas definitorias del acto de concesión, y no trata siquiera en forma marginal el perfil de los contenidos y de la programación a transmitir por el futuro operador en la región donde actúa. **Lo fundamental para la autoridad es la explotación en sí, no el objetivo que la encamina y menos la relación con el interés público.**

*b. Derivado del punto precedente, se concluye que el interés público que subyace en la explotación del espectro para instalar sistemas de radiodifusión, queda relegado y se convierte de hecho en ejercicio privado en tanto son las concesionarias quienes tienen la potestad de habilitar los servicios y la facultad para determinar el cómo, cuando y el con qué elementos de programación se les explota en específico.*

En efecto, la penetración en extensión y profundidad de los servicios (coberturas); sus direccionamientos y propósitos; tarifas y condiciones; incluso, la tecnología con la que se explotan, son definiciones que se entregan al concesionario bajo el supuesto de que *dispone y cultiva la capacidad necesaria para establecerlas*. Si en los sistemas tradicionales de telecomunicaciones como el teléfono o el telégrafo –que en última instancia solamente entregan la posibilidad técnica y funcional de intercambio entre individuos interesados– tales particularidades son sustantivas e inclusive podrían catalogarse como necesidades de la operación, en los servicios de radiodifusión que implican a la colectividad y la interacción social, esa cesión al particular lo coloca *de facto* como instancia estatal, en tanto *actúa como depositario real de la voluntad general de la comunidad donde opera*, a la que interpreta en sus requerimientos, deseos y aspiraciones para estructurar y proponer su oferta programática. Este traslado se ha arraigado a tal extremo, que es una de las bases que sostienen el dicho de los concesionarios de televisión cuando afirman que *sus contenidos son lo que el ciudadano quiere y no más*.

*c. El énfasis anterior se afina al considerar que el otorgamiento de las concesiones se conforma como una acción discrecional del Ejecutivo Federal, quien de facto acrecienta su poder real al decidir la identidad del titular de las mismas conforme a una percepción subjetiva de la solicitud y del proyecto de explotación que se le somete.*

En este sentido, pueden hacer legión las demandas y postulaciones que cumplan por entero los requisitos técnicos y administrativos, y únicamente expedirse aquellas que mejor satisfagan esa apreciación personalísima –y desde luego no exenta de intereses creados– de quienes ejercen la facultad. Tal *potestad metapresidencial* que se adiciona a las funciones nominales del Ejecutivo puede ilustrarse con una referencia llegada de los veintes. Así, en febrero de 1926 y como respuesta a la solicitud expresa del Presidente de la República, el Diario Oficial publica la disposición por la cual el Ejecutivo Federal está facultado para promulgar leyes. Con base en tal autorización, se origina la Ley

de Comunicaciones Eléctricas de 1931, misma que de hecho sustentó la petición presidencial<sup>33</sup>. A partir de entonces, el involucramiento directo de la Presidencia en el desarrollo de la radiodifusión, premisa que tanto en el accionar institucional y directo del poder como en el informal expreso en actitudes y conductas subjetivas de toda la estructura del Ejecutivo, tiene un impacto frontal en el desarrollo de la televisión, ya en los cincuenta.

*d. Al perpetuarse la vigencia de las concesiones otorgadas –no se tiene conocimiento de una revocación; a la inversa, aquellas de los titulares más poderosos se han renovado una y otra vez desde su expedición original –el dominio transferido se asume como propiedad definitiva e inalienable.*

Las raíces de la dominancia de los concesionarios en la radiodifusión nacional son pues muy hondas: comienzan a arraigarse junto con los silogismos jurídicos que debutaron en los veintes y no han dejado de prodigarse, manteniendo la presencia constante del concesionario en el medio como un hecho natural, legítimo y producto de las mejores prácticas regulatorias. Y el círculo, como expone Patricio Marcos, es perfecto. *“Otorgar una concesión a una empresa de radio y televisión es una forma de participación estatal, o, más exactamente, es el acto de participación estatal por excelencia pues con él el Estado crea la propiedad privada, es decir, el derecho de uso para propalar las ondas electromagnéticas sobre el espacio situado sobre el territorio nacional...”*<sup>34</sup>.

## 2.2 El rastreo reglamentario: redundar una y otra vez, hasta ceñir al precepto.

La metamorfosis del Artículo 28 es más formal y acabada que la emprendida para el 27. Se alimenta y se sostiene en la letra de un armazón secundario que pretende explicarlo y actualizarlo conforme a la interpretación del Ejecutivo y sus funcionarios superiores. Mediante leyes y reglamentos que se promulgan sucesivamente desde 1926 y hasta 1937 (**Recuadro 4**) se estructura una serie de ejes condicionales que habrán de suavizar la contundencia de la norma Constitucional: si, y solo si, se configuran las descripciones que incluye cada ordenanza, podrá conformarse e implicarse una situación de monopolio. Así, las definiciones que se ofrecen estructuran un *patrón de referencia e imágenes determinado de antemano donde cada caso se confronta, y si el resultado que entrega esa superposición muestra concordancia con el modelo predefinido, se conforma la figura del monopolio. Si, por el contrario, se rompe esa fidelidad, no habrá monopolio posible* Como trazo primerizo, ese patrón prefijado instituye una exigencia relativa a la estructura del monopolio. Éste se enmarca como la...

---

<sup>33</sup> Fátima Fernández Christlieb. Op. Cit. Nota 29:109pp. y Adriana Berrueco. Op. Cit. Nota 30.

<sup>34</sup> Patricio Marcos. Op. Cit. Nota 31:264pp.

#### Recuadro 4. La Reglamentación del Artículo 28 Constitucional

Como se ha señalado, al Artículo 28 Constitucional prohibía la conformación de monopolios. En tanto el texto desarrolla algunas reflexiones sobre el contenido del precepto, conviene reproducirlo con exactitud para una mejor comprensión de las mismas...

##### Artículo 28 de la Constitución de 1917

*En los Estados Unidos Mexicanos no habrá monopolios ni estancos de ninguna clase; ni exención de impuestos; ni prohibiciones a título de protección a la industria; exceptuándose únicamente los relativos a la acuñación de moneda, a los correos, telégrafos y radiotelegrafía, a la emisión de billetes por medio de un solo Banco, que controlará el Gobierno Federal, y a los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la reproducción de sus obras, y a los que, para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.*

*En consecuencia, la ley castigará severamente y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acto o procedimiento que evite o tienda a evitar la libre concurrencia en la en la producción, industria o comercio, o servicios al público; todo acuerdo o combinación, de cualquier manera que se haga, de productores, industriales, comerciantes y empresarios de transportes o de algún otro servicio, para evitar la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados; y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva o indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social. No constituyen monopolios las asociaciones de trabajadores formadas para proteger sus propios intereses.*

*Tampoco constituyen monopolios las asociaciones o sociedades cooperativas de productores para que, en defensa de sus intereses o del interés general, vendan directamente en los mercados extranjeros los productos nacionales o industriales que sean la principal fuente de riqueza de la región en que se produzcan, y que no sean artículos de primera necesidad, siempre que dichas asociaciones estén bajo la vigilancia o amparo del Gobierno Federal o de los Estados y previa autorización que al efecto se obtenga de las Legislaturas respectivas en cada caso. Las mismas Legislaturas, por sí o a propuesta del ejecutivo, podrán derogar, cuando las necesidades públicas así lo exijan, las autorizaciones concedidas para la formación de las asociaciones de que se trata.*

Desde la administración de Calles (1924-1928) hasta la respectiva a Cárdenas (1934-1940), el Artículo fue sujeto a modificaciones jurídicas constantes, que claramente demuestran la voluntad política de mitigar el mandato original mediante la intervención de nuevos protagonistas tanto del aparato estatal como de los actores productivos, que de esa forma pueden hacer valer sus intereses sin atentar contra la directriz Constitucional. El soporte ideológico de estos ajustes fue la aparente necesidad de encauzar el funcionamiento económico para que la máxima constitucional pudiera concretarse como se planteaba, dentro del escenario teleológico de bienestar general. Es por ello que se postulan etapas económicas intermedias en las que el concurso estatal es básico. Así se produjeron...



Recuadro 4. La Reglamentación del Artículo 28 Constitucional (Continuación)

\* *Ley Reglamentaria del Artículo 28 Constitucional del 18 de junio de 1926*, decretada bajo la Presidencia de Calles. Reproducía casi a la letra el ordenamiento original y sobre todo detallaba las prácticas monopólicas en productos básicos –por ejemplo se prohibía la propiedad simultánea de molinos y de la comercialización de granos, y se permitía la importación de alimentos como medio para regular precios.

\* *Reglamento a la Ley del Artículo 28 del 13 de diciembre de 1926*, promulgado igualmente durante la administración de Calles. Plantea la creación y conformación de la Junta Central Consultiva del Comercio y de la Industria (JCCCI), instancia institucional de regulación de la economía, integradas por todos los sectores sociales y coordinadas por el aparato estatal.

\* *Ley Orgánica del Artículo 28 Constitucional relativa a monopolios del 24 de agosto de 1931*; con la titularidad presidencial de Ortiz Rubio (1930-32). Definía al monopolio como ***“toda situación industrial o mercantil en la cual queda suprimida la libre concurrencia con perjuicio del público en general o de alguna clase social”*** (Artículo 2º). Denunciaba los actos de monopolio, en especial el acaparamiento para fijar precios, y facultaba a la **Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo** a cuidar el *exacto cumplimiento del Artículo 28* (Artículo 18), inclusive mediante verificaciones físicas.

\* *Reglamento de la Ley Orgánica del Artículo 28 Constitucional relativa a monopolios, del 19 de diciembre de 1931*; promulgado igualmente bajo la Presidencia de Ortiz Rubio. Es el documento base del análisis de Marcos<sup>35</sup> (1976). Destaca el analista que [un]... ***“aspecto del ordenamiento que conviene retener es el que se refiere a la forma de participación e integración de los intereses particulares y privados en la estructura estatal, portadora por axioma de los intereses generales...”*** Tal sinergia se lograba mediante la conformación de un Consejo Nacional de Economía –derivado de la JCCCI de 1926 –con representación general de los sectores productivos, que estaría encargado de regular la producción, distribución y consumo para que la economía funcionara de manera armónica y sin desajustes. El Artículo 43 de Capítulo cuarto del Reglamento que Marcos evoca es transparente en cuanto a la obligatoriedad de integrar ese Consejo. Cita el autor: ***“Para los efectos de la ley y sus reglamentos, no se entenderá por clase oficial al grupo de comerciantes, productores o empresarios afectados por las medidas que se tomen con apoyo en sus disposiciones”***. Y comenta: ***“el sentido es diáfano. Los particulares, o se integraban a las corporaciones que el Estado promovía a través de sus gobiernos, o se les amenazaba con dejarlos a la intemperie”*** (Ibidem). En la concepción estatal, pues, no había clases sociales y menos un antagonismo: bajo su tutela se habían transformado en *clases oficiales* que cumplieran su labor en la producción o el trabajo para beneficio del país y de sus habitantes.

<sup>35</sup> Op. Cit.; 256pp.

Recuadro 4. La Reglamentación del Artículo 28 Constitucional (Continuación)

\* *Ley Orgánica del Artículo 28 Constitucional en materia de monopolios del 31 de agosto de 1934* (Abelardo L. Rodríguez; 1932-34). Resulta fundamental para nuestro tema porque plantea la *facultad del Estado para intervenir como agente conciliador en la producción, con el propósito de ordenar los desajustes naturales de la economía y equilibrar los mercados*. Tal coordinación se ejercía mediante **Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo**, cuyas tres denominaciones eran sujetos de la misma, esto es, los fabricantes, comerciantes y consumidores. Bajo su tutela funcionaba el **Consejo Nacional de Economía**, instancia de consulta, opinión y acuerdo entre los tres sectores mencionados para *limitar la concurrencia económica* de forma que puedan *regularse los precios y prever su impacto en los salarios y en los beneficios del consumidor*. Se definían los actos de monopolio y se exceptuaban de ellos a los servicios concesionados con tarifas aprobadas oficialmente y a empresas de participación estatal. Una precisión importante es la penalidad por los actos cometidos, que se remiten a multas y sanciones administrativas.

La frecuencia de estas modificaciones es indicativa ya del acomodo de las fuerzas e intereses que se manifestaban en la estructura de gobierno. Paradójicamente, todas confluyen en un propósito: reconvertir la disposición constitucional en soporte para la expansión empresarial sin los frenos ni obstáculos que a la letra aquella planteaba.

*concentración o acaparamiento industrial o comercial, y toda situación deliberadamente creada que derive en o establezca una posición de supremacía o dominio económico para una o varias personas.*

El condicionante infiere que la prohibición se establece cuando el privilegio es resultado de una voluntad o intención, por demás perniciosas, que efectivamente se proponen y maniobran para conformar aquella ventaja ilegítima. Semejante raciocinio permite plantear la tesis contraria: *algunas posiciones de dominio monopolístico se estructuran de manera natural, sin crearse deliberadamente*, esto es, se gestan y prosperan en forma espontánea, producto del accionar y dinamismo de los capitales en juego que actúan, exploran, se mezclan y confunden; se desempeñan y arriesgan en el medio productivo. *Existen pues monopolios naturales*, y éstos no son motivo de censura y menos de prohibición: suponen que el capitalista ha comprometido sus recursos con vigor y decisión y si en la práctica empresarial surge una estructura monopolística que les puede resultar benéfica, será por la mecánica propia del mercado en el que interviene activamente, y no por el aprecio o intencionalidad para constituirla por parte del empresario y de su desempeño productivo.

Aunque profundamente maniqueo –pero por completo sintomático del ambiente de esos tiempos: la retórica oficial había inflado a las *clases oficiales*, erigiéndolas como el grupo social más virtuoso del reino– el argumento planteado

habrá de perdurar por algunas décadas como parámetro oficioso para evaluar la configuración del mercado nacional de radiodifusión. Después, al arribo de los análisis econométricos y la cuantificación productiva, ese dictamen se afina y especializa y encuentra una explicación teórica más vigorosa, suficiente para dotarse de mayor legitimación en tanto ahora se asienta en rendimientos, balances y activos. En el nuevo escenario, se considera que en el mercado televisivo el monopolio representa la estructura natural, propia y adecuada por los altos costos de producción. Por la envergadura de ese factor –se redondea– la empresa televisiva sólo puede recuperar la inversión si optimiza las economías de escala, que en su caso se representan por la cantidad: *concretar la mayor audiencia posible para vender a un mayor precio el tiempo de transmisión publicitaria*. Ello conduce a la conformación de un monopolio *de facto*, ya que la rentabilidad de la televisora solo se logra cuando se *suma la mayor parte del universo de receptores*, alternativa que se elimina si operan más emisoras. Con su programación, éstas captarían receptores, rompen la cantidad y pulverizan a la audiencia, que al fragmentarse respecto a su integración original desgaja la economía de escala indispensable. *Así pues, la forma única de garantizar el negocio televisivo y lograr la reproducción de los capitales concurrentes, se logra al concentrar la oferta televisiva en una empresa única, y si eso no es posible acaso en dos, para implantar un duopolio que divida en ese número al público receptor sin atomizar la cantidad necesaria para interesar a los anunciantes*<sup>36</sup>. Tal argumento ha nucleado decisiones distintas. En julio del 2004, ese fue justo uno de los argumentos que la **Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión** de la SCT estableció para justificar la adopción del estándar estadounidense para la transición hacia el formato digital terrestre de la televisión. Después de enfatizar que en casi todo el mundo no se contaban más de dos operadores que se dividían el mercado –y por ejemplo, enfrentaba a una televisora pública con una comercial, como son los casos de Gran Bretaña y de Alemania– se informaba que la razón económica había implicado dos medidas de política pública relacionadas. Por un lado, que no se hubieran otorgado más concesiones en las plazas más grandes porque con ello se afectaría la lógica económica de las dos empresas dominantes; y, en segunda instancia, la entrega de las llamadas *frecuencias espejo* para la migración del formato analógico al de alta definición a esas mismas empresas, únicas que podían enfrentar la inversión necesaria para atender ese proceso<sup>37</sup>.

El segundo trazo del patrón reglamentario define el *para qué de la situación de monopolio, su impacto y consecuencias*. Así, el objetivo esencial del privilegio que una o varias personas logran, es

*imponer los precios de los artículos o cuotas de los servicios,  
lo que perjudica al público en general, o bien a alguna clase social.*

---

<sup>36</sup> Cfr. Enrique Bustamante. *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona, Gedisa, 1999.

<sup>37</sup> Cfr. Ponencia de la SCT en el Seminario Internacional *Implicaciones y Consecuencias de la Tecnología Digital para la Radiodifusión en Latinoamérica*, México, D.F., septiembre de 2004.

De nuevo entre el bien y el mal, el enunciado juzga que el comportamiento de individuos, grupos y clases va más allá de las relaciones sociales vigentes, por lo que se sitúa en un voluntarismo de dos perfiles: deshonesto e inmoral si el monopolio se ejerce en perjuicio de ciudadanos o comunidades; benigno y positivo si no se utiliza con ese fin. Tal subjetividad máxima confiere al Estado una posibilidad también dual para aplicar el 28 Constitucional: primero debatir si existe perjuicio social en el desempeño concreto de una firma dada, y conforme ese diagnóstico, deducir si se trata de una situación de monopolio o simplemente de libertad de empresa. El elemento a sopesar para desahogar el primer juicio es además preciso: precios y cuotas. De esta forma, esas cantidades pueden ser altas o bajas; reales o determinadas sin base alguna; justas en ganancia o exageradas para incrementarla. No importa el juego económico que las configure: si la autoridad determina que no causan perjuicio alguno podrán aplicarse y transcurrir sin límite ni cuestionamiento. Es irrelevante entonces la posición que guarda en el mercado cada uno de los agentes económicos y anecdótico el grado de concentración de su oferta pública; lo trascendente, es la percepción que el Estado infiera sobre esas dos condiciones ya para prohibir su ejercicio monopólico si se valora que afecta al público o a las clases sociales; ya para consentir y favorecer al que se juzgue con el desempeño inverso y por tanto sin agravio alguno. Si bien con tal juicio se pretende desahogar un simple ejercicio técnico y dotar a la interpretación de un perfil higiénico, su praxis remite sin embargo a un juicio de valor como criterio básico que habilita y ejerce la autoridad y el funcionario en turno.

Una segunda variante del argumento ha sido fundamental para mantener el statu quo de la radiodifusión. En tanto la situación de monopolio se configura cuando se genera una situación ventajosa para el proveedor y lesivo para el público en general, queda fuera de evaluación la estructura del mercado, y si en específico el suministro es proporcionado por un solo proveedor, si el suministro es único. Tal condición no es regulada y menos censurada. **Lo que se castiga es el monopolio y no la proveduría singular.** Y en tanto es el Estado quien califica esa situación y quien a la vez tiene en sus manos el otorgamiento de más concesiones, la prestación por un solo proveedor no es cuestionable entonces. Sólo cuando su ejercicio es perjudicial podrá censurarse.

Aunque las premisas señaladas son historia añeja, su evocación y aprovechamiento han estado lejos de conformarse como un recurso superado, como artificio sin presente. A la inversa, en una declaración que de tajo revitaliza a cada una, la Administración Federal gobernante en 2007 ha vuelto a enunciarlas y a demostrar que su validez y pertinencia son actuales; contemporáneas; rutinarias aún, y que la treta y el enredo siguen siendo moneda corriente sin que importe la cronología. *“Nunca he reconocido que existan monopolios en la industria de la radio y la televisión,* afirma así el titular de SCT. *Hay competencia... [...] la radio es de las más competidas y el Gobierno reconoce el esfuerzo que ha hecho la radio para llevar a los hogares cultura, educación y*

*entretenimiento...*<sup>38</sup> Como es evidente, la óptica de análisis se impone al objeto de estudio y califica a la estadística con un juicio único. Para el funcionario, resulta intrascendente la realidad del mercado y es anecdótico que **Televisa** acapare el 66% de las frecuencias concesionadas de televisión, y que su acompañante en el segundo puesto, **TV Azteca**, disponga de un restante 31% para concentrar entre las dos 451 concesiones sobre 465 posibles<sup>39</sup>: la percepción del gobernante es lo que cuenta; y su juicio el que permanece.

### 2.3 Y conformar una garantía válida más allá de propiedad privada monopólica.

Pero la inferencia estatal que propicia y conduce al entendimiento laxo del Articulado Constitucional no parece suficiente para satisfacer o inhibir la praxis empresarial y los intereses que promueve y defiende. Para aumentar las garantías que blinden su concurrencia, el intervencionismo estatal se lleva a un plano superior, y corresponde a la administración de Cárdenas el concretarlo en ese nivel mediante disposiciones tangibles y funcionales. Para ello, se acomoda el **Plan Sexenal**, cuya edición de 1934 establece una articulación política esencial para el empresariado: el esquema general de involucramiento de todos los sectores sociales tanto en la instancia partidista como en la estructura de gobierno, mismo que se habilita con el propósito de que sus intereses y voluntades se integren e interpreten en el entorno institucional hasta su satisfacción plena. Así, el Plan establece con transparencia los tres elementos que habrán de conjugarse para conquistar esa articulación voluntaria... *“El concepto de las funciones del Estado que se consigna en el Plan Sexenal, según nuestro entender, descansa en tres realidades concordantes: la Revolución, el Partido y el Gobierno. La Revolución es el fenómeno histórico que consiste en el hecho de que el pueblo asuma activamente la empresa de realizar una nueva concepción de la vida en sociedad, transformando las instituciones públicas y el régimen de la producción. El Partido es el órgano mediante el cual la Revolución se manifiesta en acción política y social, para asumir el poder público y mantenerse en él mediante su actuación en la lucha democrática, y para transformar el régimen de convivencia social. Y el Gobierno, mientras se halle en manos del Partido Revolucionario, es el órgano de gestión pública a través del cual la Revolución realiza sus finalidades”*<sup>40</sup>. El razonamiento prioriza la omnipresencia del gobierno como instancia práctica, material y concreta, que condensa el hecho revolucionario y clarifica el objetivo partidista para establecer una praxis cotidiana, que se transforma en una acción virtuosa con un objetivo único: lograr el beneficio superior de las masas, protagonistas titulares del entusiasmo revolucionario y de la

---

<sup>38</sup> Cfr. Angelina Mejía. “No existe monopolio en radio y TV: Téllez”. En: *El Universal*, 9 de octubre de 2007; Verónica Gascón. “Niega SCT haya monopolios”. En: *Reforma*, 9 de octubre de 2007; y, Ana Laura Acevedo. “Sana competencia en radio y televisión: Luis Téllez”. En: *El Financiero*, 9 de octubre de 2007.

<sup>39</sup> Hasta el 2004. Datos de Jenaro Villamil. “Radio y TV: concentración y privilegio”. En: *Proceso*, No 1455, 19 de septiembre de 2004.

<sup>40</sup> La información se toma del portal del **Instituto Nacional de Estudios Políticos AC**, página Textos Políticos. Disponible en: [www.inep.org](http://www.inep.org); Fecha de consulta: 12 de junio de 2006.

inspiración del Partido, y asimismo de todos los sectores sociales, que se integran tanto al Partido como a las acciones de Gobierno.

Más si el binomio Partido–Gobierno canaliza y expresa el interés de cada sector, las instancias para captarlos son distintas aunque igualmente efectivas. Si el Partido incluye y cobija a las grandes mayorías, el empresario encuentra su lugar en el corporativismo que lo asimila a la estructura de gobierno, donde la manifestación de sus intereses no es retórica sino práctica, donde tiene ocasión de influir en los planes que efectivamente habrán de implantarse. La promulgación de la **Ley Federal de Cámaras de Comercio e Industrias** de 1936, prevé y obliga esa participación, y las empresas deben afiliarse en su gremio respectivo para adquirir identidad y personalidad colectiva.

La Ley determina que las Cámaras de cada rubro industrial se definan como órganos de gestión y consulta ante el Estado (*Recuadro 5*), y en tal protagonismo pueden incidir en la interpretación del Gobierno sobre los objetivos del Partido y en las actividades y políticas oficiales que de ellos provengan. Mediante esta fórmula dual de concurrencia, *“se hizo una distinción entre la ‘política’, entendida como la lucha de poder entre los partidos de la cual los empresarios se mantuvieron al margen hasta los setenta, y ‘las políticas’, entendidas como aquellas acciones que buscan influir en el poder político para obtener una ingerencia o beneficio en la toma de decisiones a escala gubernamental. Fue en este segundo ámbito donde las estrategias corporativistas tuvieron como objetivo reformar la participación del empresariado en la formulación de políticas económicas y laborales”*<sup>41</sup>. En la industria de radiodifusión, la alternativa que abre la bifurcación ficticia *política–las políticas* fue aprovechada sin letargo alguno. El 27 de febrero de 1937, únicamente seis meses después de promulgada la Ley, se origina una primera **Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER)**, que nace a impulso de los empresarios de provincia para buscar contrapeso al dominio de las estaciones capitalinas. Después de la concertación indispensable que desata esa postura inicial, se impone la preeminencia del más fuerte y en junio del mismo año se refunda la alianza y el cambio añade a la denominación original el perfil de los agremiados: aflora entonces la llamada **AMERC (Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales)**. Para lograr su integración en la estructura estatal que aglutina a los industriales de la **Cámara de Comunicaciones y Transportes**, conforma la sección de **Radiodifusión**, lo que permite el intercambio constante entre la industria y la clase política gubernamental. Después, en 1941, la Asociación se fortalece y deriva en la actual **Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)**.

La estructura bipolar Estado–concesionarios que se pinta en 1937 va a solidificarse en el corto y mediano plazo, y a tornarse cada vez más solvente y poderosa conforme la industria se desarrolla y se vuelca hacia la radiodifusión

---

<sup>41</sup> Alicia Ortiz Rivera. “El sector empresarial en México”. En: *Academia y Consumidores: Actores centrales en la responsabilidad social empresarial*. México, Red Puentes México, 2004:36-37pp.

### Recuadro 5. El vector empresarial

Las asociaciones empresariales cambian también con la Revolución. En 1917, a la par con la promulgación de la Constitución, llevan a cabo el **Primer Congreso Nacional de Industriales**, que plantea un proyecto nacional de industrialización. El mismo año se funda la **Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (Concanaco)** y en 1918 la **Concamin (Confederación de Cámaras Industriales)**. La primera agrupaba a los comerciantes que pugnaban por el libre mercado; la segunda pugnaba por un proyecto nacional de desarrollo donde el Estado cumplía una función de promoción y rectoría sobre el mismo. La Ley promulgada reforzaba a ambas instituciones, ya que ahora podían asimilar a todas las Cámaras fundadas obligatoriamente, que a su vez integraban a la mayor parte de las empresas existentes. Para 1928, se funda la **Asociación de Banqueros de México** que entrelaza a representantes de las instituciones de crédito, finanzas e inversión, y como respuesta a la reglamentación del Artículo 123 Constitucional de 1929 se estructura la **Coparmex (Confederación de Patrones de la República Mexicana)**, influenciada profundamente por los empresarios del norte del país. Así pues, en tanto la Ley en comento transformaba a las Cámaras en órganos de consulta, hacía converger este cúmulo de intereses y voluntades en las instancias oficiales de decisión y planeación del gobierno, además con un carácter transexenal que desde luego el empresariado ha aprovechado con creces.

televisiva. Como en una familia donde surgen pugnas y desavenencias, la relación ha admitido fricciones, altibajos; enemistades incluso, pero nunca he perdido el lazo e identidad de parentesco, de pertenencia al mismo tronco de intereses y afinidades. En 1976, **Marcos** lo evoca para responder el cuestionamiento medular de su ensayo: *“Televisa SA, el monopolio más grande de toda América Latina, ¿responde a la figura del monopolio del artículo 28 Constitucional?”*, pregunta. Al amparo del relato argumental que se ha compuesto, la contestación no puede ser concluyente. Resulta negativa porque las condicionantes de interpretación que se han descrito la eliminan de esa categoría, sobre todo si se atiende a la consideración del Estado que nunca la ha catalogado con ese perfil. Y asimismo es afirmativa porque son pocos los casos en que se registra una dominancia económica tan persistente, y esa solvencia se ha acrecentado en el tiempo sin obstáculos ni controversias. Lo importante sin embargo, es la añeja reconversión que avala y legaliza a las dos interpretaciones. Finalmente, el comentario de Patricio **Marcos** que sigue no puede ser más elocuente ni representativo: el monopolio de la radiodifusión surge y se procrea y protege con base en dos estribos: el que lo *prohíbe a la izquierda*; y el que *atempera esa interdicción para asentirlo, que forzosamente se ubica en la derecha...*

*“Con la fuerza de toda apariencia, el monopolio Televisa SA ni vende artículos de consumo necesarios, ni tiene una posición exclusiva en el mercado –los panegiristas alzarían su ya desgañada voz para exclamar: ¿y el canal 11? ¿Y el 13? –ni impone precios exagerados y, lo que sería un milagro en sentido estricto, encontrar apoyo en los radioescuchas y televidentes para hacer prosperar la tesis de que dichos medios causan un perjuicio al público en general o a alguna clase social en particular.*

*La realidad demuestra más bien que sólo la misma burguesía sería capaz de realizar tamaña proeza, i.e., la cancelación de las series apellidadas cursivamente violentas. No puede así haber duda de que el Artículo 28, antes que prohibir el monopolio, lo promueve y auspicia...<sup>42</sup>.*

### 3. El segundo tiempo: esquema general de capitalización de los medios.

Propietario pues del recurso electromagnético que le garantiza la vía de conducción para el suministro pleno de sus servicios; como proveedor de una oferta que podría centralizarse hasta la exclusividad monopólica, y con la estructura política idónea para manifestar sus intereses empresariales en la estructura de gobierno y traducirlos en acciones específicas, el concesionario de la radiodifusión encuentra un entorno más que benéfico para su reproducción económica. Aquella habría de generarse mediante la capitalización del elemento que justo motiva el involucramiento de empresas productoras de bienes de consumo en los sondeos y experimentos primitivos sobre la radio, y después en su explotación directa: la publicidad. En efecto, la motivación confesa de los impulsores y propietarios de las estaciones fundadoras fue que percibieron al medio como una plataforma idónea para conectar a un gran número de receptores con información sobre su oferta específica, por lo que su inmersión plenaria rebasó la inquietud científica para situarse en la perspectiva de negocios, en la posibilidad de ampliar el mercado. En 1922, por ejemplo, sin estaciones comerciales todavía y con un esquema de acumulación embrionario, la industria que emerge demanda la autorización para disponer la estructura que relacione a la oferta con los consumidores. En aquel año, tal vez en uno de los testimonios más nítidos sobre la necesidad de inducir el crecimiento del mercado interno, la **Concamin** remite a la Presidencia una carta repleta de prisas y prontitudes: no importa quien ni cuantos tengan la concesión para explotarla, dice el colectivo, lo que apremia es activar a la *telefonía sin hilos* como canal de enlace entre la producción y sus mercados<sup>43</sup>. Dice la misiva: *“varias empresas confederadas nuestras han solicitado (...) permisos para establecer instalaciones de telefonía inalámbrica. Sometimos a la consideración de ellas [...] la idea de coordinar esfuerzos de todos y sumar las gestiones a fin de organizar una red o sistema que prácticamente pusiese en contacto a todos los centros industriales importantes de la República... La Confederación de Cámaras Industriales, ni pide concesión ni desea exclusiva, ni tiene interés alguno en patrocinar la formación de la empresa que explote la red de teléfonos sin alambres. Se limita a ofrecer al gobierno su influencia como asociación para que México cuente con esa ventaja que, al favorecer a la industria nacional, por ende, procuraría el bienestar económico del país. Nuestra misión es velar por el*

<sup>42</sup> Patricio Marcos. Op. Cit. Nota 31:252pp.

<sup>43</sup> Citado en Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. México, Fundación Manuel Buendía, 1991; 38-39pp.



*desarrollo e impulso de la industria nacional y en este caso nos limitamos a coordinar los esfuerzos individuales en una acción común y organizada”*

Incentivar el consumo social era pues una necesidad estructural del esquema de acumulación que surgía. La dinámica capitalista obliga a lograr una productividad constante y con ella se sientan las bases para el predominio económico del sector de bienes de producción sobre el de bienes de consumo, en tanto aquel se desarrolla activamente para acelerar la reproducción y éste carece de ese impulso y motivo. Para sostener el crecimiento del sector de bienes de consumo, la publicidad aparece como una acción intencional dedicada a orientar, modificar e incrementar la demanda y el aprovechamiento social de esos bienes, y evitar su retraso productivo respecto al sector de bienes de capital<sup>44</sup>. Para el país, tal requerimiento era aún más urgente si se buscaba dinamizar el mercado interno –rezagado a lo mínimo por el estrangulamiento del poder adquisitivo de las mayorías durante décadas– para impulsar al nuevo motor de la generación de excedente económico. Así, el anuncio publicitario se presenta como un vector dinámico de impulso a la industria de bienes de consumo y de servicios, que inicia apenas su desarrollo nacional.

Desde sus comienzos y en su evolución posterior, la simbiosis publicidad–medios masivos ha supuesto el desarrollo de un proceso secuencial que lentamente se impuso tanto en los diarios que evolucionaban hacia la fase industrial después de la Revolución –el **Universal** y **Excélsior** como representantes primeros de esa vanguardia, según la percepción de Karin **Bohmann**<sup>45</sup>– como en las estaciones privadas de radio y asimismo en la industria televisiva, ya en los cincuenta. En tanto la televisión nace como plataforma derivada de la estructura operativa y de propiedad de la radio, retoma a la publicidad como fórmula probada de capitalización, y la adapta al formato audiovisual con lo que el mensaje publicitario alcanza un mayor impacto. En su detalle, el proceso conlleva las relaciones que enseguida se plantean. Cada una es primordial para la realización exitosa del ciclo de acumulación en los medios.

- a. *La venta de tiempos de transmisión en radiodifusión y de espacio gráfico en periódicos y revistas*, que se constituyen como la mercancía–servicio que producen los medios. Para su capitalización, a cada tiempo y espacio se le asocia una audiencia o a un público determinado. Por ello, la preocupación central de los medios en producir tiempo–espacio / auditorios (valor de uso), que puedan ser vendidos (valor de cambio) a las entidades de publicidad interesadas en alcanzar a ese universo particular de receptores.

---

<sup>44</sup> Patricia Arriaga desarrolló ampliamente y en forma pionera el razonamiento. Cfr. *Economía, publicidad y comunicación masiva*. México, CEESTEM – Nueva Imagen, 1981; y, “Publicidad y estado capitalista”. En: Patricia Arriaga y José Baldivia (coordinadores). *Estado y comunicación social*. México, CEESTEM – Nueva Imagen, 1985.

<sup>45</sup> Op. Cit. Nota 27.

- b. *La conformación del valor de uso de la mercancía-servicio únicamente bajo su perfil cuantitativo*, por lo que la *masificación es el criterio fundamental de clasificación y definición de los públicos y audiencias*. Ya que el objetivo es aumentar hasta donde sea posible el valor de cambio de la mercancía a intercambiar, lo que se persigue es conjuntar receptores en términos estrictamente numéricos, siempre en la búsqueda de la cantidad y la abundancia. Tal propósito se sustenta a la vez en dos soportes principales:
- \* *La transmisión o publicación de contenidos que capten y mantengan la atención del auditorio, con el objetivo de que alcance los niveles masivos que demanda su realización como valor de cambio*. Tal es el origen de gran parte de los programas que se transmiten de manera cotidiana. Su estructura sencilla y simple, elemental incluso, tiene por propósito el atraer al mayor número de receptores y conformar auditorios que puedan cotizarse al mayor precio factible.
  - \* *La extensión cuantitativa de la infraestructura de recepción de los contenidos*. La expansión de estos elementos genera las condiciones para la conexión con los receptores y la entrega de contenidos, tanto en los medios electrónicos como en los impresos. En los inicios de la radiodifusión, la carencia de aparatos receptores fue el primer obstáculo a superar, de ahí que las estaciones debutantes se involucraran en la fabricación y venta directa de receptores a tiempo que operaban las estaciones pioneras.
- c. En paralelo con la búsqueda del auditorio masivo mediante la banalización de los contenidos, la *conformación de audiencias y públicos con patrones similares de consumo de bienes*, para los que se canalizan *mensajes 'gancho'* que procuran atraer y sostener su atención para que el esfuerzo publicitario logre recepción y efectividad. De esta forma, los medios ofrecen auditorios diferentes y diferenciados como mercancía-servicio, los que argumentan grados diversos de potencial de consumo y por lo mismo anuncios publicitarios igual diferenciados. Este catálogo de auditorios –que incluye desde su perfil masificado hasta la fragmentación más acotada- se entrelaza *con horarios específicos de transmisión*, bajo el supuesto de que el *auditorio-objetivo que cada propuesta publicitaria busca conquistar y mantener está dispuesto a la recepción en esa hora*.
- d. *La integración de un lenguaje, estilo y presentación uniformes entre los mensajes 'gancho' que se dirigen a los auditorios, y los contenidos meramente publicitarios* que buscan promover e incitar el consumo. Tal similitud responde a una evidente necesidad de establecer una congruencia operativa y funcional en los medios. En la práctica rutinaria, anuncio y programa deben coincidir y estructurar un paralelo entre lo que se ofrece al auditorio para atraerlo, y lo que se le presenta para que consuma. De no existir tal coherencia, podría alterarse el volumen y tipo de auditorio que la empresa de medios ha establecido para vender al

anunciante. Incluso, conforme a las nuevas modalidades de expresión publicitaria, en algunas emisiones televisivas ya no existen diferencias entre la programación y el anuncio.

- e. El *surgimiento y desarrollo de un esquema vertical de interacción entre los medios y sus receptores*. De hecho, en tanto su interés es producir tiempo-espacio / auditorios para su venta, a los propietarios de las empresas de medios sólo interesa la expresión meramente cuantitativa de las audiencias y públicos, ya que tal perfil es el que puede ofrecer al anunciante como valor de uso. *Entre los auditorios tan masivos como pueda lograrse o tan diferenciados como se demande, se cosecha entonces una verticalidad autoritaria de los medios hacia los más, que reduce la comunicación a un fenómeno numérico-estadístico*. Esto no significa que los medios privilegien o entroniquen la relación transmisor-receptores como básica o sustantiva: lo esencial y determinante para sus propietarios es el intercambio con su cliente, con quien compra y disfruta la mercancía-servicio que aquel proporciona.
- f. La expresión ideológica de los medios, que surge como consecuencia y corolario de la reproducción del capital invertido en el sector de bienes de consumo y de la función que los medios cumplen en ese propósito. La banalización de los contenidos y la verticalidad transmisor-receptor que caracteriza al esquema de comunicación vigente, vienen a ser entonces las herramientas con las que se espera no únicamente captar al auditorio, sino también hacerlo receptivo al mensaje publicitario. Bajo esta óptica, ambas situaciones –que con frecuencia se argumentan como dos de las evidencias más obvias de la enajenación inducida que producen los medios sobre los receptores– son sólo síntomas y perfiles de la naturaleza económico-empresarial de la industria de la comunicación masiva. Como lo enfatiza Raymond Williams: *“...toda clase dominante destina una parte significativa de la producción material a la consolidación de un orden político. El orden social y político que mantienen en vida a un mercado capitalista, así como a la lucha política y social que ha creado aquel mercado, son necesariamente una producción material... [...]... toda clase dominante, a través de distintas formas pero siempre materialmente, produce un orden social y político. Estas actividades nunca son superestructurales. Son la producción material necesaria e indispensable a partir de la cual es posible impulsar un modo de producción autosuficiente en apariencia”*<sup>46</sup>.
- g. En tanto industria productora de servicios y conforme a la especificidad de su implantación nacional y a las condiciones peculiares de cada país, *el carácter político de los medios, esto es, como vehículo para la*

---

<sup>46</sup> Citado en Nicholas Garnham. “Contribución a una economía política de la comunicación de masas”. En: Miguel Moragas (editor). *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili (Col. MassMedia), 1994:114pp.

*expresión de los particulares intereses económicos de sus propietarios.* Principalmente a través de la programación de la información noticiosa y del control de sus contenidos y editoriales, los grupos privados presionan y negocian para mantener la situación y privilegios que justo los han llevado a la propiedad de los medios.

El desarrollo referido se ha impuesto con lentitud a partir de la aparición del fenómeno publicitario en la década de los treinta. Por ejemplo, la fragmentación de las audiencias que se comenta en el apartado 'c' se alcanzó sólo cuando pudo contarse con información estadística del perfil socioeconómico de los receptores, por lo que en los inicios de la radio y aún de la televisión, se buscaba captar al mayor número posible de receptores *en términos absolutos*. Ello derivó en distinguir a la cantidad como el parámetro dominante en la evaluación de la eficacia del mensaje publicitario, unidad de medida que a la vez determinó los contenidos programáticos y su emisión en los horarios considerados estelares. Con la especialización de los medios como emisores de anuncios –donde la lógica capitalista implanta una división social del trabajo que hace surgir las unidades dedicadas a la publicidad, después las agencias y en ellas los departamentos de segmentación y medición de audiencias– la transmisión publicitaria se perfecciona y busca captar un público específico. Esto determina la estructura, el lenguaje y el horario de transmisión del anuncio, elementos que se afinan para captar al receptor particular, al que ya se ha identificado como el consumidor idóneo del producto o del servicio que se trate y cuya publicidad se difunde en los horarios donde aquel es lector, radioescucha o televidente. La introducción de las TIC está cambiando radicalmente el escenario al introducir la bidireccionalidad que permite individualizar el mensaje y personalizar la oferta comercial.

#### 4. Epílogo y recomienzo: tanteos y conquista de la fórmula operativa.

La estructura de la radiodifusión como emisor publicitario se plantea desde su aparición como servicio público. Las primeras estaciones iniciaron su funcionamiento con las denominaciones **CYL** y **CYB** (*Recuadro 6*) y representaban a empresas que percibieron al medio como una plataforma para conectar al receptor con el anuncio publicitario en un esquema evidente: un mismo mensaje podría llegar a una audiencia masiva. Este motivo surge de inmediato al atender el desempeño de la empresa pionera, la **Casa del Radio**. La compañía y su propietario nacen inscritos en la explotación del medio al contar con la licencia de distribución de los productos de **RCA**, fabricante estadounidense de la industria electrónica unido por cordón umbilical con un grupo corporativo de amplias raíces en el sector productivo que nace: la **General Electric** –a quien se reconoce sobre todo por el suministro de aparatos electrodomésticos–, y la cadena de radio **NBC (National Broadcasting Corporation)**, una de las tres de perfil nacional en el mercado de Estados Unidos. En momentos distintos y en frentes diversos también, las tres firmas habrán de convertirse en protagonistas directos de la industria mexicana de radiodifusión.

## Recuadro 6. Asignación para estaciones de radiocomunicación

En su reunión de junio de 1924 en Suiza, la UIT –entonces **Unión Internacional Telegráfica**– asignó las siglas de llamada de las emisoras existentes hasta ese momento. Aunque México no tuvo representación oficial, le fueron asignadas las que correspondían a la serie de **CYA** a la **CZZ**. Conforme la situación nacional, la asignación se clasificó en dos categorías: la serie **CYA** a **CYZ** se atribuyó a las *estaciones de divulgación*, mientras que la serie **CZA** a **CZZ** se refirió a las *emisoras gubernamentales*. Por ello, las primeras radiodifusoras tuvieron una designación referenciada a aquellas siglas en todos los casos.

En 1929, en la Conferencia Internacional de Comunicaciones de Washington, se asignan nuevas series, ahora de la **XAA** hasta la **XPZ**. Una vez más, en el ámbito interno, la designación se repartió como sigue:

- XA** Servicios de radiocomunicación para aviación
- XB** Servicios generales
- XD / XF** Telegrafía
- XC** Servicios radiomarítimos
- XE** Radiodifusión

Con enfoques disciplinarios diferentes en sus aportes, Fátima Fernández Christlieb y Patricia Arriaga<sup>47</sup> coinciden al deducir que el interés por el mercado nacional de los grandes proveedores de equipo fue un incentivo substancial en el despegue de la radio nacional. *“El atraso radiofónico de México respecto al estado de la radiodifusión comercial en los Estados Unidos representa un problema de mercado para la RCA –dice la primera desde el ángulo político. En nuestro país puede vender sólo discos, fonógrafos y escasos receptores de radio, ya que apenas existen incipientes emisoras no instaladas a manera de negocio. Hace falta, pues, fomentar la instalación de estaciones radiofónicas comerciales”*. Como en complemento, la segunda autora reivindica la importancia del país en las plataformas de exportación de los productores estadounidenses del medio, y la oportunidad que significaba el debut de la radio en el devenir de esa articulación económica. Por su estructura operativa, la radiodifusión implicaba el concurso de los dos sectores productivos básicos: bienes de inversión, representados por las plantas y equipos transmisores de las estaciones comerciales; y bienes de consumo, esto es, aparatos receptores, que podrían llegar a niveles superiores de venta de lograrse su penetración en todo el territorio. El potencial de negocio tenía pues un perfil doble, duradero y estable, y además inexplorado en tanto había que generar toda la estructura de funcionamiento; ello animaba la incursión de los proveedores foráneos en el territorio nacional, bien por sí mismos, ya a través de terceros. Ambos esquemas se pintan en el comentario de Arriaga, quien a partir de la economía resume y deslinda: *“... durante las décadas de 1920 y 1930 las grandes de la*

<sup>47</sup> Respectivamente, Fátima Fernández Christlieb. “La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo”. En: El Estado y la televisión. *Nueva Política*. Vol. 1, No. 3, Julio–Septiembre de 1976; 237–248; y, Patricia Arriaga. Op. Cit. Nota 43.

*electrónica exportaban sus productos a México. La RCA y la General Electric iniciaron la apertura del mercado electrónico nacional con la venta de discos y aparatos fonográficos y con la distribución de los primeros receptores de radio: la RCA, a través de la México Music Corporation era accionista principal de la XEW, y la General Electric contaba desde 1925 con una estación transmisora, la CYJ, para hacer publicidad a sus productos*<sup>48</sup>.

La evidencia documental que respalda uno y otro enfoque de análisis se deriva de una misma fuente, el **Departamento de Comercio** de los Estados Unidos, que en reportes de varios años sistematizan datos e interpretaciones sobre temas específicos. Pablo **Arredondo** y Enrique **Sánchez Ruiz** rescatan los informes relativos a radiodifusión para su investigación propia, y con base en esa aportación, la vertiente política que profesa la primera analista se hace patente en la descripción de los aciertos que según los estadounidenses tenía ya la radio mexicana en su labor de orientación de las preferencias de consumo de la sociedad. La declaratoria siguiente, fechada en 1931, a ocho años de distancia de la difusión de anuncios radiofónicos en el país, enfatiza ese enfoque y pese a que las transmisiones estaban aún en su etapa primitiva, se afirmaba que... *“la audiencia de radio en México aprende hoy sobre las cualidades de un aparato de radio americano; que un insecticida americano libraré su cocina de cucarachas; que el Centro Mercantil tiene las mejores ofertas en sombreros para damas; que una hora de la máquina parlante está patrocinada por la México Music Co.; que los cigarrillos Águila o Buen Tono son tan buenos como cualquier marca importada; que el conocido light six es el carro de sus sueños, y muchas otras afirmaciones que por repetición no pueden faltar al construir una preferencia en las mentes de los consumidores*<sup>49</sup>.

El éxito en la funcionalidad del esquema publicitario que el discurso enfatiza, fue sin duda el objetivo original y la consecuencia primera de los afanes por crear una radiodifusión nacional idéntica en estructura, tareas y propósitos a la estadounidense.

Por su parte, la apreciación económica que destaca Patricia **Arriaga** emana de los conteos estadísticos que lleva a cabo la representación norteamericana y que reporta de manera periódica. *“En 1923 –precisan Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz para iniciar su relato riguroso<sup>50</sup>– cuando los pioneros de la radiodifusión comercial mexicana establecían sus estaciones, comenzaban ya las grandes corporaciones norteamericanas de las comunicaciones a expandirse allende las fronteras de Estados Unidos, estableciendo estaciones de radio y agencias de ventas de aparatos receptores por toda Latinoamérica. El Anuario de Comercio de 1923 del*

---

<sup>48</sup> Patricia Arriaga. Op. Cit. Nota 43:218pp.

<sup>49</sup> Citado en Pablo Arredondo et Enrique Sánchez Ruiz. *Comunicación social, poder y democracia en México*. México, Universidad de Guadalajara, 1987:101pp.

<sup>50</sup> Ibidem; 95pp.

*Departamento de Comercio de Estados Unidos reporta un crecimiento sin precedentes en la manufactura de 'maquinaria eléctrica, aparatos y partes', de un valor de diez millones de dólares en 1921, a 60 millones en 1923". La progresión sobresaliente que se relata –del 600% en dos años– justifica por sí sola el énfasis en la venta externa de los productores originales de la industria. El país se inscribe rápidamente en esa curva y para 1926 "se comenzaron a exportar a México receptores de radio 'en cantidad... y el influjo anual de tal equipo ha mostrado un alza rápida'. Otro informe de la misma fuente –continúan los investigadores– indica que de unos 25 mil receptores en uso en México para 1926, cerca de 90% eran manufacturados en los Estados Unidos".*

El accionar con Estados Unidos en radiodifusión fue pues un elemento permanente. Las estaciones debutantes, las experimentales y quienes alcanzaban regularidad, recurrían a equipos llegados de fuera. Las plantas que proponían **De Forest** y **Westinghouse**, por ejemplo, aparecen en varias experiencias mexicanas. **General Electric** animó la experimentación del equipo propio, y como parte del anecdotario tradicional del medio se detalla que las estaciones pioneras de la **Casa del Radio** y del **Buen Tono**, dispusieron de aparatos **Western Electric (ATT)** de 250 watts, obtenidos mediante la compañía **Texas Radio Syndicate** en 1923. En esta compra intervino directamente Raúl Azcárraga, cuyo desempeño en el debut del medio arroja dos relatos que la mitología radiofónica empresarial ha tornado clásicos, y que asimismo se listan en buena parte de las fuentes que abordan la radiodifusión. Así se menciona que...

- \* Por la relación que mantiene con la industria automotriz de Estados Unidos vía su hermano, conoce al agente de ventas de la **Ford**, Sandal Hodges, quien lo convence de las grandes posibilidades de establecer una estación de radio en México. Con base en esa premisa, el empresario nacional viaja a Estados Unidos y en el **Campo Militar de Sam Houston** de Texas recibe capacitación técnica sobre el funcionamiento del medio. A su regreso, funda la **Casa del Radio**, punto de venta de equipos radiofónicos y referencia básica en el despegue de la industria.
- \* En uno de sus viajes a Texas, conoce que una estación de radio de San Antonio proporciona servicio al periódico **San Diego Express**. Investiga el esquema operativo y después lo propone al director de **El Universal**, Félix Palavicini, quien confía el proyecto a la sección de **El Universal Ilustrado**. Después de siete años de operación, el periódico es reconocido ya como un diario moderno, y como herramienta solvente para la difusión de publicidad comercial, por lo que su transición a la radio era una maniobra lógica y deseada.

El 8 de mayo de 1923 la estación inicia sus transmisiones bajo las siglas **CYL** y la primera tarea de sus propietarios es desde luego vincularse al radioescucha con rapidez. Para ello emiten un programa musical de complacencias que patrocina **Sanborns de México**, compañía que se convierte en el primer anunciante de la industria. Sin embargo, el

potencial publicitario que se insinúa todavía enfrenta una audiencia limitada, ya que el equipamiento de receptores es aún una meta a cumplir; ello impide asegurar al anunciante la simple recepción de sus mensajes, lo que inhibe también el crecimiento de la radiodifusora.

Para solucionar el problema, la estación establece un método ligado al perfil de cada protagonista: **El Universal** organiza los programas en vivo y publicita a la estación en sus páginas impresas; la **Casa del Radio** se encarga de la distribución y venta de los aparatos receptores –de los *teléfonos*, como a la época se les denominaba– y anima su compra por todos los sectores sociales. El esquema se extiende con celeridad en tanto el nuevo medio y la programación que se transmite es bien recibida por las primeras audiencias. El soporte retórico que también se desencadena es consistente, e igualmente muestra del oficio del publicista dedicado, quien ya para la época contaba con el instrumental básico de la profesión que desde luego vuelca hacia la promoción del nuevo medio masivo. El dicho que enseguida se inserta parece suficiente para comprobar esa eficacia...

*“Para oír nuestros conciertos, en colaboración con ‘El Universal’, tenemos teléfonos que estamos vendiendo desde 12 pesos en adelante, garantizando oír con ellos a 35 millas aproximadamente, bajo condiciones atmosféricas aceptables y tan claro o más que los teléfonos de la ciudad... [..]*

*“Todos los radioteléfonos que vende esta Casa están garantizados y al hacer entrega de ellos, los probamos con nuestra emisora, tocando música para ajustarlos, servicio que no se proporciona ni en los Estados Unidos...”<sup>51</sup>*

El objetivo de campañas como la anterior es conformar un auditorio que por su conformación numérica solvente y permita la venta de tiempo de transmisión por parte de la radiodifusora bajo una cotización rentable. Y como tal audiencia no puede integrarse sin la infraestructura de recepción, la propia CYL toma entonces un doble papel: el de programador, tarea que se realiza mediante el concurso del periódico y que tiene por *función atraer público y mantener su atención para que escuche el mensaje publicitario*; y, a la vez, como animador y *progenitor directo de la recepción*, lo que se lleva a cabo mediante la empresa proveedora de aparatos. La primera finalidad se cubre ampliamente a lo largo de los seis años de existencia de la radiodifusora. Entre otras acciones directas para desarrollarla, la estación contrata artistas exclusivos y se enfoca asimismo a promover a sus propias figuras, táctica que le permite atraer los primeros auditorios de mayor cantidad. Al respecto, dice SCT<sup>52</sup>: *“Como contraseña utilizaba el sonido de un silbato de policía. Logró captar bastante auditorio por lo variado de su programación: conferencias didácticas; conciertos de música culta y operística; declamaciones; lecturas*

---

<sup>51</sup> Jorge Mejía Prieto. *Historia de la radio y la televisión en México*. México, Editores Asociados; 1972:45pp.

<sup>52</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*. México, SCT, 1987:59pp.



*selectas; música popular y, por primera vez en la historia, programas hechos exclusivamente para niños*” La carta programática que se numera, igual revela que el medio aún no lograba balance entre publicidad y contenidos, lo que se expresa en la amplia diversidad que se registra. En consecuencia, puede decirse que las *emisiones gancho* concebidas a partir de la banalidad no eran dominantes todavía, lo que explica la inclusión de programas que podrían ligarse a la categoría cultural o por lo menos lejanas al entretenimiento superficial.

La segunda parte del esquema demandó inventiva en las labores de promoción. Bajo este eje tienen sentido las acciones que la CYL desarrolla en paralelo a su actividad como radiodifusora, que se suman a las que implementan otras estaciones:

- \* Organización y celebración periódica de la *Feria del Radio*, cuyo primer evento se desarrolla en junio de 1923. Intervienen los fabricantes de receptores –entre otros, **Hubard & Bourlon; Productos De Forest; Westinghouse** y desde luego **RCA**– y ofertan sus sistemas en promociones especiales o gratuitas. La **Casa del Radio** elabora incluso un refresco gaseoso embotellado con el nombre de “*Radio*”, que se distribuye y obsequia entre el público asistente; a todos se anima a construir su propio receptor, aprovechando las piezas e insumos que se ofrecen y su ensamblado sencillo.
- \* Edición de la revista *Antena* con base en la plataforma editorial de **El Universal**. En el medio deportivo, fundación de la novena de béisbol *Radio*, al que se identifica como el equipo *de más onda* en la capital del país.
- \* Repartición en las escuelas y centros de trabajo de diagramas para la elaboración de radios de galena, cuyos materiales únicamente podían obtenerse en la empresa promotora.

Estas y otras medidas arrojan resultados positivos y con lentitud pero firmeza la industria cobra forma. Hacia fines de 1923, según la **SCOP** se han invertido poco más de 160 mil 800 pesos en el medio<sup>53</sup>; funcionan ya 6 estaciones comerciales (**Cuadro 7**) y el número aproximado de receptores se estima en 2 mil 300 para toda la República<sup>54</sup>; tal audiencia no permite todavía rentabilizar inversión alguna.

---

<sup>53</sup> Citado en Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. México, Fundación Manuel Buendía, 1991; 40pp.

<sup>54</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*. México, SCT, 1987.

Cuadro 7

**Desarrollo de radiodifusoras en años seleccionados**

1921	4				
1922	5				
		1923	6		
		1924	8		
				1925	11
				1929	19
					1930
					32
					1936
					45

Fuente: Elaborado con información de Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*. México, SCT, 1987.

Entre las labores de comercialización que destacaron en resalta la venta de los cigarrillos *Radio*, marca debutante que revela la identidad del dueño de la segunda radiodifusora inicial, la **CYB**, propiedad de la firma cigarrera francesa **El Buen Tono**. La estación se funda con un capital cercano a los 460 mil 800 pesos y reproduce el esquema trazado por la **CYL**. Ofrece receptores dedicados mediante el intercambio de planillas requisitadas con las envolturas de los cigarros, y patrocina los eventos que transmite, sobre todo deportivos. Su publicidad acentúa una premisa que con el tiempo habrá de reiterarse en el discurso sobre los medios, y que ya había manifestado en el caso del teléfono: la insistencia en que el servicio que se proporciona tiene el mismo nivel operativo que el ofrecido en Estados Unidos, país líder en la explotación de esos sistemas. El anuncio siguiente clarifica ese afán permanente por la comparación con el más desarrollado...

**“EL BUEN TONO, SA...**

*La compañía que siempre ha traído a México los adelantos de la ciencia y de las artes, ofrecerá dentro de muy poco tiempo a sus consumidores, las ventajas que proporciona el establecimiento de una*

**Estación Central Transmisora de  
RADIOTELEFONIA**

*O sea telefonía sin alambres, que alcanzará a enviar las noticias de México y hará escuchar los conciertos que celebre, a las distancias más lejanas del CONTINENTE AMERICANO, puesto que su instalación es exactamente de la misma potencia de las grandes instalaciones de Estados Unidos. Con objeto de que los consumidores de EL BUEN TONO, SA, puedan disfrutar de estas ventajas, se ha pedido gran número de aparatos receptores, de todos tamaños y calidades, que se cambiarán por planillas de registros de las marcas de*

### *EL BUEN TONO, SA*

*Así es que los fumadores deben guardar sus registros. Los que compren cigarrillos de EL BUEN TONO tendrán el placer de fumarlos y además la ventaja de poder usar los aparatos de Radiotelefonía que la Compañía les proporcionará*<sup>55</sup>.

El apego a la matriz estadounidense fue pues norma corriente de entonces. Otra estación, la **CYJ**, era un representante más que autorizado para evocarla: pertenecía a la **General Electric**. A la par que **RCA** y **Western Electric**, la firma había animado la experimentación de equipo en varias potencias desde 1921, contándose el ensayo de los hermanos De la Barrera como el más exitoso. La radiodifusora inicia operaciones formales en 1925 y comercializa los aparatos receptores de su propietaria, que se anuncian de manera constante y aseguran con ello un patrocinio seguro. Tal liquidez permitía que la transmisora pagara en efectivo a sus artistas, con lo que se aseguraba la audiencia al establecerse una programación atractiva ya conocida, definida de antemano y con una periodicidad fija. La firma se sostiene por cinco años y en 1930 se entrega en propiedad a Palavicini, quien la convierte en **Radio Mundial** y la destina al servicio de la prensa radiada. El retiro del patrocinador original remite quizá a la consecución de su interés básico: si para 1930 el medio había logrado estabilidad en su *modus operandi* económico, el proveedor de equipo podía cultivar ya su objetivo primario, la venta de equipo radiofónico, y dejar de intervenir como propietario o programador del medio. Como señala el **Cuadro 7**, hacia 1930 la historia de **SCT** contabiliza hasta 32 radiodifusoras operativas.

Es hacia fines de la década de los treinta –justo en el año emblema de la crisis del capitalismo internacional y también período en que se considera concluida la economía de enclave como esquema de acumulación nacional– cuando una estación comercial alcanza las primeras utilidades de la industria. Para la época operaban una treintena de emisoras localizadas principalmente en el Distrito Federal y en Monterrey, y la **CYB** de **El Buen Tono** marca la pauta a seguir por todo el conjunto: forja y desarrolla dentro de su estructura orgánica una oficina especializada en publicidad, cuya función básica es conseguir anunciantes para la estación –en lo primordial extranjeros, y mejor si eran franceses– que estuvieran dispuestos a dedicar un doble financiamiento: el primero para los contenidos programáticos; el segundo para los soportes publicitarios. Al imponer este esquema como modelo operativo, la radiodifusora *vende el tiempo de transmisión sin erogar gasto alguno en el programa asociado, la emisión ‘gancho’, que también patrocina el anunciante*. La fórmula, que se impone en todas las estaciones, le permite solventar *el costo de las transmisiones y aún obtener ganancias*. A partir de aquí la ruta fue sencilla: aumentar cada uno de los elementos que coincidían en la estación y lo que ésta relaciona: anunciantes y receptores. Ello redundaba en *más tiempo de transmisión dedicado a la emisión de publicidad* –lo que conduce a fragmentarlo y a establecer como unidades de medida los minutos y después los segundos–; *más anunciantes* –que tasan y aprovechan el nuevo parámetro de medición para comprar según sus posibilidades económicas, y lograr la mayor presencia en el medio; y

---

<sup>55</sup> Ibidem; 57-58pp.

*más radioescuchas*, situación que deriva en un incentivo económico más para la producción de receptores, en los que se proyectan la innovación y el sostenido desarrollo tecnológico de la industria matriz, la electrónica, que propicia una reducción sostenida de los precios por aparato

Ya con la base funcional operando como principio rector, el número de estaciones se multiplica a lo largo de los treinta. La estadística formal inicia su despliegue y comienza el registro: emergen la **XEL**; **XEPJ** y **XELZ** en la ciudad capital; la **XEJ** en Ciudad Juárez; **XES** de Tampico; **XEV** en Veracruz; **XET** en Monterrey. Por su parte, la venta de receptores parece desahogarse en definitiva con los proveedores presentes en el mercado desde la década precedente, y que a la par con la oferta de discos y aparatos fonográficos que han desarrollado, ahora proporcionan receptores de radio y se alejan progresivamente de la fundación de estaciones. La excepción a la regla será **RCA**: después de seguir la fórmula de distribuir equipos para conformar las audiencias, considera maduro el escenario y aporta todos sus recursos para uno de los proyectos medulares de la radio: la **XEW**.

La **RCA** se forma en 1919 como una conjunción de intereses de **ATT** y **General Electric**, y viene a amalgamar diversos avances en torno a la tecnología de radio. Durante la Primera Guerra, todas las empresas que investigaban el tema e incluso habían logrado ya registrar algunas patentes, se agrupan en torno a la Marina estadounidense para mantener unidad y coherencia en el soporte de esos sistemas al empeño bélico. Hasta mediados de la década, todo el equipo de radio que se fabricaba tenía por destino las fuerzas armadas, lo que facilitó que la Marina concentrara todas las facilidades y el esfuerzo productivo, incluso los que aportaba la británica **Marconi**, también presente en esos trabajos. Esos activos y los propios que **General Electric**, **United Fruit** y **Westinghouse Electric Co.** habían acrecentado por su cuenta, se centralizan con la formación de **Radio Corporation of America (RCA)**, cuya primera misión es explotar la radiodifusión en Estados Unidos considerada monopolio natural. Ante esa figura, el Congreso establece que las compañías encargadas de su crecimiento sean **GE** y **ATT**, atributo que se concreta en la integración de **RCA**. A la nueva entidad se le encomienda pues la comercialización de los equipos radiofónicos de **Westinghouse**; de **Western Electric (ATT)**; de **GE** y desde luego los propios. Para 1926, la nueva firma compra las estaciones de radio comercial de **ATT**, **WEAF** y **WCAP**, las entrelaza en una plataforma única con las radiodifusoras **WJZ** de Nueva York y **WRC** de Washington que poseía desde antes, e integra la estructura básica de la **NBC**, cadena que tomará un perfil nacional al lograr presencia en los principales mercado de Estados Unidos.

Acaso uno de los primeros movimientos de **RCA** sea su radicación en México, donde se le ubica desde principios de la década de los veinte con la filial **México Music Company**. Su oferta debió centrarse en los fonógrafos y los rudimentarios discos de pasta, primeros bienes de consumo estables de la industria de entretenimiento. La relevancia de la sucursal va a comprobarse hasta después de 1930, cuando al habilitar estudios de sonido se transforma en un polo para la reproducción de música en discos. Los primeros registros de los sonos cubanos y de

los tangos argentinos, por ejemplo, se hicieron en la sucursal mexicana para después darse a conocer en todo el mundo. Por la identificación natural con los artistas e intérpretes, esta situación llegó a provocar el desplazamiento de Nueva York como matriz única para la grabación de música latinoamericana. La producción discográfica no se hubiera logrado sin la segunda gran compra de la **RCA**, realizada en 1929: la **Victor Talking Machine Company** en 1929. La compañía es la primera fabricante de fonógrafos y discos del mundo, y entre otros logros inventa la conocida *Vitrola*. La simbiosis, que origina la marca **RCA-Victor**, trae a la palestra al segundo Azcárraga, Emilio, igual conexo con aquella cuando obtiene la licencia para distribuir sus productos en México.

Dedicado a promocionar marcas extranjeras, actividad que de progresar se resolvía en la implantación nacional de filiales de las empresas favorecidas, Azcárraga trabaja en la distribución de zapatos, de automóviles y en 1922 obtiene la representación para comercializar la producción de la **Victor Talking Machine** en el norte del país. La actividad se acompañó ya por una labor específica para crear una imagen de marca, que se logró ampliamente con la difusión del lema *la voz del amo*, y la figura distintiva del perro *Nipper* que escucha atentamente primero la bocina del fonógrafo, y después el aparato de radio. La concesión se amplía a todo México y cuando **Victor** y **RCA** se fusionan, la relación entre Azcárraga y la estadounidense se asienta. El concurso de **RCA** en el suministro de equipo radiofónico le ha producido una primera experiencia importante sobre el mercado local, y hacia 1925 los directivos de la empresa perciben el punto débil de la naciente industria: la fragilidad de la audiencia radiofónica y la urgencia de desarrollar emisoras que proporcionen ganancias. Ese diagnóstico es el punto de partida y a pesar de la opinión de su hermano, Emilio interviene la fundación de la **XEW**, que cristaliza el 18 de septiembre de 1930. La radiodifusora nace con un capital social de 320 mil pesos oro y de las 4 mil acciones que se emiten, la **México Music Company** obtiene 3 mil 500. Tal porcentaje violenta las disposiciones sobre la nacionalidad de los titulares de las concesiones, limitación planteada en la **Ley de Comunicaciones Eléctricas** promulgada apenas cuatro años antes de la fundación de la emisora.

La estación tiene alcance nacional e incluso allende fronteras –no en balde se proclama como *la voz de América Latina desde México*– y de inicio transmite con 5 mil watts de potencia. Se organiza en departamentos buscando una mayor eficiencia y cuenta desde sus inicios con patrocinadores familiarizados ya con el funcionamiento publicitario, y quienes por la distribución regional de sus bienes o servicios demandan la cobertura territorial que se les asegura desde el comienzo. Entre otros, desfilan las empresas **El Águila** (aceites y derivados del petróleo); **High Life** (ropa); **Cervecería Cuahémoc**; **American Photo** (cámaras fotográficas); **El Palacio de Hierro** y la **Francia Marítima** (almacenes generales). “*XEW se convertiría en la estación más potente e influyente que ha existido en el país*”, escriben Pablo **Arredondo** y Enrique **Sánchez Ruiz**<sup>56</sup>. Uno de los apoyos que nutren tal trascendencia es el principio organizacional que la estación pone en marcha desde su origen: orientarse por completo a rentabilizar el

---

<sup>56</sup> Op. Cit. Nota 48:102pp.

tiempo de transmisión. En apego a ello, enfatiza la producción de contenidos –principio que en apariencia perdura y sigue vigente en **Televisa**, derivada de aquella **XEW**– y formula programas que conjugan la comicidad y las canciones de la época para asociarles de inmediato las emisiones de publicidad. La combinación gana audiencias y con ello logra una mejor cotización de los horarios estelares. *“... A diferencia de otros radiodifusores que arañaban las paredes para hacer sus experimentos de comunicación, Azcárraga se fue a lo grande. La estación fue recibida con gran simpatía por el público capitalino, ya que sus sistemas de programación y las luminarias de los espectáculos nacionales que empezó a promover constituyeron lo más novedoso y atrayente de la época”*<sup>57</sup>. El mecanismo anunciante – programación – tiempo de transmisión, permitía ya la articulación industrial del medio, y la fórmula se repite en toda una serie de estaciones que bajo la égida de la **XEW** se fundan a lo largo del país. Tanto las que apenas se originan como otras ya de trayectoria que deciden integrarse para facilitar sus operaciones, se entrecruzan en la red que se origina en la estación capitalina. Este es el caso de las pioneras **XEH** de Monterrey, fundada en 1921 como **TND**; la **XEFI** de Chihuahua; la **XEI** localizada en Morelia cuyo origen fue una de las primeras estaciones instaladas, la llamada **7A Experimental**, y finalmente, la **XEFE** que operaba en Nuevo Laredo y desde luego se captaba en territorio estadounidense.

Por la extensión cuantitativa y territorial de las estaciones y por la organización interna de las mismas, se propicia que el servicio de radiodifusión tome su definitivo perfil industrial. Ello solventa que los capitales concurrentes perfeccionen su reproducción y animen el arribo de otros más, deseosos asimismo de la oportunidad de capitalización. Rápidamente, el modelo industrial domina cada faceta del proceso productivo de la radio, fragmentándolo en su búsqueda de eficiencia para cada parte que había de redituar una mayor productividad general. La división social del trabajo, por ejemplo, impacta las actividades laborales que se concentraban en poco personal y pronto surgen los especialistas en cada articulación del proceso, que únicamente se encargan de una actividad precisa y son remunerados por ello. La declaración siguiente argumenta esta parcelación del trabajo, que según los promotores del medio es una muestra más del espíritu emprendedor que caracterizó a los iniciadores de la radio... [la **XEW**] *“fue ejemplo de lo que es la venta creativa, que produce satisfacción a todos los que intervienen en el ciclo. XEW vendía con una buena utilidad sus servicios; locutores, técnicos, publicistas y proveedores, según su calidad, eran pagados espléndidamente por el cliente... Si un artista o locutor quería llegar a los más altos niveles de ingreso, tenía que demostrar su poder de conquistar al auditorio. El aplauso y la popularidad fijaban el nivel de ingresos...”*<sup>58</sup> Además de evidenciar la fragmentación del proceso de trabajo en la radio, el testimonio enfatiza también la simbiosis ya institucional entre los anunciantes que aportaban el gasto publicitario para financiar a la estación y la propia radiodifusora, que vendía su tiempo de transmisión y lo revestía y

---

<sup>57</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión. México, SCT, 1987.

<sup>58</sup> Citado en Patricia Arriaga. Op. Cit. Nota 43; 225-226pp.

adornaba con el mayor atractivo posible para captar auditorios masivos. En este funcionamiento rutinario, la radio se convirtió en un negocio rentable vinculado estrechamente con las empresas productoras de bienes de consumo. Ello derivó que la *industria quedara entrelazada directamente con la modalidad de acumulación de la época, que por entonces se solventa en la producción de manufacturas y artículos de consumo para el mercado interno.*

<p>5. La plataforma jurídica: el empalme con los afanes económicos para nutrirlos y reconfortarlos</p>
--

El movimiento que en paralelo acompaña la multiplicación de la industria radiofónica y su perfeccionamiento técnico-económico asimismo se inscribe en la mecánica del crecimiento y la cantidad. *“Las perspectivas de un incremento severo en las comunicaciones del país deciden al Ejecutivo a emitir una Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte, el 31 de agosto de 1931...”*<sup>59</sup> El motivo que empuña la Secretaría atañe a todos los servicios, que con base en la lenta estabilidad que se ha ganado logran equilibrar sus procesos y extenderse por todo el territorio. Los afanes regulatorios, así, corren pues en paralelo con ese incremento sostenido.

### 5.1 Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte.

Como la denominación indica, la Ley es de comienzo integradora y conjunta todas las disposiciones existentes en los dos sectores que regula. Con base en una estructura modular, la *“Ley consta de tres partes en siete Libros, explica SCT. La primera parte, que corresponde al Primer Libro, contiene las generalidades comunes a todos los ramos de las comunicaciones y los transportes, como lo relativo a concesiones, permisos y contratos para la explotación de los dos sectores, y las condiciones de caducidad y rescisión de los mismos... [...]... La segunda parte (Libros II; III; IV; V y VI) es específicamente la legislación correspondiente a cada uno de los medios de transporte y de comunicaciones. Y, por último, la tercera parte (Libro VII) se refiere a las sanciones aplicables a las violaciones a esta Ley”*<sup>60</sup> (SCT, 1987e:155). La radiodifusión quedó asimilada a las comunicaciones eléctricas, que se incluyeron en el **Libro V**, y sus pautas de regulación precisan mandatos ya establecidos (régimen de concesiones, por ejemplo) y especifican otros para conformar una definición exacta de términos y fundamentos. Por disposición, son de destacarse las demarcaciones que enseguida se listan...

<sup>59</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión.* México, SCT, 1987:155pp.

<sup>60</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Telecomunicaciones.* México, SCT, 1987:155pp.

- \* Artículos 538 a 540. Clasificación de estaciones. Dispone tres categorías:
  - Las radiodifusoras comerciales, que se definen como *“las establecidas para la explotación de propaganda comercial, mediante la divulgación de conferencias, conciertos y servicios varios de interés general”*,
  - De experimentación. Representan a aquellas que se dedican a los trabajos de investigación científica de la radiocomunicación de manera permanente.
  - Las culturales. Son aquellas que se establecen exclusivamente para fines de divulgación cultural; por ello, se les prohíbe la explotación comercial de sus instalaciones o de su programación.
  
- \* A partir de la aplicación del régimen de concesiones y permisos, el Ejecutivo Federal se reserva el derecho de otorgar y escindir esas autorizaciones; aprobar las tarifas y horarios de funcionamiento de las estaciones radiodifusoras, y de aplicar el marco impositivo del caso. Se reconfirma que el plazo máximo de una concesión es de 50 años, mientras que los permisos a otorgar a estaciones culturales y de investigación son indefinidos, aunque el Estado puede revocarlos a voluntad (Artículo 8). Ambas figuras pueden revertirse a juicio del Ejecutivo, lo que instala la discrecionalidad como fórmula operativa implícita, ahora con base en la aplicación de un criterio jurídico.
  
- \* La especificidad del otorgamiento de concesiones se anida en la nacionalidad de sus titulares (Artículos 12 y 16). La Ley obliga a la ciudadanía mexicana del concesionario, pero si se trata de empresas y en sus escrituras constitutivas figuran extranjeros, éstos se considerarán connacionales para efectos de litigio o controversia, por lo que en ningún caso podrán recurrir a la protección de gobiernos extranjeros. Es explícita la prohibición de sociedad con Estados extranjeros para solicitar y operar una concesión en la industria.
  
- \* Como instancia titular del Ejecutivo encargado de la aplicación de la Ley, la **SCOP** dispone de amplias facultades para intervenir en la radiodifusión. Entre otras, el Artículo 543 le confiere las funciones de definir la clasificación de las estaciones; los lugares de instalación; las especificaciones técnicas y las cuotas a cubrir para su operación. El Artículo 544 determina como obligatorio que todas las instalaciones de la estación se encuentren en territorio nacional; incluso, los llamados controles remotos son motivo de ese registro.



Proclamas como la última clarifican el motivo esencial de la Ley, que Adriana Berrueco<sup>61</sup> enmarca en el deseo de *“mantener controlada a la radiodifusión mexicana”*. En el ámbito institucional y operativo, esa función correspondía a la SCOP, por lo que ésta acapara el liderazgo para emitir todos los instrumentos *“que fueren necesarios para mantener en todo el tiempo el control y la vigilancia del gobierno sobre las emisoras”*. La apreciación es compartida por Fernando Mejía Barquera, quien al analizar las repercusiones del **Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías** promulgado el 10 de julio de 1933 refuerza dos de las premisas básicas que de manera persistente establece su análisis<sup>62</sup>: en su primera época, la política aplicada por el Estado se propuso: *i)* que únicamente los emisores autorizados por la plataforma legal pudieran aprovechar la radiodifusión, con lo cual se eliminó la apropiación social del medio por los grupos mayoritarios; y, *ii)* que los concesionarios establecidos debían sujetarse a normas de difusión, las que bloqueaban la crítica al gobierno y a sus instituciones. Además, se establecía que el Estado podía transmitir en las estaciones comerciales de forma gratuita y con prioridad los mensajes que el Ejecutivo o las Secretarías considerasen necesario difundir. Con ambas medidas, habría de prevenirse la utilización de la radio para fines ajenos a los definidos por la autoridad.

Más si de un lado el aparato estatal maniobraba para erigir una inspección y vigilancia ya laxas o bien ceñidas, en otro parecía persistir la disposición de avivar el éxito de los radiodifusores. Entre una y otra postura se desplazan los arreglos jurídicos del trienio 1931–33 que incluyen el tránsito en los titulares del Ejecutivo, y atañen áreas distintas de la industria. Por orden de aparición irrumpen pues...

## ***5.2 Decreto que establece el Servicio de Anuncios Comerciales por Radiodifusión en Conexión con la Red Telegráfica Nacional, 25 de septiembre de 1931.***

Como esquema de padrinazgo frontal del Estado –que el tiempo y la costumbre volverá incluso institucional y recurrente– tiene especial significado para la tarea comercial del medio. Justificada en el discurso como medida de fomento al desarrollo de las estaciones y de las empresas anunciantes, la disposición contiene un solo Artículo que ordena a todas las oficinas del servicio telegráfico aceptar anuncios comerciales en forma de telegramas, dirigidos a aquellas estaciones radiodifusoras del país que eligieran los interesados. La tarifa del servicio es la misma que para un telegrama común con las particularidades establecidas (ordinario; nocturno; urgente), y al solicitante se aplica la cuota fijada por el medio. Por su parte, la retribución de la radiodifusora es doble: no menos del 10% mínimo sobre

---

<sup>61</sup> Cfr. Adriana Berrueco. *El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923-1953)*. México, UNAM / Instituto de Investigación Jurídicas. Disponible en: [www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11](http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11). Fecha de consulta: 7 de enero de 2006.

<sup>62</sup> Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. México, Fundación Manuel Buendía, 1991; 54pp.

el importe total del anuncio, y publicidad gratuita para el servicio telegráfico a difundir en los horarios que la estación estableciera.

El alcance de la medida señalada se presenta tanto en las consecuencias inmediatas que logra, como en los precedentes que instituye. Al analizar las repercusiones del Decreto surgen las conclusiones listadas enseguida.

i) El *evidente soporte logístico que se organiza para el radiodifusor* deriva en tres situaciones ventajosas en extremo para la *estructura, solidez y desempeño económicos* del concesionario; éstas abarcan:

- \* La *posibilidad de obtener ingresos vía anuncios desde cualquier punto de la República*, en tanto la medida era aplicable en todos los puntos de la red y se cubrían los principales centros de consumo. Difícilmente, el concesionario podría implementar un andamiaje similar con ese propósito; incluso, resultaría de difícil realización en las principales ciudades del país, ya que demandaba grandes recursos económicos. El Estado, no estaba sujeto a erogación alguna ya que únicamente capitalizó su infraestructura instalada;
- \* La *creación de esta infraestructura de acopio de características únicas sin necesidad de erogar gasto alguno*, ni siquiera para las labores de mantenimiento o actualización y sin retribución alguna para los recursos humanos implicados. Aunque el servicio debía pagarse, la envergadura del potencial de colecta de publicidad tornaba ese precio en marginal, y con posibilidades de deducción a través del anunciante mismo.
- \* El *cobro del anuncio contratado por adelantado* –en el esquema que hoy se designa prepagado– con lo que el concesionario obtiene el ingreso antes de prestar el servicio y por una sola vía, el Gobierno Federal.

Entregada únicamente por un acto de gobierno del Ejecutivo Federal, la facilidad que se anota vendría a ser la primera muestra palpable de la *subordinación del sistema de telecomunicaciones a los intereses económicos del concesionario de la radiodifusión, sujeción que en la historia arroja muchas certezas más.*

ii) La resolución igual concreta por vez primera el *sostén de las telecomunicaciones públicas dedicada a la operación de las actividades empresariales y de sus procesos productivos bajo términos de excepción*. En las décadas siguientes, tal soporte se argumentó en otros campos relacionados también con las comunicaciones. Ello se ejemplifica en la celebración de *contratos o convenios de excepción* por los cuales el Gobierno Federal

se obligaba a conectar a empresas con sus proveedores, con el propósito de facilitar su labor productiva. Ese fue el caso de los periódicos y los enlaces telegráficos que se tendieron hacia las agencias de prensa, para obtener de manera prioritaria, continua y directa la información que éstas generaban. Aunque no debe desecharse el deseo de control que subyacía en estos actos por parte del Estado, es claro que su mayor realce es en el *concurso del sector de telecomunicaciones como condición general de la producción*.

- iii) De manera indirecta, el Decreto es asimismo el *antecedente obligado de la relación de intercambio publicitario entre gobierno e industriales de la radiodifusión*. El pago en tiempo de transmisión para anuncios sobre la red, en efecto estrena esa relación que el tiempo ha transformado más en vicio que en virtud; lastre en lugar de ventaja. En su forma inicial, la permuta implicó tiempo por servicio, encaminada a difundir a la red bajo una óptica positiva. Ese tratamiento es pionero también en tanto difiere de las transmisiones de propaganda o de discursos políticos, que igual fueron materia de las emisiones radiales. Para publicidad de los actos de gobierno, el Decreto representa un paso que va a reproducirse hasta nuestros días en forma por demás magnificada, aunque en un intercambio cifrado en términos monetarios.
- iv) El Decreto es igual representativo por las situaciones que asume y legitima. De comienzo, la medida implica que el Estado reconoce y acepta como función originaria de la radio la transmisión de publicidad, y en consecuencia apoya ese desempeño estelar con la infraestructura que maneja. Este reconocimiento tácito conlleva también la presunción contraria: si la vocación del medio es la difusión comercial, un empeño distinto, diferente –el estatal en suma– únicamente podrá solventarse de manera parcial o, más aún, es imposible de sustentar en los medios privados. Ello derivó en considerar a los radiodifusores, *de facto y de jure*, como *entidades autónomas para el manejo del recurso electromagnético*, sin que el Estado pudiera –o intentara, deseara, o más aún le apeteciera– intervenir en ese manejo concebido y entronado bajo ejercicio y responsabilidad exclusivas del concesionario.

### 5.3 *Modificación a la Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte, 28 de septiembre de 1932.*

Ratifica a la radiodifusión en todas sus variantes como vía general de comunicación, y le dedica dos ordenanzas fundamentales.

- i) *Artículo 476*. Retoma fragmentos de lo establecido en el Artículo 26 de la **Ley de Comunicaciones Eléctricas**, y reafirma que concesión alguna podrá otorgarse en condiciones que pudieran constituir

monopolio a favor del concesionario. Su cumplimiento es relativo por la traducción y juicio sobre una situación de monopolio que se ha evocado anteriormente.

- ii) Artículos 495.* Se establece la facultad del Ejecutivo Federal para determinar los montos de las tarifas y derechos aplicables a la radiodifusión. En la práctica, el asunto es tema de concertación, y por lo mismo sujeto a la coyuntura tanto del contexto particular de la negociación como del interés de los sujetos implicados en ese acto.

Discrecionales al fin, ambos preceptos supusieron en la práctica que la relación Estado– concesionarios multiplicara los temas y asuntos a discernir en conjunto, lo que casi siempre se tradujo en el trato preferencial al empresario, y con ello en la asistencia de la estructura institucional a su crecimiento económico y político.

#### ***5.4 Ley de Impuestos a estaciones radiodifusoras y Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías, 10 de junio de 1933.***

Ambos dictados afectan el marco impositivo aplicable a la radiodifusión comercial. Primeramente, en un dictamen que parece destinado a establecer el punto de partida, el Artículo 17 del Reglamento promulga que las estaciones de perfil comercial podrán dedicar hasta el 20% de su transmisión total a la difusión de anuncios, lo que estimula justo lo que el concesionario aprecia: mientras más tiempo se conserve en el aire podrá emitir más anuncios. Este porcentaje se encuentra implícito en la obligación impositiva que los dos instrumentos complementan: la Ley en cuanto a las cuotas a ingresar como gravamen, y el Reglamento en lo relativo a su calificación y pago. De esta forma se ordena:

- i) Artículos 2 y 3 de la Ley de impuestos.* Determinan que todas las estaciones radiodifusoras instaladas en el territorio nacional están obligadas a *cubrir como gravamen el 5% anual sobre sus ingresos brutos*. En aquellos casos en que las radiodifusoras pertenezcan a un grupo económico cuyos productos anuncien, el ingreso será tasado a *cuota fija* para efectos del impuesto, misma que fijará la **Secretaría de Hacienda** a solicitud y con base en la información de la **SCOP**.
- ii) Artículos 20 a 23 del Reglamento.* Confirma el monto del impuesto a ingresar y establece el procedimiento para desahogarlo. Atribuye a la **SCOP** la función de recibir la información respectiva del concesionario y determinar la suma impositiva a cubrir con base en las características de la estación y los ingresos logrados; esta información se turna a la **Secretaría de Hacienda**, para su cobro efectivo.

Los dos ordenamientos establecen las vías para que el concesionario pueda canalizar su inconformidad por la actuación estatal en cualquier fase del procedimiento.

Cual plataforma de lanzamiento y mecenazgo, el conjunto de reglas que se diseñan se complementan unas con otras. En resumen, se estipula que la radiodifusión puede explotar la publicidad con certeza, y para ello se le convida al uso de una red gratuita de acopio y contratación de anuncios, y se les dispone un esquema operativo que puede maniobrar conforme su propio desempeño, para incluir más tiempo de publicidad en sus transmisiones diarias. Cuenta con la facilidad además de anunciar los productos o servicios del colectivo al que pertenece sin impactar sus ingresos. Por último, tendrá la opción continua de discutir y pactar con la autoridad dictaminadora, ya para negociar su posición en el mercado al que sirve; para definir el monto de los impuestos que paga, o bien para desahogar cualquier asunto que pudiera bloquear o siquiera comprometer el negocio. Para ello, a la disposición natural del funcionario para atenderlo, se agrega la obligatoriedad de recibir disgustos o inconformidades que les garantiza el dictamen jurídico. Justo los mandatos explícitos de la **Ley de Impuestos** o del **Reglamento al Capítulo VI de la Ley de Vías** surgen para comprobar este dicho.

El último considerando pudiera parecer una ventaja injusta al rememorar la segunda premisa básica que se manifiesta en la gestación del medio: el protagonismo del Estado como difusor directo, a través del Gobierno Federal y de otros agentes oficiales. Al ser juez y parte, esa actuación podría sustentarse a partir de cohibir al competidor privado, de limitar su expansión para fincar el crecimiento propio. Sin embargo, aunque el proyecto estatal arranca con gran solidez y la conserva invariable por casi dos décadas, su hechura no significó desventura alguna para la radiodifusión privada. A la inversa, después de los 20 años que se evocan, el contraste que se instala obliga a destacar el claroscuro de siempre: por un lado la firmeza económico-productiva del grupo concesionario; y en el otro el desgaste de la radiodifusión del Estado que, endémico, hoy aún se expresa en la estrechez e insuficiencia permanentes.

<p><b>6. La contraparte estatal: función, inicios y fronteras de la radiodifusión de Estado</b></p>
---

Las anecdóticas y las oficiales. Las académicas, las casuales; todas las crónicas históricas sobre la radiodifusión nacional recapitulan y citan lo mismo como hecho pionero de la imbricación radio-instancia estatal: la intervención de Calles en la **CYL** para difundir su ideología, a tiempo que se desarrollaba la campaña electoral que lo llevaría a la Presidencia en 1924. Y de este dato inaugural emanan dos vertientes separadas por la interpretación. Una primera alude el hecho como muestra inicial del interés genuino del Gobierno por el nuevo medio, el cual va a arraigarse

después en la instalación de estaciones propias y el desarrollo de proyectos específicos de radiodifusión. Esta inferencia particular se alimenta de las evidencias que ciertamente son constantes en el arranque del medio y aún en sus primeros años de funcionamiento. La estación pionera del activismo gubernamental, por ejemplo, la **XEFO**, logró prestigio y continuidad por mucho tiempo. Otra muestra de esta tracción se celebra al mencionarse que algunas radiodifusoras oficiales transmitían anuncios publicitarios sobre bienes y servicios de consumo, y que éstos se combinaban con los llamados *mensajes revolucionarios*, dedicados a fortalecer la conciencia cívica de la sociedad; a la vez, se recuerda que casi todas incluían la transmisión de música popular o de novelas como contenidos primarios de sus cartas programáticas, en apego a las costumbres de cualquier estación privada. Este último ejemplo mostraría que la búsqueda de una audiencia numerosa fue también objetivo a lograr por la radiodifusión estatal.

A contraparte de esta interpretación primera, la segunda si bien reconoce los casos anteriores como demostrativos del interés estatal, no les otorga mayor importancia o consistencia y los deduce más como un ejemplo de la voluntad del gobernante en turno que como lineamiento estable e institucional, pese a su continuidad probada (**Recuadro 8**). Deduce de ello que el Estado prefirió ceder el desarrollo del medio a la iniciativa privada, y propiciar que ese endoso se tradujera en beneficios tangibles, en la esfera política preferentemente. La alusión aislada al paso de Calles por los micrófonos de la estación de Azcárraga se evoca para probar el punto, así como la serie de relaciones Estado – concesionarios acaecidas desde los años pioneros y que al favorecer a los últimos supusieron a la vez el otorgamiento de privilegios por parte de la estructura institucional. A cambio de esas prebendas, era implícito que el Estado recibiría apoyo incondicional del medio, a traducir en el respaldo y la aprobación unánimes de sus acciones públicas y la presentación de las mismas sin crítica ni cuestionamiento.

Empero, si las dos versiones se ciñen a su interpretación con base en el desarrollo de la estructura económica del país de entonces, puede surgir una liga común que las valida y reconforta; cuando no las fusiona inclusive. El tránsito de la base de acumulación del enclave hacia la industrialización y el mercado interno, se conforma como el escenario donde ambos hechos se acoplan, y en el que mutuamente se enriquecen. En tal empalme anclan de comienzo las tres premisas argumentales que a continuación se apuntan, y mismas que sirven para encuadrar no sólo las particularidades que desde su inicio adquiere la radiodifusión estatal, sino a la vez la bipartición del aprovechamiento del medio implicada en el manejo entre el Estado y los concesionarios. Sobre todo hasta 1940, esta dualidad fue ciertamente un elemento primordial en la historia de la radio.

### **5.1 La radio y la nueva fase del proceso de acumulación.**

No está de más insistirlo. El arribo del capitalismo industrial implicó que la radiodifusión nacional tomara el *perfil comercial como modelo dominante*, mismo que comprometió y aún conlleva el desarrollo de un proceso de

Recuadro 8. De opiniones sobre el interés del Estado en la radiodifusión

Karin Bohmann y Fernando Mejía Barquera coinciden en destacar esa apreciación. Dice la primera: *“Las pocas publicaciones disponibles partieron del supuesto de que, debido a la fase de transición política y a la consolidación interna después de la Revolución, el gobierno le atribuyó poca importancia al sector radiofónico”*<sup>(1)</sup> (1989:88). Después menciona que gracias al estudio de Rosalía Velázquez Estrada<sup>2</sup> de 1981, esa interpretación ya se ha desechado.

Para sostener su dicho, Fernando Mejía Barquera echa mano de citas textuales, manifiestas por analistas muy reconocidos; la primera subraya ... *“Cabe preguntarse cual hubiera sido la actitud del Estado mexicano si la radio hubiera surgido en momentos de estabilidad política y no precisamente cuando se sentaban las bases del actual sistema político ...[...] ... De haber sido otra la época de gestación de los medios electrónicos y de haberse previsto su poder de difusión, es posible que el Estado mexicano no hubiera confiado parte de la industria cultural al capital privado, nacional y extranjero, siendo éste último quien marcó la ruta mercantil de las primeras radiodifusoras”*<sup>3</sup>.

Una segunda opinión que registra el autor es contundente y sin ambigüedades: *“... el Grupo de Sonora –Obregón, De la Huerta, Calles– por aquellos días muy fuerte y homogéneo, descuidaba y descuidó por largo tiempo los medios de comunicación”*.

Como sugiere Karin Bohmann, el aporte de nuevos datos y una reflexión más detallada establecen lo contrario a esa opinión: tanto por lo que hace como por el apoyo otorgado a la industria, el Estado manifiesta un gran interés por el nuevo medio.

- (1) Karin Bohmann. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Conaculta–Alianza Editorial Mexicana; 1989:88pp.
- (2) Rosalía Velázquez Estrada. “El nacimiento de la radiodifusión mexicana”. En: *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*. Vol. 9, No 3; 1981;137-170pp.
- (3) Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. México, Fundación Manuel Buendía, 1991; 17pp.

capitalización sustentó en la venta de tiempo de transmisión para emitir anuncios publicitarios. Para su explotación, el medio fue cedido a capitales privados a través de la fórmula jurídica de concesión, ampliamente aprovechada en los servicios telegráfico y telefónico, y ratificada para todos los sistemas del momento con la **Ley de Comunicaciones Eléctricas** de 1926. El arraigo del modelo –tanto en su fase operativa dentro de las propias estaciones, como para su implante jurídico formal, ya que requirió la confección de un marco regulatorio y reglamentario idóneo– estuvo sujeto al proceso de afincamiento de la nueva fase productiva. En lo económico, ésta se caracterizó por el avance aletargado de la industria como modo dominante en la producción de artículos de consumo, y en lo político, por el enfrentamiento entre fracciones por la repartición del excedente económico y la inestabilidad social propia de un movimiento armado que aún no acabada de diluirse, y también derivada de la indefinición del grupo que habría de dominar el proceso. Durante la administración de Obregón (1920–24) y todavía en el período de Calles (1924–28), ese telón de fondo cobijó las experiencias radiofónicas debutantes, que lo mismo

oscilaron entre la insistente indagación científico y técnica sobre las posibilidades de la tecnología que llegaba, y la búsqueda de la forma idónea para implantar el esquema económico del medio. Al tiempo, la radio comercial era ampliamente probada en Estados Unidos, matriz de referencia obligada para la iniciativa nacional porque los proveedores de equipo eran los mismos aquí y allá. *Se anhelaba encontrar entonces no la fórmula de capitalización de la inversión dedicada a la radio, sino las particularidades del negocio de la radiodifusión en las coordenadas nacionales y la plataforma operativa propia necesaria para en verdad solventarla.*

Hasta que la industria de bienes y servicios de consumo logra un nivel de desarrollo suficiente para constituirse como un anunciante capaz de sostener un esfuerzo publicitario aplicado, y una vez que los receptores del medio progresan hasta conformarse como público de solvencia numérica –eficacias ambas no presentes antes de 1930– el despegue de la radiodifusión está avalado por su *articulación en la dinámica del mercado interno de consumo, base a la vez del modo de acumulación en vías de imponerse.* Así pues, al asentarse en la base económica que se desarrollaba, el medio únicamente podía crecer a partir de la modalidad comercial, *protagonismo que le determina la estructura económica en su nueva configuración.* Bajo la lógica descrita, la radio estatal no responde a la función económica prevaleciente, por lo que su *desempeño debe entenderse en el campo político-ideológico, con la función de legitimar justo su ejercicio público* y en tal papel la *confección de los procedimientos que autorizan el funcionamiento de la radio como sistema comercial bajo control privado.* Tanto la traducción relajada de los Artículos Constitucionales 27 y 28 como la plataforma normativa que se pone a punto tienen pues esa finalidad. Incluso, las prescripciones reglamentarias que obligaban a transmitir los mensajes del Ejecutivo y sus apéndices por las estaciones comerciales sin costo alguno, nunca se aprovecharon para violentar o repetir la labor publicitaria del medio. Aún más, el Decreto fiscal de 1969 que especifica la entrega al Estado del 12.5% del tiempo de transmisión como pago de impuestos en especie, precisa que esos tiempos estatales no podrán dedicarse a difundir publicidad alguna. Así, desde los comienzos, *la función económica del medio se ha resguardado siempre.*

## **5.2 Sobre la explotación mancomunada del medio.**

Como área de capitalización económica emergente apenas, *el Estado cede la explotación de la radio a la inversión privada como parte de la política de promoción del desarrollo empresarial.* Desde el primer ordenamiento aplicable de 1916, la única condicionante que prevalece para estructurar ese traslado es la obligada nacionalidad mexicana de los titulares de la concesión, precepto que trasciende décadas y persevera en el sector hasta la modificación regulatoria de marzo de 2006. En una de sus tantas prestidigitaciones, con el traslado de la radiodifusión al ámbito de la **Ley Federal de Telecomunicaciones** que la reforma ejecuta, es permisible ya la concurrencia de inversión extranjera minoritaria, fórmula que puede derivar en el enroque de concesionarios y en el establecimiento de facto de dualidad en la titularidad de la explotación. Ello sin contar que mediante la llamada inversión neutra que se deriva de



la **Ley de Inversiones Extranjeras**, los recursos foráneos han fluido y se han hecho presentes ya en las estaciones radiodifusoras, justo en las que opera el grupo económico dominante.

Al legitimarse la entrega del recurso electromagnético, la limitante única del crecimiento de la radiodifusión privada – y desde 1950 de la modalidad televisiva, concesionada igual– a lo largo del siglo XX, acaso provino de los mismos empresarios, quienes no han enfrentado un control serio y frontal que los inhiba en sus diligencias y labores. En algunas temporadas no han disfrutado del mejor ambiente para su cometido –de principio, en la administración cardenista se gesta el primero de ellos; después será en la década de los setentas cuando el entorno nos les favorece por entero– pero en suma el saldo final es más propicio que contrario. *El soporte estatal al concesionario ha sido permanente y como principio rector se ha conservado invariable. Lo que cambia y se adecua ha sido entonces la modalidad que adquiere tal respaldo, y las características que lo determinan en un tiempo definido. Éstas se precisan como resultado de la dinámica de la lucha de clases y al interior mismo de la clase dominante.* Si en el ejercicio presidencial de Calles tal acoplamiento favoreció a los grupos económicos del norte, desplazados del enclave y con necesidad de reproducirse en otro sector productivo, es explicable entonces que los primeros capitales en ingresar a la radiodifusión tengan esa procedencia, como lo ha argumentado Fátima **Fernández Christlieb** en sus indagaciones de 1976 y 1982<sup>63</sup>. Tampoco sorprende que ese patrocinio termine durante el cardenismo, sobre todo por el carácter popular que toma el régimen y la resuelta movilización social que lo resguarda. El Gobierno Federal generaliza la política de fomento al empresario, y ya no se dedica a soportar el desarrollo de una sola fracción.

Como en toda la estructura productiva, el Estado interviene decididamente y en esa dinámica el incentivo al radiodifusor no merma en ánimo o intención. A lo largo del sexenio se garantiza la reproducción económica en el sector, lo que incrementa las inversiones dedicadas y aviva la fundación de estaciones, sobre todo en provincia. Dos fuentes distintas, y con datos radicalmente diferentes también, confirman el avance de la radiodifusión comercial. Por una parte, el recuento de las estaciones que reporta la historia oficial de la **SCT** origina el **Cuadro 9**, donde se establece la fundación de radiodifusoras por cada entidad federativa durante el período 1930–1940. Conforme tal listado, es patente que en el sexenio cardenista se fundaron el mayor número de estaciones, 52, especialmente en el norte del país. Chihuahua y Sonora encabezan ese esfuerzo con seis unidades cada una y Coahuila se mantiene debajo por poco, al albergar cinco más. Jalisco y Veracruz listan cuatro cada cual y en Yucatán se inauguran tres, igual que en Sinaloa, aunque en ese estado todas se originan en 1940. Las 31 que se totalizan en estas entidades se unen a 21 más distribuidas en 15 estados para llegar a las 52 totales. Dicha suma contrasta en efecto con las 12

---

<sup>63</sup> Respectivamente, "La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo". En: El Estado y la televisión. *Nueva Política*. Vol. 1, No. 3, Julio–Septiembre de 1976; 237–248. Y. *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos Editor, 1982.

Cuadro 9

*Radiodifusoras\* instaladas en la República Mexicana en el período 1930-1940*

	1930	31	32	33	34	1935	36	37	38	39	1940
Aguascalientes							BI				
Baja California Norte			AO	AA	EC EMO		BG				
Campeche										EA	
Chihuahua			FV		F	AT	P ROK BU			BW	WG
Coahuila		TB					BX	MU		BP	
Colima <sup>1</sup>											RL
Durango					E						
Estado de México <sup>2</sup>									CH		
Guanajuato								BO			RW
Jalisco									DK DKT	HK	AD
Michoacán											KW
Nayarit										RK XT	
Nuevo León	T	FB		AW							
Puebla										HR	CD
San Luis Potosí					CZ						BM
Sinaloa											RJ BL CF
Sonora					HF	BH	AP	FQ	DR	OX	
Tamaulipas	ES		MA FW			BK AM		EK			
Veracruz	U			TF	AG				ZL		HV
Yucatán	FC			Z	QW						MH
Zacatecas										LK	MA
<b>TOTALES</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>12</b>

Cuadro 9 (Continuación)

<i>Radiodifusoras* instaladas en la República Mexicana en el periodo 1941-1950</i>										
	41	42	43	44	1945	46	47	48	49	1950
Aguascalientes				RO						YZ
Baja California Norte <sup>3</sup>	RCN	PP		PRS		XX ED		AZ		
Chiapas <sup>4</sup>		TS				ON				
Chihuahua <sup>5</sup>							SB		JK JS TX	CC YC
Coahuila <sup>6</sup>	MJ	DN	DE SJ			RF	MF			
Durango <sup>7</sup>				DU						
Guanajuato <sup>8</sup>	RZ		NC			LG				
Guerrero <sup>9</sup>	KJ									
Hidalgo						PK				
Jalisco <sup>10</sup>	HL			LT	TIA				BC	BA QP LB
Michoacán <sup>11</sup>	UF	LQ	GT			LC		GC ZM	TA	
Morelos			JC							
Nayarit <sup>12</sup>										UX
Nuevo León <sup>13</sup>	MR			ER EG OK						
Oaxaca <sup>14</sup>	AX									
Puebla <sup>15</sup>				WJ						
Querétaro <sup>16</sup>	JX								NA	
San Luis Potosí <sup>17</sup>				TR				PO		
Sinaloa	SA				TK		CQ		GS	
Sonora		HQ TM		DL			AQ OJ	BQ HB		FH
Tamaulipas										
Veracruz										
Yucatán		MQ								
Zacatecas										
<b>TOTALES</b>										

**Notas:**

- (\*) En todos los casos debe agregarse el distintivo XE.
- i. El cuadro lista respectivamente las estaciones fundadas en los períodos 1930 a 1940 y 1941 a 1950; las posteriores a esas fechas y hasta 1959 se refieren en la tabla mediante las notas explicativas que se presentan en el Número v.
- ii. El registro de **Baja California Sur** apunta una sólo estación, la **XENT**, establecida en La Paz en 1956.
- iii. Quintana Roo únicamente lista la fundada en 1964 para Chetumal, la **XEROO**
- iv. En Tabasco, la **XEVT** inicia operaciones en 1954; en 1955 aparece la **XETAB** y en 1959 la **XEVX** de Comalcalco.
- v. Indican:
- (1) Manzanillo es la sede de la **XECS** (1953) y la **XEAL** en 1957.
- (2) Una más se funda en 1965, la **XEQY** en Toluca.
- (3) Registra una última, la **XEKT** establecida en Tecate para 1954.
- (4) Se suman la **XEVE** de Tuxtla Gutiérrez en 1956 y la **XEKQ** de Tapachula en 1958.
- (5) La primera aparece en 1923 con operación del gobierno del Estado. Después de 1950, se enumeran las siguientes:

Ciudad Delicias	<b>XEBN</b>	1951
Ciudad Jiménez	<b>XEGD</b>	1952
Ciudad Cuahémoc	<b>XEER</b>	1954
San Francisco del Oro	<b>XEHB</b>	1955

- (6) Se registra la instalación de la Eagle Pass Lumber Company en 1923. En los cincuenta se fundan las siguientes:

Torreón	<b>XERS</b> <b>XETAA</b>	1952
Nueva Rosita	<b>XENR</b> <b>XEYJ</b>	1953 1955
Monclova	<b>XEWQ</b>	1958
Ciudad Acuña	<b>XEAE</b>	1959

- (7) En la capital se instalan la **XECAV** y **XECK** en 1954.
- (8) Para 1952 se habilita en Celaya la **XEY** y un año después la **XERPL** de León.
- (9) Acapulco es la sede de la **XEBB** (1953) y las **XECI** y **XEKU** en 1958.
- (10) En Guadalajara entra al aire la **XEZZ** en 1952 y el mismo año la **XEED** en Ameca.
- (11) En octubre de 1926 se reporta el surgimiento de la **CYI**. Hasta 1955 intervienen como radiodifusoras:

Apatzingán	XECJ	1952
Uruapan	XEFN	1953
Morelia	XECR	1954
Pátzcuaro	XEXL	1955
Zitácuaro	XELX	

- (12) Complementan el aprovisionamiento la XETD de Tecuala en 1955 y la XESI de Santiago Ixcuintla en 1957.
- (13) En la ciudad capital se realizan las experiencias pioneras de 1921 y se instala otra más, la CYH en 1928 (Cuadro 4); en los cincuenta nacen la XEJM (1957); la XENM (1958) y la XERG (1959).
- (14) Acogió en Etlá uno de los primeros transmisores en 1924 y en febrero de 1926 a la estación experimental RYF. Para 1956 se instala la XEOA en la ciudad capital y la XEKZ en Tehuantepec hacia 1959.
- (15) Se suman:

Teziutlán	XEFJ	1952
Tehuacan	XEGY	1957
Puebla	XEPA	1958
Ciudad Serdán	XELU	1959

- (16) En 1962 se agrega la de San Juan del Río, XEVI.
- (17) Emergen cuatro más en los cincuenta:

Matehuala	XEFJ	1953
San Luis Potosí	XESL	1954
Ciudad Valles	XECV	1956
Río Verde	XEEM	1958

Fuente: Elaborado a partir de Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*. México, SCT, 1987.

que se fundan a lo largo del primer quinquenio de la década de los treinta.

Con números sensiblemente superiores, Fernando Mejía Barquera igual argumenta un crecimiento substancial de la radiodifusión en la segunda mitad de los treinta. Conforme su estadística, en 1936 se cuentan 68 estaciones y para 1940 se llega hasta las 113, lo que representa un más que sólido crecimiento del 66% en cuatro años. La inversión dedicada presenta una evolución similar: los 3.1 millones de pesos que se reportan para el primer año se multiplican por cuatro y llegan a poco más de 12 millones para 1940. En ingresos se parte de un total de 3.4 millones obtenidos

en 1937 a 7.2 millones que se logran tres años después. En todos los rubros, pues, la expansión es palpable y llega a doblar los indicadores iniciales. Resulta evidente que tales cifras positivas argumentan más que ninguna otra razón el éxito logrado en la implantación de la fórmula comercial para la explotación del medio.

En cuanto a la radiodifusión estatal, las estaciones de gobierno viven también sus años dorados: no únicamente se destacan por una producción intensa de contenidos, sino por el *desarrollo de relaciones horizontales con otras instancias del Estado* –de educación e industria– para complementar sus iniciativas, lo que perfecciona y vigoriza su accionar cotidiano y le proyecta una fisonomía superior, cercana al proyecto nacional. La pérdida súbita de esa cualidad, conquistada solamente en ese período y mantenida después por muy corto tiempo, la vuelve excepcional y relevante en tanto demuestra el potencial del medio bajo otra filosofía de explotación.

### 5.3 *La complementariedad ideológica entre industria y gobierno.*

El vigor que tanto Estado como concesionarios vuelcan al medio desde mediados de los treinta remite a la solvencia de los esquemas operativos que cada cual explota, y asimismo a la yuxtaposición virtuosa que logran entre sí. Comparten en efecto el deseo de imponer una percepción social favorable a su accionar propio, buscando lograr consenso sobre ese desempeño que lo justifique y legitime. La intencionalidad de la comunicación de uno y otro es entonces semejante, y tal y como la radiodifusora privada anhela la recepción mayoritaria del mensaje publicitario que rentabilice el tiempo de transmisión, para el Estado también se trata de allegarse la aprobación de la mayoría al proyecto socioeconómico que encabeza la fracción prevaleciente en ese momento histórico; y tal es el soporte de la radiodifusión cardenista. *“Se trata, además, de instrumentar para la acción (...) El Estado, en particular sus ramas recién nacidas, casi todas ellas vinculadas de manera directa con la esfera económica, es movilizado activamente para precipitar la caducidad del viejo patrón de desarrollo que a 20 años de estallada la Revolución aún regía, en tanto que simultáneamente se intenta instalar otro que no sólo responda a los intereses ‘emergentes’ dentro del bloque dominante, sino también recoja y concrete, en realidades sociales y económicas, y en instituciones estatales y productivas, las fuerzas sociales del universo de los explotados”*<sup>64</sup>. El ideario *instrumentar para la acción* encuentra soportes específicos en la radio. En las empresas concesionarias, al madurar la capitalización del tiempo de transmisión se estructuran las bases de acumulación en el sector, por lo que el paso evidente es maximizar los mismos factores económicos que las solventan. La *creación de estaciones en todo el país y el surgimiento de las primeras cadenas radiofónicas* tipifican ese progreso con claridad. Por su parte, la legitimación de la producción de excedente económico y de las relaciones sociales que conlleva, se asienta sobre *el rol diferenciado del mensaje radiofónico del Estado respecto al que privilegia el concesionario*. Así,

---

<sup>64</sup> Rolando Cordera. “Estado y economía en México: la perspectiva histórica”. En: *Economía de América Latina*. No 3; Septiembre de 1979:110pp.

las estaciones estatales pueden llamar a la movilización social sin contradecir el llamado al consumo que pregonan las segundas. Unas y otras *actúan en campos comunicativos diferentes y diferenciados pero en franco acoplamiento porque parten de la misma estructura económica* que se anhela fortalecer, ya mediante la *participación política de las masas que fomenta el Estado*, ya a través del *avance de la industria de bienes de consumo y de los servicios que se anuncian en los medios de difusión*.

En afinidad con las tres premisas señaladas, la radiodifusión se cultiva e implanta más como dicotomía que separa la estatal de la privada que como una relación complementaria entre ambas. El *carácter mixto* que Fernando Mejía Barquera le atribuye a la explotación de la radio, más bien se manifiesta como una práctica impar, que nace sin correspondencia ni contradicción entre las dos y donde cada cual encuentra su semblante y progresión de manera aislada, propia. El vínculo jurídico que debió solventar el control del concesionario derivó en una plataforma cada vez más débil e incolora que sólo procuró el crecimiento económico del concesionario. Esta intención se encuentra en la gestión de Obregón; de Calles; de la tríada de Presidentes que alimentan la transición al régimen cardenista, y que arman ese soporte con base en el formulismo jurídico ya estructurado y disponible, y a la vez conciben y desahogan el aplicable a la radiodifusión que configura el entorno oportuno para la reproducción económica de los empresarios del medio. El concesionario igual hace su parte y trabaja bajo ese mismo y único designio. *“El capital sólo acomete empresas ventajosas; ventajosas desde su punto de vista... [...]... Efectúa inversiones que no son lucrativas o que no llegan a serlo hasta tanto no están desvalorizadas en cierta medida. De ahí las muchas empresas en donde la primera mise de capital (inversión de capital) es a fond perdu (fondo perdido), los primeros empresarios quiebran, y sólo se valorizan en el segundo o tercer cambio de dueño, cuando el capital invertido ha mermado por la desvalorización. [En ello...]... se da por supuesta una magnitud del capital, del capital concentrado en sus manos, como para poder emprender trabajos de tales proporciones y de rotación y valorización tan lentas...”*<sup>65</sup>.

Para 1930, la persistencia del capital que se evoca ha producido ya la ganancia esperada y la inversión puede reproducirse. Sin embargo, el Estado es ajeno a esa lógica y no la comparte. Su concurrencia económica en la radiodifusión, se traza con una funcionalidad semejante a la que Marx describe como actividad social realizada mediante deducciones del rédito, que integra los llamados *costos de consumo del individuo* y *costos de producción de la sociedad*. Las dos categorías contribuyen al desarrollo de las fuerzas productivas en lo general, no se traducen en fuente de riqueza y se asumen como condiciones generales de la producción, ya que la favorecen y la propician pero no generan excedente. En tal sentido, la labor radiodifusora estatal se encarna en el ejercicio de funciones distintas, que se definen y ajustan de manera permanente y toman preeminencia o se minimizan conforme

---

<sup>65</sup> Karl Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858, Vol II*. México, Siglo XXI Editores, 8ª edición (Biblioteca del Pensamiento Socialista); 1980:19-20pp.

evoluciona la correlación de fuerzas y de intereses que se estructuran en su accionar político. Y si el Estado recurrió a la movilización social para robustecer el despegue de la industrialización, la radio funciona como plataforma para dilucidar la acción pública desarrollada con esa finalidad, y, a la vez, para legitimar esa marcha y los impactos y las consecuencias que originaba. La concepción de la actividad de publicidad y propaganda prevaleciente en el gobierno cardenista que Fernando **Mejía Barquera** rescata se apega fielmente a esa función, y se concreta en el amplio programa de comunicación social puesto en práctica en el **Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAPP)**, de existencia institucional efímera ya que únicamente operó en el bienio 1937–39. *“Para Cárdenas –se descifra– la publicidad era el medio para explicar a las masas la razón de ciertas acciones del gobierno y para ofrecer la justificación política de las mismas. La propaganda era, a su vez, un dispositivo ‘de tipo ideológico’ cuyo objetivo era la movilización de las masas”*<sup>66</sup>. La aclaración y la convocatoria que se valoran no se contradicen con la búsqueda emprendida para expandir la demanda social como pauta para provocar el crecimiento económico.

El DAPP debe *“dirigir y administrar las estaciones radiodifusoras pertenecientes al Ejecutivo –con excepción de las que dependen de la Secretaría de Guerra y Marina’– y ‘supervisar y reglamentar la propaganda y publicidad hecha por medio de radiodifusoras comerciales y culturales establecidas en la República”*<sup>67</sup>. La nueva instancia oficial nace con una vocación integradora en los dos ejes señalados, por lo que conjunta los activos gubernamentales existentes y orienta su desempeño bajo una misma directriz. Esto inyecta unidad y coherencia al esfuerzo del Estado, hasta entonces más exhibido por acciones si bien significativas igual aisladas, lo que atomizaba el desempeño estatal y su impacto posible. En su interacción con el sector concesionado, asimismo el DAPP establece una interlocución fundamental que se concreta en transmisiones específicas y periódicas, llevadas a cabo con el soporte de la infraestructura privada.

Ordenar los recursos radiofónicos del Estado era una tarea lógica. Como en el medio privado, las iniciativas llevadas a cabo resintieron asimismo la incertidumbre técnica de la operación, y el ensayo y error fue igual la norma en los orígenes del medio estatal. Son varios los bosquejos de esa paternidad que nacen y no logran progreso alguno. Al debut de la radiodifusión en el bienio 1923–24, Karin **Bohmann** destaca tres de esos ensayos que directamente se empalman con el Ejecutivo Federal. Dos de ellos surgen en 1923, el ligado a la **Secretaría de Asuntos Exteriores** y el financiado por **Guerra y Marina**, conocido bajo las siglas **JH**. Años después, hasta 1927, aparece la **CZI**, ahora en la nómina de la **Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo**. *“Sin embargo, éstas se limitaban a un círculo de radioescuchas relativamente limitado”*, asegura la autora, por lo que su impacto fue mínimo y sin notabilidad

---

<sup>66</sup> Fernando Mejía Barquera. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. México, Fundación Manuel Buendía, 1991:68pp.

<sup>67</sup> Fernando Mejía Barquera. “El Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad”. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. Noviembre-Diciembre de 1988.



mayor. En 1924, siempre con la misma especialista, se funda la emisora que antecede a la **Radio Educación** de hoy: la **CZE** de la **Secretaría de Educación Pública**. Esta primera oleada de radiodifusoras oficiales se complementa con otras tentativas provenientes de los círculos cercanos al gobierno, que argumentan el tercer vector. Se citan en este vector a la emisora del llamado **Partido Cívico Progresista** que debuta en abril de 1923, y la que habilitó la **CROM**, la organización sindical más poderosa de la época.

La mayor parte de las notas existentes permite deducir que en la intervención radiofónica del Estado se dibujan dos itinerarios centrales, en los que incluso los ejemplos distintos que se rastrean han sido valorados como célebres y exitosos por los propios analistas. El primero de estos trayectos puede designarse como *promocional-propagandístico*, ya que desde luego se encaminó a difundir las plataformas e idearios políticos tanto del Gobierno Federal como de sus agentes ejecutores y de sus instancias corporativas, de comienzo el partido oficial. La **CYE**, por ejemplo, nace en noviembre de 1924 –justo el mismo día que Calles toma posesión– y atrae los mayores elogios de todos los analistas. Concebida con el objetivo de *“propagar la educación y la cultura para las masas”*, tuvo una cobertura nacional y logró prestigio transfronteras por desempeñarse con orden y equilibrio –*“radiaba diariamente sus programas, de acuerdo con horarios establecidos por la mañana, el mediodía y la noche”*– y por difundir una producción de calidad y con un alto nivel de profesionalismo, donde se combinaba la información con el entretenimiento. *“A partir de 1928 también se transmitieron comerciales a través de la CZE a cambio de lo cual las empresas regalaban radiorreceptores a la Secretaría como contrapartida”*<sup>68</sup>. Como enfatizan los especialistas, la experiencia es valiosa en sí misma y también por lo que trasciende: para complementar sus actividades educativas, la estación se coordinaba con otras dependencia gubernamentales y logra aportar coherencia a su labor al uniformar criterios, información y práctica social. Por ese aporte, la conducta de la **CYE** será ilustrativa en el corto plazo: el programa educativo radiofónico que encabeza el cardenismo la incorpora sin duda como uno de sus pilares más sólidos, aunque ya no requiera su concurso como emisora.

El eje promocional – propagandístico se refuerza asimismo con la fundación de la difusora del **Partido Nacional Revolucionario (PNR)** en enero de 1931, que primero se designó **XE** y más tarde **XEFO**, con su complemento **XEUZ** en onda corta. [Ésta se convirtió en]... *“una emisora de importancia nacional a través de la cual se difundía la doctrina del partido, informaciones diarias, noticias sobre temas de política general, la política del partido y del Gobierno, así como programas literarios y culturales. Además, el gobierno la utilizó para la integración e incorporación político – ideológica y cultural de las masas. Cárdenas ordenó colocar altoparlantes en los pueblos y declaró: ‘nuestro pueblo es profundamente auditivo y la radio puede ser factor de inestimable eficacia para la integración de una mentalidad nacional’*”<sup>69</sup>. La inclinación que se señala

---

<sup>68</sup> Las tres citas se toman de Karin Bohmann. Op. Cit. Nota 67:91-92pp.

<sup>69</sup> Ibidem; 96pp.

encuentra un nuevo soporte con otra emisora oficial, **Radio Gobernación**, dependiente de la Secretaría con ese nombre que se funda en 1937. La emisora incuba y acoge por años la emisión semanal *Hora Nacional*, desde siempre identificada como la voz oficial que sin tapujos promociona lo que el gobierno en turno califica como sus aciertos más destacados.

Un segundo recorrido de la radiodifusión estatal puede distinguirse como *formativo-educacional*, línea que se diferencia de la primera ruta porque propuso aprovechar al medio más allá de la difusión política, como agente de movilización que provocara una respuesta del receptor, centrada sobre todo en su capacitación y preparación. Esta óptica estuvo presente desde los inicios del medio, cuando se vislumbraba que la *radiotelefonía* podía tener utilidad. En junio de 1923, por ejemplo, se desarrollaron estudios para evaluar la factibilidad de instalar grandes antenas transmisoras en Monterrey; Chihuahua; Hermosillo; Guadalajara; Mérida y la ciudad capital, para crear una red de información sobre agricultura, que estableciera enlace con los campesinos de todo el territorio nacional para comunicarles noticias útiles sobre su actividad. El proyecto no llegó a su etapa operativa –murió en el cajón de algún escritorio, comenta SCT<sup>70</sup>– pero al evocarlo es claro que el Gobierno Federal valoró el potencial de la radio más allá de la difusión política.

Durante el período cardenista, e incluso en los primeros años de la década de los cuarenta, ya en la administración de Ávila Camacho, la línea *formativo-educacional* condujo buena parte de los esfuerzos estatales en la radio. La labor del **DAPP** nucleó tal desempeño. En 1937, el Departamento instala dos radiodifusoras, la **XEDP**, de amplitud modulada, y la **XEXA**, de onda corta, que transmiten diariamente, de las 7.30 a las 23.00 horas, una programación integrada en su mayor parte por emisiones producidas por secretarías y departamentos de Estado. Junto con las emisoras del **PNR** (**XEFO** y **XEUZ**), y la de la Secretaría de Educación Pública, el **DAPP** difunde las políticas gubernamentales a través de la radio.

A la desaparición del Departamento en 1939 el protagonismo estatal en campañas de educación y formación por radio toma un nuevo impulso que va a perdurar por ocho años, de 1942 hasta fines de esa década. La campaña denominada **México Feliz**, ocupará ese espacio dos veces por día con transmisiones radiadas con una potencia de 200 mil vatios. Concebida por sus promotores para emplear las técnicas más modernas y solucionar el que se consideraba el problema fundamental del país, la educación, la campaña nace bajo los auspicios de intelectuales y artistas. Dice SCT al respecto: “... *los ínclitos personajes llegaron a la conclusión de que a la falta de educación se debían males como el alcoholismo, la falta de higiene; la corrupción, la mala alimentación...* ¡y

---

<sup>70</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*. México, SCT, 1987:54 y 85pp.

*hasta la pobreza y degeneración de la raza!*<sup>71</sup>. En tal razonamiento, la iniciativa aspiraba a contrarrestar tales situaciones mediante la utilización de metodologías psicológicas consideradas de vanguardia en la época, que implicaban la acción sincrónica de la radio y la prensa en la técnica denominada **radiopsicofonía**. Ésta planteaba que la repetición radiofónica de frases sugestivas o lemas podrían generar un *sistema autosugestivo mecanizado que al emitirse por la radio podía conducir al escucha hacia la superación de sus limitaciones personales*. Con base en esta concepción la radio se transformaba en una plataforma masiva con una sólida base técnica de claro perfil educativo: mediante sus emisiones se podía *formar a un gran número de escuchas en torno a temas previamente definidos*, todos de vocación superior. En referencia a la explotación del medio, el desarrollo de la campaña arrojó tres productos muy concretos...

- a. Programación transmitida. Se centralizó en la exaltación de los valores nacionales, para “combatir los sentimientos de inferioridad de una parte de la población”, conforme afirmaba uno de los promotores más entusiastas<sup>26</sup>. Esta orientación se concretó en barras programáticas completas, que albergaron series distintas, como las bautizadas *Regalos de México al mundo*; *Apellidos mexicanos* –para **“atraer la atención de la gente sobre el origen etimológico y hereditario de sus apellidos, para despertar su orgullo y enfrentar la minusvalía psicológica”**<sup>72</sup>–; *Biografías de mexicanos ilustres*, y también dramatizaciones sobre la vida de mexicanas reconocidas. También, descripciones del México antiguo; sobre viajes a zonas pocas conocidas y secciones didácticas; de salud pública –contra el alcoholismo, por ejemplo –y de formación cívica. Igual se dedicaba media hora a programación infantil y se impartían clases de yoga y de ejercicios varios. Mención especial tiene la cruzada de moralización que emprendió la campaña, destinada a alertar sobre el mal uso de los fondos públicos y sobre la responsabilidad de los funcionarios de gobierno. **“Las frecuentes radiodifusiones en forma de diálogos se hacían siempre en estilo sencillo –explica SCT– y, al mismo tiempo, sustancioso; nunca dejaban de captar la atención del público y de mantener vivo su interés... a este resultado contribuyeron eficazmente las voces de los locutores, escogidas según las leyes de la técnica psicofónica, es decir, que fuesen amables, persuasivas y que inspiraran confianza”**<sup>73</sup> (1987d:117).
- b. Infraestructura de transmisión. Desde febrero de 1943 y hasta 1950, la transmisión de la campaña encadenó dos veces al día a lo largo de toda la semana a 76 de las 103 emisoras que entonces operaban en el país. A esta infraestructura se sumaba una potente estación que había pertenecido a la radiodifusora **XERA**, de Villa Acuña, Chihuahua, misma que fue expropiada y trasladada a la ciudad de México, desde donde se transmitía.

---

<sup>71</sup> Ibidem; 89pp.

<sup>72</sup> Ibidem; 93pp.

<sup>73</sup> Ibidem; 117pp.

La estación no sólo emitía la programación psicofónica. Asimismo transmitía programación comercial pagada por anunciantes, y éstos llegaron incluso a patrocinar segmentos distintos de la campaña.

- c. Infraestructura de recepción. De acuerdo al censo de 1940, en el país había un estimado de 300 mil aparatos radiorreceptores. Ese total promediaba una densidad de .65 aparatos por cada 100 residentes. El cálculo oficial estimaba que con el parque disponible se lograba captar cuatro oyentes por cada terminal. Ambos indicadores eran insuficientes para lograr que la campaña fuera eficaz, sobre todo porque no tocaba necesariamente a los sectores de menor poder económico, esto es, quienes serían los mayores beneficiarios de la misma. Ante ello, se plantea la necesidad de crear un modelo de receptor económico y eficiente, que pudiera fabricarse en grandes series, y en el mismo 1942 se instala en el Distrito Federal una fábrica de radiorreceptores que se designó como **Radio América**. La empresa dispuso de apoyo estatal y al año de su fundación, produce ya 15 mil radios. En 1944 se llega a los 60 mil y doce meses después hasta las 100 mil unidades.

La fábrica lanzó un modelo de radio de cinco bulbos, montado en caja de madera o de resina sintética azul, donde se destacaba una estilización del escudo nacional, logotipo oficial de la producción. Para distribuir los receptores entre la población campesina e indígena, las **Secretarías de Hacienda** y de **Educación Pública** promovieron que algunos bancos financiaran la venta de aparatos para organizaciones campesinas y para particulares, en plazos de 18 y 24 meses de pago. Otra parte de la producción se exportó a Centro y Sudamérica.

Como se aprecia, la campaña entrelazó los elementos principales de la industria. Es de destacarse que la iniciativa pretendía constituirse como la contraparte de las tareas publicitarias, mismas que eran motivo de crítica y censura. Reconociendo que éstas en ocasiones se inspiraban en las técnicas radiopsicofónicas para *“influir en el subconsciente de los individuos mediante la repetición, para convertirlos en compradores potenciales”*, la campaña buscó minar esas manifestaciones, y las autoridades relacionadas presionaron para eliminar frases y enunciados de *“mal gusto, como las hipérbolas ridículas, las comparaciones absurdas o los motivos religiosos usados en provecho de la publicidad. Una de las frases que ahí murieron fue la que durante algunos años empleó una cervecería: ‘Veinte millones de mexicanos no pueden estar equivocados’. La afirmación desapareció porque la consideraron hiperbólica y ampulosa...”*<sup>74</sup>.

La permanencia de la campaña por casi una década y sus afanes correctivos del exceso publicitario, no frenaron sin embargo la expansión de la industria con base justo en la venta de tiempo de transmisión para fines mercantiles.

---

<sup>74</sup> Ibidem; 98pp.

Durante el sexenio cardenista y en los dos que siguieron hasta 1952, la radio perfecciona su ejercicio y se expande en todo el territorio bajo la misma fórmula. Azcárraga funda otra estación que también será declarada clásica, la XEQ en 1938, y cuatro años después surge otra emisora tradicional, **Radio Mil**, o XEOY. Estas radiodifusoras ya no experimentan ni ensayan: el esquema de funcionamiento está probado ya y sólo se reproduce de manera más eficiente.

Otro eslabón que refuerza más aún la plataforma operativa es la integración de las cadenas radiofónicas, al debut de los cuarenta. *“En 1941 –apuntan Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz– Emilio Azcárraga fundó, con Clemente Serna Martínez, Radio Programas de México (RPM), organización que consistía en dos redes de estaciones radiofónicas: la Cadena Azul, encabezada por la XEQ y que formaba parte de la ‘Red de las Américas’ de la CBS; y la Cadena Tricolor, parte de la ‘Red Panamericana’ de la NBC, encabezada por la XEW. RPM estableció también vínculos con 42 estaciones de Centro y Sudamérica”<sup>75</sup>. A estas articulaciones con el exterior se sumaban las propias de **Radio Mil** –vinculada al sistema de Estados Unidos, **Mutual Broadcasting System**– y el suministro de programas y noticias que realizaba la británica **BBC** a 23 estaciones nacionales a través de su servicio internacional.*

La formación de redes bien pronto generó otros procedimientos de transacción publicitaria. La referencia que consigna Florence Toussaint (1998) es decisiva en ese vector... *“También se establecerían, en 1942, los primeros grupos de ‘representantes’. Esta figura permite a un empresario que no posee las concesiones, controlar a las emisoras mediante el presupuesto publicitario, ya que la ‘representación’ constituye un medio para obtener anunciantes. El representante, a su vez, se beneficia de sus representados, pues ofrece al anunciante un paquete grande de estaciones en todo el país”<sup>76</sup>.*

Esta especialización –que una vez más remite a la división del trabajo en la industria, proceso permanente que fragmenta y desagrega las labores generales para buscar una mayor productividad– redondea la expresión material del medio. Con el tiempo, ese funcionamiento se entroniza como la única vía posible de operación de la radiodifusión, en sus dos modalidades técnicas, la AM y la FM. En su quehacer cotidiano, ese esquema encuentra en el Estado su mancuerna y complemento, las que al menos provocan dos enroques permanentes y fundamentales...

---

<sup>75</sup> Pablo Arredondo et Enrique Sánchez Ruíz. *Comunicación social, poder y democracia en México*. México, Universidad de Guadalajara, 1987:103pp.

<sup>76</sup> Florence Toussaint. *Televisión sin fronteras*. México, Siglo XXI Editores, 1998:81pp.

- i) *Primeramente, que el Estado hace suyo el funcionamiento de la industria en tanto sus objetivos de negocio y de expansión le son propios, inherentes a su mandato constitucional. El desarrollo de las infraestructuras de conducción que ya en los cincuenta habrán de soportar el desarrollo de las redes nacionales de televisión evidencia con claridad esa imbricación y la convierten incluso en función estatal. El crecimiento del concesionario es meta que el Estado desea, por lo que le garantiza su funcionalidad jurídica y económica.*
  
- ii) *El sector privado de la radiodifusión queda incrustado en el aparato estatal desde donde fortalece su desempeño productivo. Desde ahí, establece una premisa que el tiempo ha entronizado hasta el límite: la vigencia de sus intereses por sobre los públicos; incluso, ha logrado hacer pasar los propios como de interés nacional, llegando a determinar una equivalencia engañosa: si el concesionario crece y se desarrolla, el país también consigue esos atributos.*

Bajo esta sinergia permanente, no extraña que con el tiempo se instale el claroscuro de siempre: por un lado la firmeza económico-productiva del grupo concesionario; y en el otro el desgaste de la radiodifusión del Estado que, endémico, casi siempre se expresa en la estrechez e insuficiencia permanentes. En forma por demás simbólica, en 1947, la **XEFO**, quizá la estación estatal de mayor relevancia por su actuación pública, se había vendido a la explotación privada por parte del Gobierno Federal, después de un lento aunque progresivo desgaste operativo.

Los avances de la industria radiofónica generaron el entorno para el advenimiento de la televisión, bajo el mismo esquema operativo. Según Marvin **Alisky**, en 1953 se numeraban un millón y medio de aparatos receptores de radio, lo que arrojaba una densidad de 17.3 personas por unidad<sup>77</sup>. Ese indicador parece ya suficiente para el publicista. El paso siguiente era encontrar una relación similar en el medio que nacía: la televisión y sus imágenes, que entonces y hoy parecen de ensueño.

---

<sup>77</sup> Marvin Alisky. "Early Mexican Broadcasting". En: *Hispanic American Historical Review*. Vol 34, No 4; 1954.

### Capítulo III

## **CLÍMAX DEL COMPLEJO POSTAL – INDUSTRIAL Y SINERGIA DURABLE CON LOS CONCESIONARIOS**

--- ¿A qué viene eso? A ti nunca te importa saber qué pienso yo de nada. Realmente, ¿*what's come over you?*

--- **Estás practicando mucho tu inglés... Yo creo que te quieres ir de verdad.**

--- Pero es el colmo, fuiste tú, tú mismo me pusiste a estudiar inglés... para los viajes, para que leyera novelas en inglés y ahora me criticas. No te comprendo. Nunca te he comprendido.

--- **No sea picúa.**

--- ¿Por qué no? Soy picúa, ¿y qué?

--- **Sigue, sigue, tú sabes que así me gustas más, cuando te pones chusma, eso me erotiza siempre, cuando luchas entre la elegancia y la chusmería, entre la chancleta y la sofisticación...**

--- Hace rato que te estoy mirando y te encuentro cada día más feo, ¿qué te pasa? Luces, yo no sé, estás de lo más malo últimamente...

--- **Es que ya no tengo brillantina *Yardley* para el pelo, ni pasta de dientes *Colgate*, ni loción para después de afeitarme, como tu sabes esas cosas ayudan...**

--- Eso mismo. Necesitamos un viaje.

Edmundo Desnoes<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> *Memorias del subdesarrollo*. México, Editorial Joaquín Mortiz, Serie del Volador, 1980:95pp.



Durante su segundo período histórico, que abarca desde la institucionalización de la industria radiodifusora hacia 1930 a la década de los ochenta, los sistemas se expanden, llegan a su encumbramiento y custodian un amplio liderato, siempre bajo la animación del Estado como eje del *complejo postal-industrial*. En los 50 años que conforman esta fase, las telecomunicaciones llegan a su máximo esplendor y después enfrentan un declive vertiginoso, que arroja un radical contraste frente a la solvencia lograda. Para el sector se genera una sólida base sólida de crecimiento, uno de cuyos soportes es la nacionalización de las facilidades e infraestructuras del servicio telefónico y del telegráfico internacional. A lo largo del período, se prueban y habilitan los primeros enlaces de microondas, que será una infraestructura toral, y se inaugura el servicio télex bajo el modelo que propone la alemana **Siemens**, que copa toda la cadena de valor. Surgen igual las primeras aplicaciones para la transmisión de datos, donde la paternidad tecnológica es de empresas estadounidenses. Por su parte, la celebración de la Olimpiada en 1968 conlleva el ingreso del país al aprovechamiento de las plataformas satelitales, y nace la primera estación terrena de vocación internacional, en Tulancingo, Hidalgo. El uso de esta instalación para la conducción televisiva atestigua otros hechos distintivos del período: el debut del servicio como copia exacta del modelo seguido por la radio, y la oficialización del concepto de transporte, de conducción, como perfil fundamental de las redes de telecomunicaciones, ya en su modalidad cableada o inalámbrica.

Para la televisión debutante, de la radio provienen actores, fórmulas, propietarios, y, sobre todo, anunciantes. Entre ellos sobresalen las empresas filiales de las grandes compañías trasnacionales que se han implantado directamente en el país para aprovechar y también darle la vuelta al entorno proteccionista que cobija a los actores locales. Justo los agentes nacionales son los beneficiarios preferentes de la política económica del régimen, que se expresa de manera directa, frontal. Después, ese apoyo se esconde y disimula pero nunca se desdibuja y menos se extirpa: aún en los tiempos del enfrentamiento que pretendía oponerse a la burguesía nacional desde las tribunas del tercermundismo, es más la retórica que la práctica concreta y los saldos del período 1970–76 no evidencian daño alguno al gremio empresarial.

En los medios electrónicos de difusión, aquella pugna deriva en la diversificación de los emisores titulares: el Estado se asume en ese papel y organiza un andamiaje propio de televisión, que concreta en las redes nacionales 7 y 13. La estructura digiere burocracias, compadrazgos y el *estilo personal de gobernar* del Presidente en turno, titular sexenal indiscutible del proyecto, y pronto las amplias facilidades técnicas y operativas que los dineros públicos implementan guardan comparación en tamaño y cobertura con los propios de la empresa dominante, la **Televisa** de los primeros tiempos. No obstante, los canales oficiales no superan la reestructuración económica y con el arribo de la estrategia de liberalización, el andamiaje televisivo se integra al *paquete de medios*, que en 1990 se entrega a la iniciativa privada en otro más de los ajetreos del presidencialismo omnipotente.

Hasta fines de la década de los ochenta, en los sistemas y servicios operativos el protagonismo estatal fue directo, definitivo e incontestable. Más aún, ese control todavía se tradujo en una expansión mayor de la oferta de telecomunicaciones, que en los tres años del auge petrolero explota con un vigor inusitado. Entre 1979 y 1981 se suceden los actos de gobierno más decididos para maximizar al sector, que se disponen además con tecnología de punta, accesible para quien tuviera los recursos económicos o lograra los créditos para adquirirla. Nacen entonces la red de transmisión de datos **Telepac** –pionera en América Latina, para explotar las plataformas iniciales de intercambio y conexión de computadoras, concepto debutante–; el centro **Infonet** de teleprocesamiento, igual muestra de la tendencia a descentralizar el poder de cómputo con base en las telecomunicaciones; y dos sistemas más, **Tere**, dedicado a las reservaciones aéreas, y otro para el uso de paquetería técnica, de diseño y de gestión, designado con un apelativo futurístico, **Cibertec**. Se inician asimismo los servicios satelitales domésticos, primeramente mediante el uso de instalaciones internacionales, después de Estados Unidos y al fin a través del sistema propio, el **Morelos**, cuya contratación argumenta la abundancia financiera que supuso la exportación nacional de energéticos justo cuando los hidrocarburos lograban su mayor cotización internacional. Paradójicamente, en el segmento satelital tanto se registra el último acto del pleno activismo público, como toma cuerpo el recambio que habrá de transformar los esquemas de apoyo estatal directo a la empresa privada en telecomunicaciones. En actos sucesivos de suma y resta, el Artículo 28 de la Constitución se modifica en 1983 para adicionar a la comunicación vía satélite como actividad estratégica y con ello se le define como monopolio estatal, entorno que obligaba a centralizar su aprovechamiento desde la entidad oficial respectiva, la **DGT**. Esa voluntad es sin embargo efímera y capitula frente a la reestructuración productiva: en 1995 se pliega y deforma, y la misma regla es objeto de una nueva modificación, ahora para suprimir la conducción estatal única y permitir el flujo de recursos privados para explotar el segmento terrestre. De esta forma, la comunicación satelital se degrada de monopolio de Estado a solo actividad prioritaria y de interés público. Estos recambios sucesivos pintan con claridad la función del tablado jurídico-reglamentario: mientras la estructura económica pudo desarrollarse sin requerir cambios institucionales, aquel Artículo se mantuvo vigente por 66 años e incluso amplió su rectoría al disponer de la plataforma propia; más tarde, cuando ese marco fue estrecho para el avance del capital en el sector, dos movimientos político-regulatorios por demás expeditos transforman el mandato Constitucional en apenas 24 meses calendario. Y sin que interlocutor social alguno alce la voz en contra.

**A. El entorno económico:  
vigorizar las solvencias y cobijos para la inversión privada**

El segundo período de desarrollo de las telecomunicaciones se caracteriza pues por la consolidación de la presencia del Estado en el suministro directo y la confección de nuevos servicios que cristalizan la innovación tecnológica y las exigencias crecientes del usuario, en especial las grandes empresas y el propio aparato oficial. Es por tanto una

época en la que fluye la inversión federal hacia las telecomunicaciones, y los recursos apuntalan tanto el desempeño operativo de los sistemas recientes como de aquellos que emergen apenas. Tal persistencia no es sin embargo privativa del sector, ni excepcional en la economía y se contextualiza como una muestra más del apoyo que el Gobierno Federal dispensa a la iniciativa privada para que dinamice el proceso de acumulación después del período cardenista. Éste, había fundado y operado una amplia infraestructura pública que no dejó área alguna a la deriva, y lo mismo integró la base energética para impulsar el crecimiento, que el andamiaje corporativo para direccionar tanto inquietudes como ambiciones de todas las clases sociales. En el sexenio 1946–1952 la acción estatal gira en torno a tareas administrativas mientras que el soporte a los programas sociales declina, y en el período siguiente las iniciativas de gobierno se reducen significativamente. Es hasta la gestión 1958–1964 cuando el aparato estatal recobra ímpetus y se expanden o reforman las estructuras de gobierno, a tiempo que surgen nuevas secretarías de Estado. La tendencia permanece en el sexenio posterior aunque a un ritmo moderado y para la administración 1970–1976 la pujanza reverdece y se generan empresas públicas en muy diversos sectores. En telefonía, incluso, aparece la inversión compartida con **Indetel** de 1972, que implica el involucramiento del Estado en la fabricación de aparatos telefónicos.

El intervencionismo del Estado que nutre a la industria aparece siempre en el discurso oficial como soporte para el mejoramiento del nivel de vida de la población nacional, meta emanada directamente del ideal revolucionario cuyo planteamiento recorría dos etapas: primero generar los recursos económicos y después repartirlos para el beneficio de todos. Ávila Camacho afirmaba así que en su gobierno tal atributo tenía por vista no solo la justicia social sino un fin teleológico superior... *“Queremos una prosperidad con justicia, sobre la cual se exalten los valores espirituales de México”*, decía. Miguel Alemán retomaba esos conceptos pero los asumía con tintes más precisos, más terrenales... *“las metas que nos proponemos, explicaba, “son el enriquecimiento del país... la abolición de la miseria... el mantenimiento de las reformas sociales a favor de las clases laborantes...”* Con el presidente Ruiz Cortines no era menor el alegato social y utilizaba el mismo argumento para expandir el crecimiento como etapa preparatoria... *“estoy firmemente convencido de que el progreso económico sólo podrá acelerarse en la medida que vaya liberando de la pobreza a nuestro pueblo, como lo postulan los principios de la Revolución Mexicana...”* Como concluyen Alonso Aguilar y Fernando Carmona, recopiladores originales de estas citas, *“no en balde algunos economistas extranjeros y ciertos compatriotas hablan, con frecuencia cada vez mayor, de la ‘economía de bienestar mexicana’, y se refieren a nuestros gobiernos como el ‘Estado del bienestar’”*<sup>2</sup>.

Durante el régimen alemanista el fortalecimiento de la plataforma estatal toma cuerpo en la realización de acciones para tonificar el aparato administrativo central y con ello generar las vías de desarrollo del inversionista privado. Esa

---

<sup>2</sup> Alonso Aguilar y Fernando Carmona. *México: Riqueza y miseria*, México, Editorial Nuestro tiempo, 1969:106pp.

intervención se planteaba determinante para impulsar la industrialización y aumentar el empleo; generar ingresos para la población y para el gobierno; fecundar divisas a partir del comercio exterior; en suma, imponer un *crecimiento hacia adentro* que alimentara la acumulación.

Para cumplir esa amplia gama de objetivos, el Estado garantiza el entorno de capitalización y a lo largo de la década 1940-50, la inversión que canaliza para lograrlo nunca es inferior al 40% de la suma global. Ello se traduce en una inyección constante de recursos fiscales que vigoriza el ambiente de protección y abrigo (**Cuadro 10**). La ingerencia del Estado como actor estelar del proceso de crecimiento se prolonga por más de cinco décadas. Su participación en la conformación del PIB, por ejemplo, alcanzó el 27% en 1950; aumenta al 31% para 1960 y al promediar los setenta llega hasta el 35%. Con ello logra *“ritmos sin precedentes en la economía mexicana, que convierten a la industria en el eje no sólo del proceso de acumulación, sino también de los fenómenos de concentración y centralización del capital en nuestro sistema”*<sup>3</sup>. El accionar del Estado como promotor se canaliza principalmente por la asignación directa del gasto público y el establecimiento de políticas de carácter impositivo y para el área comercial<sup>4</sup>. Las telecomunicaciones, y después los medios audiovisuales, sin duda fueron de las industrias que obtuvieron beneficios de tales medidas. German **Sánchez Daza**, por ejemplo, establece que las primeras disfrutaron del entorno proteccionista que debuta en los cuarenta en el ámbito nacional, y que se encarna en la política de sustitución de importaciones de la época. Tal cobijo, enfatiza el autor, *“tuvo una amplia aplicación en el sector de telecomunicaciones... [donde...] el alto proteccionismo se concreta en el sostenimiento del monopolio sobre la telefonía, y manteniendo a los demás servicios de telecomunicaciones bajo un esquema de servicios no rentables y prestados por el Estado...”*<sup>5</sup>.

La protección de la industria local frente a la competencia externa para amalgamar la industrialización del país fue política vigente y prolongada, y al aplicarse a todo la estructura productiva se significó por el aprovechamiento periódico de estrategias como las siguientes: *i) Otorgamiento de estímulos fiscales como instrumento para la promoción de la industria; ii) Políticas económicas de fomento al ahorro interno y la inversión privada; iii) Regulación del mercado de trabajo mediante políticas salariales que no gravaran la rentabilidad de las inversiones; iv) Suministro de energéticos y subsidio estatal para las infraestructuras de soporte a la producción, como telecomunicaciones y transportes; v) Política de precios preferenciales para los insumos agrícolas con destino a la producción industrial; vi) Financiamiento del gasto por vía del endeudamiento, sobre todo durante el período 1954-1970.*

---

<sup>3</sup> Enrique Olivares. *México: crisis y dependencia tecnológica*. México, UAM –Xochimilco / Editorial Nuestro Tiempo, 1992:104pp.

<sup>4</sup> Cfr. Leopoldo Solís. *La realidad económica mexicana: retrovisión y perspectivas*. México, Siglo XXI Editores; 1980:223

<sup>5</sup> Germán Sánchez Daza. *Las telecomunicaciones en los ochenta: tendencias y perspectivas* (Tesis de Maestría). Puebla, Universidad Autónoma de Puebla, 1992:64pp.

Cuadro 10

**Intervención del Estado en el proceso de acumulación**  
(Cifras en millones de pesos de 1960)

Años	Total	Pública	Relación 2/1
<b>1940</b>	<b>4,375</b>	<b>2,147</b>	<b>49.1</b>
41	5,337	2,297	43.0
42	4,624	3,001	64.9
43	4,628	3,270	70.7
44	5,823	3,552	61.0
<b>1945</b>	<b>8,365</b>	<b>4,182</b>	<b>50.0</b>
46	11,151	4,155	37.3
47	12,567	4,971	39.6
48	11,913	4,947	41.5
49	10,855	4,799	44.2
<b>1950</b>	<b>12,740</b>	<b>6,187</b>	<b>49.6</b>

Fuente: Ricardo Ramírez Brun. *Estado y acumulación de capital en México 1929-1979*. México, Universidad Nacional Autónoma de México. 1980; Anexo.

El desarrollo industrial implicó el surgimiento de nuevos sectores y ramas productivas, los que dispusieron del mercado interno para expandirse sin recurrir a las instancias externas. La demanda nacional sostenía la circulación y consumo de mercancías y aseguraba altas tasas de ganancia, al amparo de la ayuda directa y del protagonismo estatal<sup>6</sup>. Sin embargo, tal enfoque propicia que la industria ligera gane la partida y no se prosiga hacia una etapa superior, sobre todo porque tanto los insumos intermedios como los bienes de producción podían adquirirse en el mercado internacional. Así, *“al orientarse primeramente hacia el consumo urbano y tratar de abastecer gradualmente sus necesidades, se originó una industria que por el tamaño del mercado y el tipo de productos requería de una fuerte protección de la competencia externa y del apoyo gubernamental para reducir costos... [...]... El primer aspecto determinó el mantenimiento de aranceles proteccionistas y de controles cuantitativos a la importación, que fueron excesivos... [...]... El segundo condujo a que las políticas de fomento se orientasen más a la consolidación de márgenes elevados de ganancias que a la*

<sup>6</sup> Cfr. Josefina Morales. “La reestructuración industrial”. En: Josefina Morales. *La reestructuración industrial en México. Cinco aspectos fundamentales*. México, Instituto de Investigaciones Económicas – Editorial Nuestro Tiempo, 1992:55-79.

*complementación de la estructura interindustrial...*<sup>7</sup>. Al amparo del proteccionismo, la industria no se dinamiza hacia sectores productivos más complejos –manufactura de bienes de capital, por ejemplo- sino que estabiliza su producción, su nivel técnico-productivo, y se estanca sin un mayor desarrollo. La sustitución de importaciones se limitó al reemplazo de bienes de consumo, en especial durante los 1936-52, y en el período 1953-65 fue el turno de los bienes de consumo durables y ciertos bienes intermedios y de capital. Hacia 1965, el total de importaciones se destinó en un 5.4% a los bienes de consumo; el 12.6 a intermedios, y el 42.2% a bienes de capital. Tales porcentajes muestran el sentido de la planta industrial.

La intervención del Estado en el proceso de industrialización se complementó asimismo con un segundo protagonista económico: la inversión extranjera directa. Ante el proteccionismo imperante, la tendencia de ésta es llegar al país ya no en la esfera comercial, sino en la misma producción a través de la implantación de filiales, y explotar también el mercado interno de consumo. De esta forma, *“las cifras disponibles revelan que entre 1940 y 1952 el 70% de las inversiones netas provenientes del exterior, se destinó a la industria de la transformación, principalmente en las ramas químico-farmacéutica, ensamble automotriz, fabricación de llantas y productos alimenticios. En los años posteriores, la inversión extranjera se amplía al renglón de bienes de producción y también en manufacturas, cobrando importancia en las empresas que elaboraban bebidas, papel, productos eléctricos y textiles”*<sup>8</sup>.

Con la implantación de filiales se libraba el sistema proteccionista y se obtenían beneficios de él. Prueba de ello son los estímulos fiscales que se dieron los artículos eléctricos, que obtuvo exenciones impositivas en 1952, 1956 y 1958. *“Al mismo tiempo, bajo el impacto de la economía de Estados Unidos, aumentó la inversión en el país: en 1950 operaban en México 375 filiales de empresas trasnacionales de origen estadounidense; en 1957 eran 594 y llegaron a 1,237 en 1966. En 1970, el 35% de la producción industrial y el 62% de los bienes de consumo duradero, provenían de las empresas trasnacionales. El monto de la inversión extranjera directa llegó en 1968 a 2 mil 150 millones de dólares”*<sup>9</sup>. De esta forma, la empresa transnacional se expande justo en aquellos rubros de mayor dinámica en el proceso de acumulación de capital: bienes de consumo duradero y bienes de producción. Por su parte, la inversión privada nacional o bien se asoció con el capital foráneo tomando un rol secundario, cuando no de comparsa; o explotó aquellas actividades donde la reglamentación aplicable impedía la intervención foránea y que también resultaban redituables, como la distribución de gas, la explotación forestal, los autotransportes en carreteras federales, y la industria comercial de la radio y la televisión. La forma combinada de inversión se privilegió en algunos sectores –por ejemplo, explotación e industrialización del hule o producción y

<sup>7</sup> Fernando Fajnzylber. *La industrialización trunca de América Latina*. México, Editorial Nueva Imagen, 1983:142-143pp.

<sup>8</sup> Alonso Aguilar. *Dialéctica de la economía mexicana*. México, Editorial Nuestro Tiempo; 1975:58pp.

<sup>9</sup> Cesáreo Morales et Gloria Avella. “México ante la nueva política industrial norteamericana”. En: *Informe Relaciones México – Estados Unidos*. No. 4; 1984:142-143.

distribución de aguas gaseosas– y para producir bienes de consumo de una mayor elaboración para el mercado interno urbano.

## B. El despegue: funcionalidad y arrastre de las telecomunicaciones

El arranque de la política de sustitución de importaciones se empalma con el inicio de la Segunda Guerra Mundial. En tanto el conflicto provocó escasez de manufacturas, la producción interna recibe un impulso extra, al que se adiciona el componente de identidad nacional y solidaridad que despierta la conflagración. En tal ambiente, no extraña que en los servicios y sistemas de telecomunicaciones igual prevalezca un ideario nacionalista que va a culminar con la interconexión de los servicios telefónicos y la nacionalización del telegráfico internacional. Y ambas maniobras van a fortalecer y a dinamizar la estructura administrativa y regulatoria que ha formado el Estado. Hacia los cuarenta, en efecto nacen y crecen las entidades públicas de prestación de los servicios, que tendrán un rol relevante en la planeación, desarrollo, operación y mantenimiento de las redes de telecomunicaciones en las décadas subsecuentes. Mediante el concurso de la DGT, la SCT ejerce la inversión federal dedicada y cobra la prestación a terceros, que se precia a través de los derechos aplicables.

En amalgama permanente con el elogio fácil, la historia oficial de la SCT destaca esos hechos y califica al sexenio 1946-52 como período decisivo en el desarrollo del sector. Su dicho se solventa en sendas acciones de gobierno que efectivamente inscribieron precedentes con base en los principios rectores cultivados en el tiempo. El aprovisionamiento estatal responde a la nueva etapa del modelo de acumulación en dos sentidos. En primera instancia, como *condición general de la producción*, con una funcionalidad que de manera permanente actualiza la tecnología de los sistemas en marcha mediante la asimilación de innovaciones tanto técnicas como de servicio. El surgimiento de nuevos esquemas de comunicación empresarial –sobre todo el télex, que en poco tiempo se vuelve protagónico- y la renta de circuitos para conducción de datos mediante redes de transporte dedicadas –donde el adelanto es relevante: se evoluciona de los circuitos telegráficos a los enlaces de microondas y vía satélite, y ya en los ochenta, a la conmutación de paquetes, tecnología de amplia vigencia– forma parte de la estrategia proteccionista y de fomento que se dedicó al sector privado para concretar la política de sustitución de importaciones. De esta forma, el sector sostiene la acumulación al contribuir en el arreglo institucional idóneo para generar el entorno de capitalización que conduce el Estado. Asimismo, sobre todo por las evidencias que se aprecian en el último tercio de la década de los ochenta, la *modernización acelerada de los sistemas argumenta las primeras manifestaciones del consumo de la nueva tecnología*, a la época englobada bajo el genérico *telemática*, pero también en plataformas nuevas como la comunicación vía satélite, las microondas digitales, y ya casi en los

noventas, las redes de fibra óptica. El trabajo pionero de Guillermo **Anaya Prats**<sup>10</sup> recorre ese factor para el sector bancario, y establece cuatro características de ese proceso que bien podrían generalizarse a todos los actores del proceso: *i)* incorporación acelerada de la tecnología, lo que elevó la capacidad de cómputo y de teleproceso de los actores principales; *ii)* uso eficiente de esos recursos y concentración de las facilidades operativas inherentes a ese potencial en los agentes líderes; *iii)* aprovechamiento de la tecnología como factor de competencia, al soportar la diferenciación en calidad y precio entre los productos bancarios. La última particularidad señalada introduce además el vector estructural que habrá de conducir la reestructuración económica del país, ya en los noventa: *iv) aumento de la productividad mediante la incorporación de la tecnología de información en los procesos productivos, en reemplazo de trabajo vivo*. En las instituciones bancarias, tal secuencia tuvo un impacto decisivo en el despido de trabajadores y el debilitamiento de la unión sindical<sup>11</sup>.

En una y otra tendencia, las telecomunicaciones y de hecho el sector entero de las **TIC**, afianza su operación en los cincuenta años que abarca el período, misma que se evidencia tanto en la organización interna de los sistemas existentes y de los que debutan, como en su evolución de conjunto. En el transcurso histórico del sector hasta el finiquito de esta etapa, resulta pues sustantivo el considerar...

1. Que los servicios vigentes y las nuevas ofertas que aparecen en el escenario nacional se estructuran en la reproducción de dos ejes conocidos; en específico...

1.1 La *prestación estatal directa*, que parte del accionar del *complejo postal-industrial* y consolida su vigencia. El esquema se arraiga producto tanto de la nacionalización de servicios como de la implantación de otros y el desarrollo sostenido de infraestructuras de transporte, generados ambos por el avance tecnológico. La táctica pública culmina a fines de los ochentas con la integración de una oferta gubernamental que incluye redes de conducción en tres tecnologías –microondas; vía satélite, y mediante circuitos telegráficos y telefónicos– y con protocolos de comunicación de avanzada en la época, como la conmutación de paquetes de **Telepac**. **Todo este andamiaje se reconoce con el genérico *vías generales de comunicación*, cuya paternidad corresponde legalmente al Estado.**

Por igual, las agencias de gobierno suministran servicios terminales y centralizan su cadena de valor. El telegráfico mediante oficinas físicas y la red dedicada; el telefónico en tres modalidades: residencial; público y rural; el télex, también habilitado en las instalaciones del usuario y como prestación pública,

---

<sup>10</sup> Guillermo Anaya Prats. "Actividad financiera y telemática: una primera aproximación al caso de México". En: José Manuel Quijano (Coordinador). *La banca: pasado y presente*. México; CIDE (Ensayos del CIDE), 1983:310pp.

<sup>11</sup> Cfr. José Alonso Bouzas Ortiz. *Democracia sindical en el sector bancario*. México, Plaza y Valdés, 2003.



que supuso un mayor uso de la red telegráfica y la habilitación de una plataforma asociada, la red de corrientes portadoras; cuatro de teleinformática –**Telepac; Infonet; Tere y Cibertec**– y un último debutante apenas, **Infosat**, dedicado a la difusión de datos punto-multipunto mediante el sistema de satélites domésticos **Morelos**, asimismo inaugurado en 1985.

- 1.2 Los *servicios concesionados a terceros*, para explotación y usufructo privados. Aunque durante el período se extirpa la intervención foránea, la radiodifusión en sus dos tipos es concesionada y pronto conforma las estructuras dominantes, aunque en la televisión se origina una oferta oficial que alcanza poco más de una década de vigencia. En paralelo, para el consorcio televisivo se le entrega la autorización para explotar el servicio de televisión por cable, aunque solamente en la ciudad capital. Se emiten a la vez otras autorizaciones en ese segmento, que aparecen sobre todo como respuesta a inquietudes locales de personas físicas.

La telefonía, por su parte, evoluciona de empresa privada a estatal mayoritaria, y en una maniobra que traerá consecuencias en el desarrollo posterior del segmento, en 1956 se otorga una concesión a la empresa **Servicio Organizado Secretarial (SOS)** del grupo **Iusa**, para que explote hasta por 50 años el servicio telefónico a bordo de vehículos. Si bien la autorización no convierte a la beneficiaria en un prestador de importancia –en 1965 apenas llega a los 416 suscriptores, y para 1969 solo agrega algunos más, para censar 650– el precedente legal tendrá un valor cualitativo que el concesionario trata de aprovechar en tres segmentos específicos: el servicio télex, telefonía rural y celular. En los dos primeros casos ese enroque pierde importancia porque el télex desaparece y el segundo queda sujeto a la voluntad de los nuevos propietarios de **Telmex**. En la tercera modalidad, a la inversa, el grupo concesionario hace valer su autorización y con ello origina a **Iusacell**, pionera del servicio con tecnología celular y hoy todavía en el mercado en simbiosis con **Unefón** y bajo la estructura del **Grupo Salinas**.

2. Que el desempeño de los protagonistas oficial y concesionario del sector impulsa que el *desarrollo nacional de las telecomunicaciones se institucionalice* y con ello se integre tanto a los programas de trabajo de la Administración Pública Federal como en la estructura del ejercicio presupuestal, situación que permite dedicar recursos de inversión para el diseño, creación y mantenimiento de los servicios e infraestructuras, y con ello fundamentar la expansión sostenida de la oferta estatal. Tal institucionalización permite a su vez...
  - 2.1 Que los *recursos humanos dedicados al suministro se profesionalicen mediante las instancias de adiestramiento y capacitación* que se originan y operan en estructuras adscritas de las agencias

oficiales. Desde mediados de los veinte debuta la **Escuela Nacional de Telegrafía**, que funge como centro de instrucción sobre todo para los familiares de los empleados que desean ingresar al servicio. Después, se crearía la propia para los trabajadores de la **DGT**, que formara al personal contratado en las tecnologías que llegan.

2.2 Que la *profesionalización* de las labores del suministro asimismo *incluye las labores preoperativas, anteriores al diseño y planeación de los nuevos servicios y al mantenimiento y optimización* de los ya disponibles. A partir del sexenio 1946-1952 cuando se pone en práctica el **Plan Miguel Alemán**, se asienta en efecto la obligación de confeccionar programas nacionales de desarrollo de las telecomunicaciones, mismos que son elaborados en las estructuras de gobierno relacionadas con un perfil federal. Tales iniciativas son el precedente de los programas nacionales de vigencia sexenal, establecidos en el marco del **Plan Nacional de Desarrollo**.

3. Que bajo el entorno de fomento y soporte a la inversión privada, la expansión y cobertura de los servicios se conduce por los requerimientos del mercado interno de los principales sectores industriales y de sus compañías líderes. El trazado de redes del servicio **télex** y de transmisión de datos **Telepac** reproduce la configuración estrella de cuatro nodos que enlaza a las ciudades de México; Monterrey y Guadalajara, y adiciona a Hermosillo, Sonora, para la atención del norte de la república. A partir de esta primera estructura se derivan las conexiones con las localidades cercanas, y en ese grupo se listan las poblaciones que han logrado relevancia económica por la estructura industrial, de servicios y de consumo que acogen. En telefonía, las mismas ciudades son centros concentradores de tráfico, en clara sinergia a su conformación como polos de abasto para la industria de bienes de consumo. La relevancia de la capital del país en ese rubro contribuye en la excesiva centralización económica y política, e igual encuentra paralelo en el aprovisionamiento de las facilidades de comunicación. El Distrito Federal es centro y origen de la red de microondas y residencia única de las pocas estaciones transmisoras vía satélite; asimismo radican los nodos cardinales del **télex**; de la red de corrientes portadoras; de **Telepac**, y la capacidad radicada en cada uno es por mucho superior a la que se habilita en las tres ciudades complementarias. Finalmente, los servicios de teleinformática también radican sus centros de control y distribución en la ciudad de México. *Esta distribución regional que privilegia a la capital sobre la periferia del país, conlleva el esquema de verticalidad propio de las estructuras rígidas del taylorismo, y de la subordinación hacia los centros directivos de toda la estructura productiva.*

4. Que en tanto la oferta estatal se actualiza y logra diversificarse hacia nuevos esquemas de servicio, se *renueva y prolonga la dependencia tecnológica respecto a la matriz extranjera*, vigente desde el debut de los

primeros sistemas. La totalidad de las opciones de comunicación, todo servicio ya operativo, cada red que se inaugura, tiene efectivamente un referente internacional del cual adopta la tecnología, los patrones de instalación, el esquema de suministro, y otras determinantes básicas. La participación nacional se reduce a la *tropicalización* de esos parámetros, lo que en ocasiones deriva en la formación de pequeñas empresas que se dedican sobre todo a la comercialización de equipos terminales y a su mantenimiento. Algunas firmas foráneas se acogen a la política de sustitución de importaciones y fundan sucursales nacionales para atender esas funciones. El ejemplo de **Siemens** en el caso de los teleimpresores del servicio télex, y de la japonesa **NEC** en estaciones terrenas vía satélite ilustra el punto.

Las cuatro situaciones descritas toman cuerpo y sustancia y definen los enroques y maniobras que establecen las particularidades del sector durante los cincuenta años que consume la segunda etapa de desarrollo. En la descripción concreta que se presenta en las páginas siguientes, emergen en combinación para en efecto estructurar la etapa más sólida del intervencionismo estatal en telecomunicaciones.

**C. De nacionalizaciones diferentes:  
desde ya en el telegráfico; clímax de una larga jornada para el telefónico.**

Para el bienio 1925-26 llegan novedades para las telecomunicaciones. Después de inquietudes laborales y agitación entre los accionistas y dirigentes, la **Compañía Telefónica Mexicana** es adquirida en 1925 por la **ITT**, como parte de la decisión judicial de las autoridades estadounidenses que ordenan a la propietaria original, **ATT**, el retiro de los mercados internacionales. Ello deriva en la renovación de la concesión primera de 1903, y la renegociación de sus cláusulas. En la práctica, la empresa puede manejar con libertad el servicio aunque se prevé el acuerdo con el Gobierno Federal para el desahogo de asuntos varios, como la conexión con países extranjeros. De igual manera, se determina que las líneas de larga distancia constituyen *vías generales de comunicación* y por ello quedan sujetas a la jurisdicción legal respectiva. El operador se obliga a entregar el 10% de sus utilidades netas y el nuevo período de vigencia de la concesión se fija en 50 años. Más tarde, en junio de 1926, la **Ericsson** no se relega, presiona a las autoridades y obtiene un contrato actualizado que incluye cláusulas muy semejantes a las pactadas con la empresa estadounidense.

La presencia de firmas foráneas como titulares necesarios de los servicios se corrobora en marzo de 1926, al renovarse el contrato de prestación del telegráfico internacional con la **Mexican Telegraph Company**, fincado desde 1879 y ya objeto de actualización en años anteriores. En los nuevos compromisos se deja ver ya la voluntad de lograr una mayor independencia y se elimina la exclusividad del conectante extranjero en el manejo de las

comunicaciones telegráficas; el país puede ahora establecer convenios con cualquier otro operador. Otro acuerdo es la renegociación de los términos que normaban las participaciones: de los 0.25 dólares que el gobierno mexicano obtenía por un mensaje que alcanzara un importe de 1.75 dólares, se fija ahora un aumento a partir de los 70 centavos como mínimo, y en algunos casos hasta la unidad. Por la concesión, el conectante debe pagar a México 35 mil dólares anuales durante los diez años siguientes a la firma del contrato. Esa suma aumentará según el desempeño económico del servicio.

Con la promulgación de la **Ley de Comunicaciones Eléctricas** en abril de 1926 se redondea el escenario y al entronizar la titularidad del Estado en las *vías generales de comunicación* se contextualizan las acciones anteriores, y asimismo es latente ya que el Gobierno Federal ha decidido ya intervenir de manera más directa en los sistemas operados por empresas extranjeras. La **Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte** de 1931 reconfirma el propósito y fortalece la estructura de regulación y de suministro. Al concebirlo como *vía general de comunicación*, se facilita que el telégrafo formalice por completo su estructura reglamentaria y administrativa, situación que garantiza su prestación institucionalizada.

Telégrafo y teléfonos funcionan a fines de los treinta como redes de soporte ya tuteladas por un uso intensivo, cualidad que evidenciaba dos situaciones primordiales: *i)* la convicción de que la infraestructura nacional disponía ya del nivel técnico, operativo y financiero suficiente para alternar en condiciones similares con instancias extranjeras, por lo que esa interacción directa podía sustentarse; y, *ii)* que si bien el proceso de acumulación de capital sustento en la explotación del mercado interno había sorteado con fortuna las movilizaciones cardenistas y su transcurso nunca había estado en riesgo, el intervencionismo estatal era aún necesario pero debía reformularse y precisar su alcance, *siempre en el eje de generar las condiciones generales de la producción.*

El arbitraje directo del Gobierno Federal en los sistemas era un paso consecuente con el desarrollo logrado en ambos servicios y con la fortaleza y consistencia institucional del Estado. De hecho, las dos empresas telefónicas habían detectado ya esa premisa y su aterrizaje natural: la interconexión de ambas redes para optimizar el suministro. Para tomar la iniciativa, las operadoras buscan integrar un frente de defensa único, que contrarreste el impulso oficial. Establecen acuerdos que no cristalizan porque una y otra busca que sus intereses prevalezcan, aunque si bien se manifiestan unidas para fortalecer la postura propia sin ceder prebenda alguna. Esa voluntad choca de frente con la visión cardenista que considera indispensable la unificación del servicio, y para resolverla el 7 de junio de 1936 la propia Presidencia determina el acuerdo de interconexión: *“por exigirlo así el interés del público usuario de dichos servicios...”*<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> SCT. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Telecomunicaciones.* México, SCT, 1987;137pp.

Una doble interpretación de la **Ley de Vías** sustenta el mandato. El capítulo IV del Libro Quinto relativo a comunicaciones eléctricas, dedica los Artículos 505 a 508 al servicio telefónico, explicando que su prestación sólo puede hacerse en forma de conferencias o conversaciones directas, con excepción de los telefonemas o despachos escritos que conforman los servicios especiales. En esta línea, la conexión ordenada debía ejecutarse sin provocar modificación alguna en las condiciones del suministro, garantizar su continuidad técnica, y proporcionarse en la modalidad supuesta por la Ley. En segunda instancia, y desde luego con un sentido estratégico superior, la orden del Ejecutivo se soportaba en la apreciación del servicio como *vía general de comunicación, y por tanto sujeto al interés público*. La expresión de éste es así la interconexión de los dos sistemas. En tanto instancia operativa, la **SCT** fija plazos para desarrollar el enlace y establece que ninguna de las compañías podrá repercutir cargo económico alguno a sus suscriptores por el empalme.

Los acontecimientos que siguen contribuyen a instalar un largo suspenso. Todavía bajo la perspectiva de considerar la interconexión como asunto futuro, ambas empresas presentan la **Memoria de interconexión**, que funciona como un manual operativo sobre las etapas técnicas a desahogar para efectivamente lograrla en el servicio de larga distancia; después se hace público un segundo documento referido a las redes urbanas, igualmente declaratorio. Ambas iniciativas contribuyen a crear el ambiente de incertidumbre en el que todos los participantes se mueven y donde es evidente que el enlace habrá de lograrse y que la estructura de ambas empresas cambiará, pero se desconocen tiempos y proyectos para lograrlo. Las compañías matrices negocian también. **SCT** reporta sesiones de alto nivel que se llevan a cabo en Europa, sin resultados concretos. Brotan huelgas en instalaciones estatales y en la propia ciudad capital, y los trabajadores demandan conocer el destino previsto para ambas empresas y las condiciones que habrán de fincarse si se modifica la relación laboral.

Es hasta diciembre de 1947 cuando finalmente se solventa la unificación del servicio. Con el involucramiento de particulares entre los que figuran representantes de **Ericsson**, se integra la compañía nacional **Teléfonos de México, S.A. (Telmex)**, como sociedad mercantil encargada de explotar el servicio telefónico local y de larga distancia y de actividades similares en la República Mexicana. El objetivo es crear una instancia nacional a la que se transfiera el servicio operado por **Mexeric**, a tiempo que se contrata el abastecimiento de equipos y refacciones con la firma sueca original. Bajo esta fórmula, el 1º de enero de 1948 **Telmex** comienza sus actividades.

La consolidación de **Telmex** sólo podría darse con la asimilación de los sistemas de **Mextelco**. Con supervisión del Gobierno Federal, la negociación con la compañía matriz finaliza con la compra de los bienes de la empresa mediante una fusión que en principio integra a ésta con **Telmex**, y después ejecuta la venta de activos entre los mismos participantes. El 1º de mayo de 1950 queda formalmente integrado el proceso de consolidación y la nueva empresa es el operador mayoritario del parque telefónico nacional. Como en el caso de **Ericsson**, **ITT** conserva

acciones, por lo que el proceso es mas bien una gran maniobra que en el marco de la política de sustitución de importaciones cobija el concurso mayoritario de capitales foráneos y una participación nacional si bien casi simbólica, respaldada por el Gobierno Federal. La nacionalización de la firma fue entonces un hecho relativo: no canceló la ingerencia foránea y sentó una dependencia tecnológica durable, sobre todo respecto al fabricante europeo.

El involucramiento entre **Telmex** y el Gobierno Federal después de la depuración de capitales, fue completo y cada vez más cercano y simbiótico. Un buen ejemplo de ello es el llamado **Plan de Cinco Años**, que armado en 1953 con el propósito de *“impulsar por todos los medios a su alcance el desarrollo y los servicios telefónicos”*<sup>13</sup>, acuerdan la empresa y las Secretarías de **Comunicaciones y Obras Públicas** y de **Hacienda y Crédito Público**. Para lograr una inversión de 500 millones de pesos –e instalar 25 mil nuevas líneas, de las cuales 15 mil se localizarían en la ciudad capital, cuya infraestructura continuaría creciendo– se arma un paquete que incluye la compra de acciones de la empresa por cada nuevo suscriptor. Ello no evita el apoyo financiero directo del Gobierno Federal, tanto en respaldo a la maniobra como mediante aportes directos de capital.

Ante el entorno favorable, la empresa crece y expande sus activos. En el lapso 1956–1958 el número de aparatos en servicio llega a 367 mil 151, en tanto los circuitos de larga distancia suman 303.7 mil kilómetros y las centrales telefónicas llegan a ser 526. En la ciudad capital se instalan los primeros teléfonos de alcancía. Las acciones vendidas al público, en especial a los abonados, cubren 66.5 millones de pesos, que por completo se invierten en el desarrollo de facilidades. Estos avances se combinan con la política de sustitución de importaciones que toma impulso y se concreta en el involucramiento del Estado en los destinos de la empresa, para animar la formación de una instancia productiva asociada que fabrique piezas, aparatos y productos telefónicos. En diciembre de 1956 se constituye así la compañía **Industria de Telecomunicaciones, SA de CV (Indetel)**, donde confluye un capital de 7.5 millones de pesos que aportan en partes iguales la estadounidense **ITT** y el fabricante sueco **Ericsson**.

La posición de la empresa como entidad dominante de telefonía (*Cuadro 11*) y el sólido crecimiento que se anunciaba, son los antecedentes que de hecho estructuran el movimiento para la nacionalización de la operadora. Para detonar el proceso, a lo largo de 1958 se establecen negociaciones concretas que culminan en agosto con la compra de las acciones aún en poder de **ITT** y **Ericsson**, movimiento que ejecuta un consorcio de banqueros que disponen del pleno apoyo estatal. El capital de la empresa es ahora 100 por ciento nacional y el 26% de las acciones totales de la firma quedan en poder del público suscriptor. El año termina con hechos contrastantes, opuestos entre sí: por un lado, en el optimismo, se pone en funcionamiento la primera central automática en la ciudad de México, que dispone de una capacidad total de 10 mil líneas y unidad con la que se proyecta satisfacer la demanda

---

<sup>13</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT; 1987:177pp.

registrada de servicio, que ha crecido a un ritmo del 8% anual. Y por el otro, en la acera contraria, surge el informe que presenta el renovado Consejo de Administración de la empresa, mismo que remite a falta de capital para sostener la expansión y la actualización de la planta instalada. Tal horizonte obliga a la contratación de préstamos, a la emisión de acciones y, finalmente, a solicitar una mayor intervención financiera del Estado. Y el llamado no es excepción sino regla. Antes aún de la nacionalización, el enunciado se había manifestado ya. En dicho del propio director de Telmex de entonces, ese padrinazgo era imprescindible: “... *el financiamiento inadecuado de un servicio público en un progresista país como México es una responsabilidad que nosotros como particulares no la podemos llevar a delante... [por ello]... se ha ofrecido al propio gobierno el control del servicio telefónico incluso en condiciones bastante favorables; sin embargo, se han rechazado tales ofertas, dando por seguro que la iniciativa privada, aún siendo mala, es preferible*”<sup>14</sup>.

#### Cuadro 11

##### Indicadores básicos de telefonía y cifras de Teléfonos de México en 1957

Valor <sup>1</sup>	Nacional	Teléfonos de México	
	1,043,096	1,022,234	98.0
Localidades con servicio	641	513	80.0
Centrales instaladas	444	417	94.5
Aparatos en servicio	377,999	359,099	95.5
Kilómetros de circuitos	2,434,415	1,996,220	82.0
Personal	8,732	7,946	91.0

<sup>(1)</sup> En miles de pesos a precios corrientes.

Fuente: Realizado a partir de Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT, 1987:189-192pp.

Pese a las lamentaciones y reclamos, el intrincado sistema de soporte financiero que apuntala a la empresa –que entrecruza presupuesto federal proveniente de **Nacional Financiera**, la devolución de impuestos telefónicos a la administración, y la compra de acciones al menudeo por los nuevos usuarios y el pequeño inversionista- le permite fincar un desarrollo sostenido y a lo largo de doce años logra resultados cuantitativos de importancia. Por tema se destacan así...

<sup>14</sup> Declaración del Director de Telmex reproducida en *Voces de Teléfonos de México*, Número 306, junio de 1987.

*a. Automatización.*

Para 1961, el avance de la telefonía automática llega al 84% del total de aparatos instalados. Para habilitar esa funcionalidad, la red nacional es dividida en centros regionales que entrelazan las facilidades de larga distancia y las centrales que terminan en la última milla en cada ciudad y comunidad que se relaciona en el ámbito local. Ello facilita el manejo descentralizado del tráfico.

*b. Servicio de larga distancia automático (LADA).*

A los inicios de 1966, **Telmex** inaugura el servicio Lada 91, que permite al usuario establecer desde su propio aparato llamadas de larga distancia a escala nacional; simultáneamente, se introduce el sistema de facturación automática, sin el cual no podría realizarse el primer servicio. En 1970, la firma pone en marcha el servicio LADA 95, para la comunicación automática de teléfono a teléfono con Estados Unidos y Canadá.

*c. Producción nacional.*

La **Indetel** original se reestructura en tanto **Ericsson** vende su participación a **ITT** e invierte en tres compañías mexicanas: **Teleindustria, SA de CV** para la producción de aparatos telefónicos; **Mextron**, para fabricar alambre conductor pesado y equipo para la conmutación telefónica; y la firma **Latinoamericana de Cables (Latincasa)**, que combina capital francés y nacional. Con estas líneas, desde 1965 y hasta 1971, las tres compañías de **Ericsson** le permiten absorber las dos terceras partes del mercado de producción doméstica, e **ITT** se conforma con el restante. Después, las dos firmas se retiran del mercado nacional. **Ericsson** vende activos e **ITT** se mantiene hasta mediados de los setenta, compartiendo la inversión con el Estado para la manufactura de equipo terminal.

Hacia fines de los setenta, la digitalización completa de los equipos obliga a escalar las facilidades productivas y la manufactura nacional de equipo cambia por completo. Para el desahogo de la nueva fase, **Telmex** invita a nueve de los proveedores internacionales más importantes para montar una línea de fabricación y selecciona a **Mitel Corporation** de Canadá para implantar una fábrica nacional de centrales. **Telmex** proporciona el 47.5% de la inversión y la nueva firma, **Mitel de México**, se inaugura en 1983 con el propósito inicial de producir conmutadores electrónicos y semiconductores para el mercado local y asimismo para el foráneo.

Los avances registrados en las líneas anteriores son el escenario para que en 1967 la planta telefónica logre un objetivo relevante: alcanza el millón de aparatos conectados. Hacia 1968, la mayoría de los teléfonos se operan a través de **Telmex**, aunque subsisten también pequeñas empresas con un área de influencia local, como la



**Compañía Fronteriza de Teléfonos** (26 mil 604 aparatos); **Telefónica Nacional, SA** (8,603); **Compañía Campechana Telefónica** (2,440), y **Telefónica Ojinaga**, que maneja sólo 249 terminales.

Si bien el soporte del Estado amalgamó la expansión de la empresa, la convicción por lograr la nacionalización extrema permea los tiempos políticos y concluye con el cambio en la estructura de propiedad de **Telmex**. El Estado adquiere el 51% de las acciones de la empresa en 1972, mientras que el 49% queda en manos de la iniciativa privada. Los acuerdos iniciales de la compañía son tres: *i)* Las tarifas no serán alteradas; *ii)* Los accionistas particulares seguirán recibiendo los beneficios por sus acciones; y, *iii)* **Nacional Financiera** está en disposición de adquirir las acciones que se le presenten en un plazo de 30 días. Bajo propiedad estatal, **Telmex** mantiene una etapa de crecimiento sostenido por 20 años, que de hecho arranca desde 1965. El número de líneas instaladas se incrementa a una tasa porcentual promedio del 8.3% desde 1971, y llega en 1976 a un máximo del 14.7%. Sin embargo, a partir de ese año comienza a disminuir, llegando en 1985 a sólo un 4.5% de incremento respecto al registro de 1984. En la nacionalización, el Estado adquiere también parte de las acciones de **Indetel**, que ciertamente había logrado relevancia incluso a escala continental. Por ejemplo, dos años antes de la intervención del Estado, la firma ha entregado ya el teléfono un millón producido en México. Sin embargo, la experiencia no dura mucho tiempo y al cancelarse la asociación, **ITT** queda fuera de la proveeduría de equipo.

Los últimos registros de la empresa son significativos: en 1973, un año después del ingreso del Estado, se rebasan los dos millones de aparatos instalados, y para 1978 se llega hasta los 4 millones. En 1979, **Telmex** selecciona el sistema 12 de **Indetel** y el Axe de **Ericsson** como los equipos básicos para la transición hacia la tecnología digital. Tres años después, los indicadores básicos son testimonio de su expansión: 3.034 millones de teléfonos, de los cuales el 98.9% son automáticos; 24.2 millones de kilómetros de circuitos de larga distancia instalados, y 4 mil 792 localidades atendidas en todo el país. En cuanto al desempeño operativo destacan los registros de la larga distancia: 565 millones de minutos anuales de tráfico, de los cuales 55 millones corresponden a la modalidad internacional. En 1984, el número llega hasta los 6.6 millones de teléfonos habilitados.

El concepto de nacionalismo implícito en todo el proceso de integración de **Telmex** alimentó a la vez al segundo movimiento distintivo en las telecomunicaciones de los cuarenta: la nacionalización del telegráfico internacional. Aquella inspiración seguro había alertado al concesionario estadounidense y previendo la anulación del contrato que debía revalidarse en 1948, crea una alternativa que de prosperar le permitía mantener el control del servicio: genera a la empresa con participación mexicana **Radio México**<sup>15</sup>, quien hace el planteamiento para obtener la concesión como un nuevo operador. Los funcionarios de la **DGT** descubren la maniobra y para contrarrestarla presentan la

---

<sup>15</sup> La **SCT** consigna a la misma empresa como **Radio Internacional**, a la que ubica como subsidiaria de la **ITT** creada en Nueva York con el propósito único de obtener la concesión mexicana.

propuesta técnica y administrativa para absorber la prestación del servicio, misma que procede y cristaliza poco tiempo después.

La réplica oficial además se contextualiza en una iniciativa mayor, designada como **Plan Miguel Alemán** desde 1947, cuando se conoce públicamente. En su tiempo, la moción destacó como el primer sumario federal específico que se dedicó al desarrollo del sector, inspirado en el ideario de fomento a su desarrollo y su modernización industrial. El documento era uno de los resultados de las acciones preparatorias que culminan en la nacionalización del telegráfico y la interconexión de las dos redes telefónicas. Ambas acciones demandaron un gran esfuerzo de diagnóstico sobre el estado de las telecomunicaciones, y ese bagaje informativo y conceptual podía aprovecharse para concebir y determinar metas programáticas precisas, que definieran la expansión de los sistemas en funcionamiento y la emergencia de otros servicios. Las telecomunicaciones –se afirmaba para avalar ese camino– *“no satisfacen las necesidades inherentes a la amplitud del territorio, al alejamiento de sus centros de población y al desarrollo económico-social”*. Tal situación se produjo porque *“desgraciadamente, los gobiernos anteriores estimaron que el anhelo nacional por desarrollar sus medios de comunicación únicamente era realizable otorgando concesiones exclusivas a empresas extranjeras”*<sup>16</sup>. Con ese dictamen, las tareas a realizar son evidentes: relevar a las empresas extranjeras en la prestación de los servicios, y fortalecer el esfuerzo gubernamental para aprovechar esas y otras plataformas de comunicación nacional. Y en tal objetivo se incluía su uso privilegiado por aquellas empresas que así lo requirieran o desearan.

El objetivo del Plan fue actualizar y renovar los sistemas en funcionamiento, en especial los de radiocomunicación. Para financiar esas acciones se emitieron bonos por 32 millones de pesos, con los que se esperaba cubrir la totalidad de las inversiones requeridas. Los saldos de la iniciativa fueron sobre todo la instalación de nueva tecnología, que moderniza lo existente pero sin escalar su conformación técnica. Aparece así la habilitación y uso del sistema de corrientes portadoras, que amplifica la capacidad de transmisión y hace posible la conducción de señales dúplex y múltiple mediante un solo hilo conductor. Igual se desarrollan nuevas estaciones transmisoras y se introducen los llamados radioteletipos, para el manejo y la recepción automática de mensajes telegráficos. Por su parte, la red telegráfica crece en forma decidida: para 1950 los circuitos disponibles aumentan de 114 mil a más de 420 mil. Sin embargo, el logro mayor del Plan no se contabiliza en el terreno cuantitativo. Al plantearse y llevarse a cabo, generó el entorno necesario para cobijar e implementar el proceso de nacionalización del telegráfico, que finalmente se ejecuta el 16 de junio de 1949 y que demandó la contratación de un empréstito con el **Eximbank** estadounidense por 32 mil dólares<sup>17</sup>. Esa cantidad se aprovecha para la compra de los equipos necesarios: la

---

<sup>16</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Hitos de las comunicaciones y los transportes en la historia de México*. México, SCT, 1987; 197-198pp.

<sup>17</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Telégrafo*. México, SCT, 1987.

estación maestra y las antenas de transmisión y recepción, y otro tanto se destina al ajuste del espacio físico para su instalación. Según la DGT, la nacionalización tiene un impacto directo en los ingresos obtenidos por el servicio: se incrementan de 179 mil pesos a más de 15 millones en los tres años siguientes<sup>18</sup>. Datos de esta naturaleza sostienen el autoelogio que la SCT rubrica, y que refiere no únicamente al servicio telegráfico sino a toda la gestión estatal. *“El público –afirma en el cierre del capítulo– comienza a darse cuenta de las ventajas derivadas de la coordinación de los servicios a cargo de la DGT, y a participar de los beneficios que le brinda. Un buen número de kilómetros de líneas físicas y otro mayor de distancias provenientes por equivalencias de modernos medios de comunicación, van dando al territorio nacional la seguridad del enlace y del acercamiento inmediatos”*<sup>19</sup>. Curiosamente, el discurso evoca dos de los elementos que el servicio debutante, la televisión abierta, habrá de implicar en su discurso un año después: *el público, que se transforma en audiencia*; y la *cohesión nacional*, que en una metamorfosis más drástica y elaborada, queda convertida en aquella imagen idílica de la familia que cada noche enciende el televisor y disfruta del programa de moda.

**D. La televisión abierta:  
ceñida al poder y en formato que seduce y conquista**

En uno de sus tantos reportes rutinarios que entrega al público especializado, la Dirección de Análisis y Estudios Económicos del corporativo Bital difundía para septiembre de 2001 su análisis sobre la situación financiera y el perfil de riesgo de inversión del grupo Televisa, de inicio catalogado por el banco como una inversión segura. La *“compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana, así como líder en la producción y transmisión de programación de televisión en español”*<sup>20</sup>, en efecto solo auguraba parabienes para aquel inversionista decidido. Optimista quizá en demasía, la valuación del estudio se polarizaba entonces hacia el elogio especializado... *“A pesar de un menor tiempo comercializado en este año, el margen operativo continuará en niveles satisfactorios. Lo anterior aunado al riesgo moderado de la empresa y a su rendimiento potencial, nos permite recomendar COMPRA DE LARGO PLAZO”*.

Para apuntalar su sugerencia, el análisis establecía la comparación entre el perfil fundamental del grupo frente a la situación del sector nacional de servicios, donde la empresa se clasificaba. Así, en una escala cuyo mejor puntaje era 5, la televisora obtenía 3 de calificación en los cuatro rubros considerados: estructura financiera; cobertura de

<sup>18</sup> A excepción de señalamientos que se insertan en el texto, todas las cifras se manejan en precios corrientes.

<sup>19</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Op. Cit. Nota 16; 192-193pp.

<sup>20</sup> Todas las citas provienen de: Bital, Dirección de Análisis y Estudios Económicos. *Grupo Televisa, SA de CV*. 7 de septiembre de 2001.

intereses; solvencia y rentabilidad. Tal desempeño atraía la mejor calificación posible dentro de la industria de entretenimiento. *“En el caso de Televisa –se concluía con gran entusiasmo– las inversiones de capital han sido moderadas en los últimos años. Mientras que desinvertió en activos no estratégicos, lo que ha aumentado su rentabilidad operativa [...]... El riesgo financiero de Televisa es medio debido a su nivel de apalancamiento, holgado perfil de vencimientos y buena generación de efectivo. Lo anterior le permite financiar los proyectos televisivos de largo plazo, además de incursionar en nuevos servicios como el Internet a través de Cablevisión”.*

No obstante que el mensaje se dispuso desde luego para alentar el interés del inversionista ansioso y por ello se abastece de los ánimos, amabilidades y certidumbres del caso, la descripción anterior resulta valiosa porque sintetiza en pocas líneas las tres grandes áreas de actividad que el consorcio emblema de la televisión abierta nacional ha desplegado desde su fundación empresarial en el lejano 1923, y cuya estabilidad y pertinencia le han permitido situarse en la actualidad en el nivel productivo que el informe tanto vanagloria. Así, puede decirse que el despegue, avance y prosperidad del grupo **Televisa** se estructura en los ejes de desarrollo que a continuación se abordan, los cuales adjuntan en concreto...

*a. El crecimiento permanente de su sector natural de actividad.*

En esta línea, el **Garage Alameda**, la radiodifusora originaria **CYL** y la cadena **XEW**, son el eslabón fundador para la manufactura y difusión de programas de radio, y precedente del que se evoluciona hacia la producción televisiva en los cincuenta. La posterior centralización de los tres canales nacionales en funcionamiento deriva en el monopolio sobre la televisión abierta que cumple más de cuatro décadas, y período del que obtiene amplias ventajas económicas producto de la captación mayoritaria del gasto publicitario nacional. Después, ya en los noventa, comparte la audiencia con un segundo operador sin perder fortaleza ni solidez productiva, y ya con el arribo del nuevo siglo esa suficiencia le sirve para emprender la diversificación pactada hacia las plataformas móviles de vanguardia, que enriquecen cualitativamente la posesión básica que el consorcio ganó desde sus orígenes. Por un lado, la producción de contenidos en idioma español, rama donde se erige como fuerza continental con muy pocos adversarios; y, el dominio real sobre las frecuencias del espectro radioeléctrico, todavía asignadas a la transmisión de televisión pero promisorias ya de la explotación de cualquier servicio de telecomunicaciones con base en el formato digital. El avasallamiento que el consorcio logra en el escenario nacional se cocina así en ochenta años de prestación única, de concentración permitida y elogiada, soporte sin el cual no se comprende la preponderancia del grupo en el mercado internacional de contenidos audiovisuales. El dictamen de **Bital** es significativo al relatar el punto: en la columna de las fortalezas destaca **“Integración vertical”**, atributo que simplemente describe como la *“realización de las funciones de productor y transmisor de señales de televisión y radio”*.

Sobrepuestos pues a su hegemonía en radio y televisión, el corporativo ha desplegado las dos vías de crecimiento adicionales que el reporte de **Bital** trata de manera desigual: apenas como insinuación en el primer caso; con gran entusiasmo cuando consigna al segundo. Se cuentan entonces...

*b. La explotación de segmentos distintos de la cadena productiva de la industria de radiodifusión.*

A lo largo de su historia, **Televisa** se ha enganchado de vez en vez en el desarrollo de líneas productivas ya asociadas directamente a la radiodifusión, o bien como industrias que la soportan y la nutren. Sus desempeños en el área de ensamble de aparatos receptores de televisión; en el alquiler de películas, e incluso en los servicios vía satélite donde se inmiscuye tanto en la inversión temporal en los sistemas espaciales y como fabricante de estaciones terrenas, han conseguido resultados más bien modestos, tan relativos que pueden clasificarse en la denominación genérica que emplea **Bital**, *activos no estratégicos*. Sin embargo, no se tiene registro alguno que evidencie esas maniobras como lastres económicos del corporativo, y menos aún como inversiones desafortunadas. Como cualquier grupo empresarial dotado de efectivo y sujeto a pronósticos positivos, las ha incluido y catado en algún momento de su desarrollo, y con ello no ha comprometido el desenvolvimiento de su actividad original, menos aún cuando se retira de cada negocio y vuelve sobre sus pasos.

*c. La diversificación hacia las plataformas económicas de punta del capitalismo actual.*

El área tercera de negocio se argumenta en la *producción y distribución de contenidos de entretenimiento mediante plataformas tecnológicas distintas*, sector donde se vaticina quizá el mayor éxito económico que el consorcio alcance. La actividad arranca con la prestación del servicio de Internet mediante la red de **Cablevisión** a mediados del 2001, y también se expresa en el desarrollo de su portal **esmas.com**, más o menos por la misma época. En los últimos tiempos, y después de abortada la reforma a las **Leyes de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones** por la **Suprema Corte de Justicia de la Nación** en junio de 2007, esos afanes se anidan en la búsqueda del llamado triple play, objetivo a cumplir mediante el enroque obvio: compra de infraestructuras de cable. Si bien ese movimiento es público e incluso se sujeta al dictamen de la **Comisión Federal de Competencia**, otras iniciativas no son tan obvias y por lo menos revelan que el consorcio tiene otras cartas bajo la manga para ingresar al entorno convergente. Las posibilidades técnicas que asegura la explotación de la frecuencia en VHF concesionada a **Cablevisión** es una de esas acciones, y de proceder habrán de permitirle lograr una funcionalidad semejante a la que planteaban las reformas abortadas de abril de 2006. En las nuevas plataformas que el consorcio configura, busca desempeñarse con amplitud, sin límite alguno, en el suministro de un paquete completo que explota uno de los terrenos económicos más fértiles del capitalismo de hoy: *i)* la difusión de todos los contenidos que el corporativo

maneja, tanto los que ha almacenado en años de operación como aquellos más que logre producir, a través de dispositivos terminales distintos; y, *ii*) la prestación de cualquier servicio de telecomunicaciones, verbigracia conducción de señales; videoconferencia, entrega de información a la carta, desde y hacia cualquier parte del territorio nacional.

Todo lo ganado por **Televisa** hasta la actualidad no puede entonces desasirse de su práctica exitosa como entidad económica y de la progresión estable de los campos de desarrollo que la firma ha elegido y que ha combinado a lo largo de los cincuenta últimos años del siglo XX. A partir del monopolio sobre la televisión abierta que finca desde su debut, sigue un largo período donde se reconocen fases distintas de consolidación empresarial, que se soportan en hechos y acontecimientos que han sido clave para el consorcio. La integración de la propia **Televisa**, por ejemplo, es uno de esos eventos significativos y trascendentales: simplemente permitió arraigar las facilidades operativas, técnicas y económicas de los cuatro canales nacionales en funcionamiento a esas fechas, e integrar con ello al monopolio de televisión abierta que ha permanecido y hasta la actualidad se mantiene más vivo que nunca. Es por ello que el atender a los orígenes del grupo, tarea que enseguida se aborda, es una labor importante: enseña la profundidad y vigor de las raíces que le sostienen y que justo le han permitido perpetuarse.

<p><b>1. El tiempo de crearlo todo<sup>21</sup>: infraestructuras, contenidos y el empalme necesario para proseguir el negocio.</b></p>
---

Quizá porque la costumbre ha dictado sólo información benigna y positiva cuando refiere a la empresa, resulta difícil asimilar una crónica contraria a ese optimismo: los primeros tiempos de la televisión, se asegura, no tuvieron el aura de bonanza y suficiencia económica que con intención o sin ella siempre se ha asociado al consorcio. Con sus hallazgos, Francisco **Hernández Lomelí** alerta en efecto sobre aquellas desventuras iniciales; varias y tan firmes y difíciles en su momento, que el desarrollo logrado después de haberlas reducido es todavía más relevante. Los obstáculos que el experto desenmaraña son tres<sup>22</sup>, y dos de ellos se tiñen por la escasez: se carecía de la infraestructura de recepción suficiente, resalta en primer plano, y en un círculo vicioso, también de propuestas y contenidos programáticos que atrajeran a la audiencia y al anunciante, binomio fundamental para la inversión

---

<sup>21</sup> Salvo excepciones que se indican, la sección se realizó con base en Francisco Martínez Medellín. *Televisa Siga la huella*. México, Claves Latinoamericanas – Instituto Politécnico Nacional, 1992; Fernando Mejía Barquera. "50 años de televisión comercial en México (1934/1984)/ Cronología". En: Raúl Trejo Delarbre (Coordinador). *Televisa el quinto poder*. México, Claves Latinoamericanas, 1985:19-39pp; Enrique Sánchez Ruiz. "Hacia una cronología de la televisión mexicana". En: *Comunicación y Sociedad*, No 10-11; Septiembre de 1991-Abril de 1992; y Senado de la República. "La televisión en México". En: *Boletín de la Dirección General del Archivo Histórico y Memoria Legislativa*. Año V, No 35, Enero-Febrero de 2005.

<sup>22</sup> Francisco Hernández Lomelí. "Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950/1955)". En: *Comunicación y Sociedad*. No. 28, Septiembre-Diciembre de 1996.

publicitaria, el sostén del medio. El tercer escollo adjunta al entorno la resistencia al cambio que siempre ataja a la innovación: censura de las transmisiones por parte de grupos conservadores.

Las trabas señaladas limitaban un sistema en formación apenas. La expectativa creada por solicitudes, opiniones y ensayos –donde resalta el conocido *informe Novo*<sup>23</sup>– deriva al fin en la decisión sobre el modelo a seguir para explotar el medio. En apariencia, el proyecto dispuesto combina la modalidad comercial de la experiencia estadounidense con el control que privilegia el prototipo británico. Tal vez porque la cita justamente expresa lo que el tiempo desmiente, buena parte de los estudios sobre el tema resaltan la declaratoria del **Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas** de entonces, quien en noviembre de 1949 es el primer funcionario público en hacer explícito el plan del Ejecutivo para la televisión: ... *“el gobierno hará uso de la televisión con fines sociales y culturales, al tiempo que reconoce que será motivo de explotación comercial por parte de los particulares”*<sup>24</sup>.

Desde ya, la cita propone una dicotomía que los concesionarios han explotado de manera permanente. Al separar en dos ambientes el aprovechamiento del medio y definirlos bajo los mimbres *cultural* y *comercial*, se generan también dos contenidos que en la televisión se enfrentan diariamente. El programador habrá de efectuar una elección rutinaria que pliegue sus transmisiones hacia cualquiera de los dos contenidos, en tanto lo cultural no puede ser comercial y lo comercial no puede ser cultural. La falsa disyuntiva concluye con la implantación definitiva del orden comercial en las transmisiones televisivas, ya que el concesionario de origen privilegia esa óptica y *otorga un tratamiento de excepción al contenido cultural*: éste, es propio de la obra de teatro, la ópera o la discusión de temas profundos entre especialistas, y no un elemento dinámico que amalgama nuestra existencia. No es cotidiana ni vive y reproduce en la experiencia de los grupos sociales; tampoco se genera en la práctica diaria, en el accionar colectivo y en la interacción de individuos y sociedad. La cultura, así, se atomiza, se descontextualiza y se convierte en asunto y materia de intelectuales y de apartados estancos, que se definen como culturales justo por su inmovilidad y acartonamiento. *Al separar la cultura de la actividad social diaria se le condena a un lugar extraño, ajeno al individuo, e incluso opuesto a él.*

La atomización de la cultura conduce también a la condescendencia del titular de la televisora. En tanto al modo comercial se opone el cultural que no rentabiliza el tiempo de transmisión televisivo, la difusión de contenidos del segundo tipo supone la autorización o anuencia del concesionario para en efecto emitirse. Éste acepta perder ese tiempo y cederlo a la pretensión cultural, pero igual puede ignorarlo ya que no tiene obligación alguna en consentir.

---

<sup>23</sup> Cfr. Sarah Corona Berkin. “La televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía”. En: *Comunicación y Sociedad*, No. 16-17; Septiembre de 1992-Abril de 1993.

<sup>24</sup> Citado en Fernando Mejía Barquera. Op. Cit., Nota 20; y Enrique Sánchez Ruíz. Op. Cit.; Nota 20; 240pp.

En un entorno dominado entonces por los afanes del empresario, las concesiones para explotar la televisión como servicio público se establecen según indica el *Cuadro 12*.

*Cuadro 12*

*Primeras concesiones de televisión abierta*

<i>Año</i>	<i>Titular</i>	<i>Propietario</i>	<i>Canal</i>	<i>Siglas</i>
1949	Televisión de México, SA	Rómulo O'Farril	4	XHTV
1951	Televimex, SA	Emilio Azcárraga Vidaurreta	2	XEWTV
1952	Televisión González Camarena	Guillermo González Camarena	5	XHGC

Fuente: Elaborado a partir de Francisco Martínez Medellín. *Televisa Siga la huella*. México, Claves Latinoamericanas – Instituto Politécnico Nacional, 1992.

Mientras se otorga la primera y segunda concesión, el gremio no pierde tiempo ni perspectiva. El 11 de febrero de 1950, el grupo de concesionarios establece así uno de los puentes faltantes: recomienda y obtiene la promulgación del **Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión**, mismo que establece en los hechos la vinculación tecnológica definitiva del sistema nacional con los estándares estadounidenses, a través de la implantación de las normas técnicas del caso. El movimiento hace prevalecer la óptica mercantil en tanto busca allegarse el soporte técnico probado para desarrollar la infraestructura de recepción sin mayores obstáculos. El canal 4 inicia operaciones el 31 de agosto de 1950. *“Con motivo de sus primeras transmisiones, colocó aparatos en mercados, en las escuelas (más de 300); en restaurantes, clubes, hospitales y otros centros populares, a fin de promoverse y motivar al público para que comprase aparatos receptores”*<sup>25</sup>. La estrategia que se destaca enfatiza uno de los obstáculos que detecta Francisco **Hernández Lomelí**: la ausencia de infraestructura de recepción, escasez que impedía cerrar el círculo. En septiembre de 1950, estima Francisco **Martínez Medellín**, en México existían oficialmente mil aparatos receptores de televisión, y para fines del año –en un crecimiento máximo, apenas posible– se contabilizan 10 mil, cifra que sin embargo y aunque pudiese ser exacta era todavía cuatro veces menor al cálculo establecido por los concesionarios para rentabilizar su inversión. Con 40 mil aparatos, estimaban, *“se llegaría a un público de 4 millones de personas, con la condición de que las televisiones se instalaran no en casas particulares, sino en bares, restaurantes, cafés, vestíbulos de teatro, cines, etc. Con ese número de aparatos funcionando, muchas firmas*

<sup>25</sup> Francisco Martínez Medellín. Op. Cit., nota 20; 33pp.



*estarian dispuestas a gastarse sumas considerables patrocinando programas de televisión, que es lo que permite existir a las televisoras*<sup>26</sup>.

Arribar a ese cálculo arrojaba un problema doble: la necesaria importación de las unidades, rubro que al sujetarse a cuotas específicas fijadas muy por debajo de las expectativas de los concesionarios, devino más medida inhibitoria que de promoción al crecimiento de la infraestructura. La lucha en este renglón fue entonces el solicitar y pedir un aumento de cuotas, que desataría las ventas de aparatos. Consciente de que ese incremento libraría uno de los polos de la inversión publicitaria, en agosto de 1950, casi con el debut de operaciones del canal 4, el *“presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), solicitó al gobierno aumentar la cuota de importación de aparatos receptores, y afirmó que los publicistas elogiaban el esfuerzo de Televisión Mexicana, SA, y que la televisión era, sin duda, el nuevo medio ‘más importante de publicidad en el medio’*<sup>27</sup>.

El segundo problema resultaba más complicado: el escaso poder adquisitivo de la población frenaba desde luego la compra de los receptores, y no era fácil plantear una alternativa porque la tecnología del momento era aún imperfecta: *“...en 1951 los costos de un televisor oscilaban entre los dos mil 500 y los tres mil pesos, una cantidad elevada para la época, que lo volvía inaccesible para las clases populares a las que inicialmente se dirigía la programación. A esta limitación cabe añadir que los aparatos se volvían obsoletos de un año para otro, además de que utilizaban el sistema de bulbos, que suponía el calentamiento del aparato tras cierto tiempo de encendido y la necesidad de apagarlo para evitar accidentes*<sup>28</sup>.

Las dos condicionantes limitaban pues la demanda de la televisión. Pero la oferta tampoco podía abonarse con solvencia porque al no existir público tampoco se animaba la inversión publicitaria, y sin publicidad no se generaba una programación atractiva que dinamizara el primer punto: la audiencia masiva. Para romper tal círculo vicioso, la televisora debió animar o incluso encargarse directamente de la programación. La siguiente glosa –cuya importancia disculpa su cita in extenso– es más que explícita en referir el problema y su solución. Toma especial relevancia además porque al soportarse en la experiencia en el medio de su autor, proclama una gran precisión respecto a las posibilidades del negocio de la televisión que se abrían para los concesionarios en los días iniciales...

*“... el papel de las televisoras en las primeras épocas no incluía la producción de programas. Vendían ‘Tiempo de Estación’, lo mismo para una emisión de horas, que de media hora o 15 minutos o 20*

---

<sup>26</sup> Francisco Hernández Lomelí, Op. Cit. nota 21;155pp.

<sup>27</sup> Citado en Francisco Martínez Medellín, Op. Cit. nota 20:34pp.

<sup>28</sup> Datos de Claudia Benassini. “Los primeros años de la TV mexicana: Hacia la conquista del público”. En: *5 décadas de televisión mexicana. Milenio semanal*. En: [www.milenio.com/semanal/155/ar6.htm](http://www.milenio.com/semanal/155/ar6.htm) Fecha: 19 de octubre de 2006.

*segundos para un comercial. Alquilaban facilidades (cámaras, iluminación, estudio, utilería), vendían el uso y diseño de escenografía y cobraban para pagar a terceros, honorarios de directores, productores, artistas, músicos, locutores, etc.*

*Mal negocio. Con un equipo desde el principio costoso tomaba mucho tiempo su amortización y la posible ganancia. Elementos de fuera, como actores, etcétera, encontraban una fuente de trabajo con un patrón indirecto y unas empresas que se encargaban de conseguirles empleo, cobrar por ellos para pagarles; que tenían empleados, administradores, diseñadores, etcétera, al servicio de intereses que no les pertenecían. La producción de los canales existentes, 2, 4 y 5, antes de formar Telesistema Mexicano, era corta y, aparte de exhibir películas de largo metraje, comprometían su tiempo con agencias de publicidad y clientes directos que, ellos sí, producían, ‘empaquetaban’, mejor dicho, cobraban comisiones de agencia por toda clase de gastos y dejaban a las televisoras con poco negocio...*

*El negocio no estaba en las televisoras. El negocio estaba en las agencias de publicidad, en cualquier arriesgado que se comprometiera a pagar ‘un tiempo’ y ver luego a quien lo revendía... [...] Se me olvidaba mencionar que cuando usted era ‘dueño’ de un horario podía poner en él los comerciales que usted quisiera, o los que alcanzara a vender...’<sup>29</sup>.*

La certeza en la identificación del proceso económico que implica la rentabilidad de la televisora que enuncia la cita, seguramente no escapaba al concesionario. La búsqueda de mecanismos para incluir la emisión de películas en el medio –que no cristaliza en los términos deseados por Azcárraga, pese a sus intentos reiterados para persuadir a los distribuidores y no obstante haber formado una instancia propia de mediación, la **Panamerican Television Corporation**– demuestra los afanes por resolver el rompecabezas y lograr contenidos atractivos, susceptibles de atraer a anunciantes y a audiencias. Para decirlo en los términos que aporta Gabino Carrandi, si las televisoras querían armar el negocio debían inmiscuirse en el diseño y formación del conjunto de vectores que lo integraban y animar su puesta en práctica. Y por lo menos Azcárraga fue sensible a ello y buscó los medios para forjar esa ruta.

El tercer obstáculo que asienta el análisis es la censura, que para los primeros contenidos estableció en juicio sumario la llamada *Liga de la Decencia*, con la pretensión de establecer una evaluación previa sobre los materiales a difundir, en especial en las películas. Al aumentar la presión por implantar mecanismos que garantizaran la inhibición de materiales considerados *no apropiados*, se implantan criterios de clasificación de las películas, los que determinan o bien su difusión en un horario específico, o a la inversa, la prohibición de transmitirlos. Ese equilibrio mojigato congeló por algún tiempo los afanes de supervisión y de dictamen que algunos grupos pretenden, aunque

---

<sup>29</sup> Gabino Carrandi Ortiz. *Testimonio de la televisión mexicana*. México, Editorial Diana, 1986.

en los últimos tiempos tales ansias de control y de participación se han reeditado en la asociación que se designa a sí misma como *A favor de lo mejor*.

Para Francisco **Hernández Lomelí**, el que cada empresa lograra superar los obstáculos señalados era imposible, sobre todo si además debían competir entre ellas. Frente al conjunto de impedimentos, domina pues el pragmatismo empresarial y las tres firmas radiodifusoras enlazan sus esfuerzos para constituir el primer monopolio de la televisión comercial, **Telesistema Mexicano**, que se anuncia seis años después de otorgada la primera concesión, en marzo de 1955.

En la óptica marxista, *la competencia conduce al monopolio*<sup>30</sup>. En su desarrollo, se afirma, el modo dominante supera las barreras generadas por el funcionamiento no capitalista de la producción y crea otras, a rendir también con su propia dinámica económica. Bajo tal perspectiva, el movimiento de concentración es más una *depuración de los capitales concurrentes para establecer una plataforma más sólida de explotación del medio, ya bajo la potestad del capital con un desempeño más eficiente*. Tanto por la situación específica que cada concesionario guardaba respecto a la televisión, como por los movimientos que siguieron al anuncio, esa percepción puede en efecto validarse. Según los datos que reporta Antonio **Zarur**<sup>31</sup>, **Telesistema Mexicano** se constituyó con un capital social de 10 millones de pesos y una duración de 99 años, con el designio de administrar la explotación de los tres canales asociados, y no así las concesiones que amparaban a cada titular. Las acciones de la empresa se manejaron en dos series, misma que se distribuyeron como indica el **Cuadro 13**. Cada concesionario aportaba una praxis distinta a la nueva experiencia, que puede expresarse en los términos siguientes...

- a. Para Azcárraga, el medio que emergía era una diversificación natural de sus actividades en la industria radiofónica, una nueva plataforma de capitalización, un escaparate derivado de la radio donde había consolidado ya un liderazgo absoluto, tanto en el desarrollo en sí de la radiodifusión como en las acciones y labores que llevaron a ese crecimiento. El empresario, *“consideró a la televisión ‘como la continuación natural de nuestras actividades en radio y cinematografía’”*, rescata Hernández Lomelí. *“Los cálculos no eran para menos, agrega. Después del éxito nacional e internacional de ambas actividades, la afirmación parecía bastante coherente. En 1950, las estaciones XEW y XEQ dominaban 85% del auditorio mexicano, y manejaban 80% de todos los programas de la radio. La programación en vivo representaba 16 horas del espacio de transmisión de la primera estación y 12 de la segunda; en ambas estaciones entraban y salían más de 300 músicos y casi toda la música popular mexicana*

---

<sup>30</sup> Cfr. Karl Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858, Vol II*. México, Siglo XXI Editores, 1980, 8ª edición.

<sup>31</sup> Antonio Zarur Osorio. *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México 1950 – 1988*. México, Universidad Autónoma Metropolitana (Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades. Serie Administración), 1996:36-37pp.

Cuadro 13

<i>Distribución y valor de las acciones de Telesistema Mexicano</i>
---

Titular	Valor de las acciones*	
	Serie "A"	Serie "B"
E. Azcárraga Vidaurreta	2.6	1.4
R. O'Farril	2.5	1.5
E. Azcárraga Milmo		.5
R. O'Farril Naunde		.5
E. Barrientos Pérez		.5
E. Díez Barroso		.5

(\*) Cifras en millones de pesos a precios corrientes.

Fuente: Antonio Zarur Osorio. *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México 1950 – 1988*. México, Universidad Autónoma Metropolitana (Biblioteca de Ciencias Sociales y Humanidades. Serie Administración), 1996:37pp.

*compuesta entre 1930 y 1950 'fue promovida y transmitida a través de nuestros micrófonos (Azcárraga)'*<sup>32</sup>

- b. En el nuevo escenario de realización, la experiencia, desarrollo empresarial y relaciones con la industria asociada, el empresario superaba con creces a sus nuevos socios. Por una parte, O'Farril mantenía intereses en la industria periodística, sector lejano al medio, y en el caso de González Camarena su tarea prevaeciente era la investigación en tecnología televisiva, área donde las metas a lograr tenían poco futuro al haberse seleccionado la norma estadounidense. Así pues, ninguno de los dos disponía del *saber hacer* empresarial de Azcárraga, cuyo aprendizaje había recorrido ya todas las áreas inherentes a la radio bajo el modelo comercial. En el enroque que ahora se planteaba entre la radio y la televisión, ese conocimiento acumulado era estratégico y decisivo.
- c. Antes aún de la fusión, el empresario mantenía intereses concretos en sectores industriales y de servicios relacionados en directo a la actividad televisiva, misma vinculación que ya postulaba su avidez por explotar toda la cadena productiva. Por igual destaca su relación con la actividad publicitaria.

<sup>32</sup> Citado en Francisco Hernández Lomelí, Op. Cit. Nota 21:146pp.

La consideración de los tres puntos señalados evidencia que el liderazgo natural del empresario en la nueva instancia económica se estructura en su visión integral del negocio, que sus asociados reconocen. Esta perspectiva anima las acciones que el presidente de **Telesistema Mexicano** aborda para el ensamble de televisores bajo la marca **Majestic**, y para desarrollar los **Estudios Churubusco**, instancia donde también interviene la productora de películas estadounidense **RKO Pictures (Radio-Keith-Orpheum)**, una de las cinco que conformaban el grupo de los *cinco grandes estudios* que crearon la época dorada de Hollywood. Como resulta evidente, ambas instancias se propusieron contrarrestar las trabas que impactaban el desarrollo del medio, pero sin resultados importantes, no fueron la solución. A la inversa, la relación de Azcárraga con el propietario de la agencia publicitaria **Noble & Asociados**, se tradujo en lo evidente: el liderazgo de la firma en facturación publicitaria por más de diez años. Tal fortaleza contrasta con la situación de otras agencias, que para sobrevivir deben recurrir a la alianza con otros actores para enfrentar la competencia. Hasta 1985, cuando **Noble** en efecto desarrolla esa estrategia, la empresa es la instancia publicitaria más fuerte del país, superando por más de 2 millones de dólares a la empresa ubicada en segundo lugar (*Cuadro 14*).

Es inevitable suponer que la posición conquistada por la agencia en mucho pudo solventarse por la relación de privilegio que mantenía con el monopolio televisivo. El gasto publicitario de la época se mantuvo constante a lo largo de los sesenta (*Cuadro 15*), y de esos montos ascendentes, el 44% promedio se canalizaba a la televisión<sup>33</sup>. Otro dato es más preciso en cuanto a la parte de león que llegaba a la televisora: *“De los medios de comunicación masiva, sin duda es la televisión la que capta más ingresos por publicidad. De 1970 a 1976, el gasto publicitario en televisión se incrementó de mil 57 millones a 3 mil 719 millones de pesos”*<sup>34</sup>. Bajo esta perspectiva, la agencia bien pudo recibir un flujo constante de recursos para la compra de espacios televisivos, lo que sin duda soportó su crecimiento económico.

---

<sup>33</sup> Cfr. Víctor Bernal Sahagún. *Anatomía de la publicidad en México. Monopolios, enajenación y desperdicio*. México, Editorial Nuestro Tiempo, 1985:124pp.

<sup>34</sup> Angelina Gutiérrez. *Las relaciones de producción en los medios masivos de comunicación*. México, UNAM – Instituto de Investigaciones Económicas, 1988:16pp.

Cuadro 14

## Principales agencias de publicidad en México. Período 1980 – 1981

Agencia	Posición		Ingresos Brutos*	
	1970	1980	1980	1981
<i>Noble y Asociados</i>	1.	1.	6.4	10.2
<i>Publicidad Ferrer</i>	4.	2.	4.9	8.9
<i>McCann Ericksson</i> <sup>(1)</sup>	3.	3.	5.1	6.5
<i>Walter Thomson de México</i>	2.	4.	3.5	6.0
<i>Arellano / Ted Bates</i> <sup>(2)</sup>		5.	3.5	4.1
<i>Publicidad D'Arcy</i>	5.	6.	3.4	3.7
<i>Maqueda Gilbert / NCK</i> <sup>(2)</sup>		7.	2.3	3.6
<i>Leo Burnett</i> <sup>(3)</sup>	8.	8.	2.8	3.6
<i>Panamerican, Ogilvy &amp; Matter</i> <sup>(4)</sup>	7.	9.	2.7	3.5
<i>Young &amp; Rubicam</i>	10.	10.	2.2	2.9

(5)

(\*) En millones de dólares a precios corrientes.

(1) Conocida en 1970 como **McCann-Ericksson-Stanton**

(2) No figura en la lista de las 10 primeras agencias en 1970.

(3) Conocida en 1970 como **Leo Burnett-Novas**.

(4) Conocida como **Panamericana de Publicidad** en 1970.

(5) Salieron de la lista de 1970 **Romero Needham y Doyle, Dane & Berbach de México**.

Fuente: Tomado de Víctor Bernal Sahagún. *Anatomía de la publicidad en México. Monopolios, enajenación y desperdicio*. México, Editorial Nuestro Tiempo, 1985.

Cuadro 15

Gasto publicitario en México. Período 1960 – 1973  
(millones de pesos a precios corrientes)

1960	1,200.0	1968	3,000.0
1963	1,626.0	1969	3,400.0
1965	2,000.0	1970	3,850.0
1966	2,312.5	1971	3,800.0
1967	2,562.5	1972	4,100.0
		1973	4,500.0

Fuente: *Ibidem Cuadro 14*.

<p>2. Y el tiempo de cosechar lo sembrado: expansión territorial del consorcio y debut de su operación en Estados Unidos.</p>
---

La aparición pública de la televisión no podía ser más significativa: el 1º de septiembre de 1950, se transmite el segundo informe del Presidente en turno por el canal 4. Con ello, se suscribe en definitiva la relación empresa televisiva–Gobierno Federal, misma que va a perpetuarse hasta nuestros días. La interacción entre ambos protagonistas había sido en efecto constante y de principio se evidenciaba tanto en el otorgamiento de las concesiones originales, como en el tratamiento preferencial para la importación de equipos, materiales e insumos propios de la industria televisiva, política que incluyó desde la exención de impuestos en el ingreso de las estaciones retransmisoras, hasta el permiso *suis generis* para importar *maquillajes y cosméticos*, rubro prohibido entonces, pero que para la producción televisiva resultaba esencial. En cuanto a la importación de aparatos receptores de televisión y partes para el armado de los mismos, si bien al arranque de la industria se fijaron cuotas que la frenaron y no se llegó a los niveles deseados por el concesionario, ese flujo no se detuvo, y el parque nacional pudo crecer y alcanzar al fin las proyecciones de concesionarios y anunciantes. De esta forma, para 1960 el número de aparatos receptores llega a 650 mil, lo que arroja una densidad de 17.9 por cada mil habitantes. En cuanto a los televisores vendidos, se contabilizan 80 mil 300<sup>35</sup>.

El segundo gran tema de la imbricación Estado-concesionarios es justo el *diseño y promulgación del marco regulatorio aplicable*, que se representa tanto por lo dispuesto como por lo omitido. En el primer caso, se lista por ejemplo el *Decreto que establece las normas técnicas para la instalación de las estaciones televisoras*, que legitima las relaciones establecidas entre los concesionarios y las empresas fabricantes matriz de Estados Unidos, que permitieron reducir costos mediante economías de escala. Respecto a las carencias, se subraya la inexistencia de cuerpo regulatorio alguno por más de diez años, lo que permitió que el desahogo de cualquier conflicto o fricción entre la autoridad y el concesionario se llevara a cabo con base en el criterio y la discrecionalidad de los interlocutores. Tal tratamiento es evidente en el caso de la fusión de las tres primeras concesiones: no sólo funcionario alguno del Gobierno objetó la concentración –que de hecho llevaba al medio hacia una estructura de propiedad monopólica: simplemente no había otras empresas autorizadas para explotarlo– sino que incluso prevalecía la actitud de permitirla, animarla; fomentarla, deseársela inclusive... ***“Ante las deficiencias del sistema de competencia, el presidente Adolfo Ruiz Cortines decidió convocar a una reunión con los tres concesionarios de los canales. En esa ocasión surgió la autorización presidencial para crear una sola empresa encargada de operar la televisión comercial en México: Telesistema Mexicano”***. Por igual, otra fuente señala que el propio Presidente Ruiz Cortines intercedió ante los concesionarios para aumentar la cobertura de la televisión, con el

<sup>35</sup> Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz. *Comunicación social, poder y democracia en México*. México, Universidad de Guadalajara, 1987.

propósito de que no se transformara en un *espectáculo elitista, sólo a disposición de los habitantes del Distrito Federal*<sup>36</sup>.

Más el desarrollo de Telesistema Mexicano hacia la provincia no requería de acicates políticos, aunque su origen fuera la misma Presidencia de la República. La expansión regional estaba contemplada e implícita en el empeño y apetencia que condujeron la fusión de 1955. En palabras de O’Farril, esta voluntad habría de propiciar únicamente beneficios para el medio y su oferta de servicio. Dice el concesionario: *“La fusión de intereses dentro de Telesistema Mexicano permite la extensión de la televisión a la provincia, pues ahora sí podemos ir cubriendo en escala creciente el territorio nacional mediante estaciones repetidoras de los canales básicos, 2 y 4, cosa que antes no podía ocurrir si tuviésemos que concurrir con dos canales en cada zona, pues el alto costo de la televisión no permitiría sostener este servicio desde un punto de vista económico y comercial”*<sup>37</sup>.

Tanto por lo que afirma como por lo que insinúa, la reflexión del empresario arroja tres conceptos nodales que han reglado el desempeño posterior del consorcio. Primeramente, es fehaciente en su ideario el considerar que el surgimiento de emisores locales que pudieran obtener concesiones no habría de convertirse en una oferta regional independiente, por lo que la estación estaría ligada a la producción que llegaría de la capital y de sus empresas de manera inexorable. Si bien en sus primeros tiempos las posibilidades rentables del medio no eran muy evidentes y ello determinaba el interés de inversionistas posibles, el argumento plantea la certeza del concesionario sobre el amplio terreno a conquistar con la concesión que ya tenía y con el accionar económico - productivo del que era parte. Ello parece confirmarse además por el hecho de designar como *básicos* a los dos canales que entonces suministraba la empresa. Con el tiempo, este *ideario de exclusividad* significó en la práctica que el consorcio utilizara cualquier medio –ya fuese o no legal; evidente o subterráneo– para impedir la emergencia de emisores que desafiaran a los llamados *canales nacionales*, de su propiedad y resguardo únicos.

La segunda tesis ha sido piedra de toque y justificación recurrente del monopolio, también para legitimar su privilegio como emisor único. Supone el traslado de las premisas financieras que justifican el monopolio natural en los servicios públicos que se suministran en red al funcionamiento de la televisión, bajo el supuesto de que las economías de escala en el medio deben lograrse también a partir de la cantidad, del mayor número posible de espectadores, concentración que justifica el gasto publicitario y la supervivencia del medio si únicamente existe un emisor. La presentación de la teoría en el enunciado del empresario recurre a la primera parte del raciocinio

---

<sup>36</sup> El comentario es de Miguel Sabido. Citado respectivamente en: Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz. Op. Cit.; nota 34; 119pp; y Francisco Hernández Lomelí. Op. Cit. Nota 21;169pp.

<sup>37</sup> Citado en Fernando Mejía Barquera. Op. Cit., Nota 20;26pp.



financiero: por las erogaciones que suponía el uso de la tecnología de transmisión disponible entonces –únicamente estaciones de potencias variables, lo que implicaba su compra e instalación local si se deseaba implementar el servicio en esa región– los concesionarios gastarían menos en esa expansión si sólo invertían en una sola televisora que difundiera los dos canales.

Por último, la explicación postrera de O’Farril remite asimismo a otra premisa–motor en el discurso dominante: los altos costos económicos que conlleva la explotación del medio. Si desde entonces el empresario hacía resaltar que el funcionamiento de la industria demandaba la erogación de cuantiosos recursos, con el tiempo ese enunciado cambia de soporte argumental y se transforma en reclamo: para proseguir la inversión que permita el crecimiento, enfatiza, es fundamental que el concesionario disponga de certeza jurídica, esto es, de la garantía formal por parte del Estado de que sus inversiones están seguras y no habrá de promulgarse política alguna que impida la reproducción de su ciclo económico. El 10 de febrero de 2005, al acudir a la sesión de consulta en el **Senado de la República** que discutía el dictamen de diciembre de 2004 que modificaba la **Ley de Radio y Televisión**, la asociación gremial **CIRT** fue clara y contundente en establecer esa demanda. Después de asentar que las inversiones necesarias para digitalizar los formatos televisivos eran notables, el representante de la asociación en efecto aseguraba...

*“... concluimos que seguridad jurídica es un elemento esencial que debe contener todo ordenamiento promulgado por un estado de derecho, a fin de que los gobernados puedan llevar a cabo sus actividades en un ambiente de certeza y confianza, respecto de lo establecido en el ordenamiento jurídico respectivo... Asimismo, las cuantiosas inversiones que requiere la industria de la radio y la televisión, incluyendo las inversiones para la conversión digital, no se llevarán a cabo si los ordenamientos que regulan la industria no brindan la seguridad jurídica a los participantes en la industria del sector de las telecomunicaciones”<sup>38</sup>.*

La amalgama de los tres razonamientos empresariales que se han destacado, remite a uno de los grandes equívocos que han permeado las relaciones entre el Estado y las televisoras, y que se cocina desde aquellos primeros tiempos: considerar que la identidad de **Televisa** no es económica y menos empresarial, sino que solo se establece a partir de su titularidad en el suministro diario del servicio de televisión. En este contexto de neutralidad e higiene, se gesta el eje ideológico que sostiene la actitud del Estado y de sus instancias técnicas y políticas que proporcionan apoyo al consorcio: se trata de apuntalar los sistemas de conducción de las señales de televisión, y no

---

<sup>38</sup> La afirmación fue de uno de los abogados de la **CIRT**, y se expresó en la reunión de la Cámara con las **Comisiones Unidas del Senado** que dictaminaban la propuesta de una nueva **Ley Federal de Radio y Televisión**, el 10 de febrero de 2005. Cfr. Versión estenográfica de la reunión. [www.senadorcorral.org](http://www.senadorcorral.org). Fecha: 12 de febrero de 2005

de apoyar a la compañía que las explota. Así, **Televisa** aparece como *una entidad que no lleva a cabo proceso alguno de capitalización*, que no genera ganancias ni logra utilidades. Se transforma en un organismo sin perfil definido que si recibe inyecciones substanciales del presupuesto federal es porque la labor que realiza es de interés público. Bajo esta cobertura, la extensión territorial del monopolio que se fomentaba era también asunto de Estado: no podía distinguirse a los ciudadanos entre los que tenían televisión y los que carecían de ella.

El recién formado **Telesistema Mexicano** cosechó pues todo el apoyo estatal que pudo lograr para expandirse y crecer con amplitud. En el mismo 1955 instala una primera repetidora del Canal 4 en Paso de Cortés, y con ella inunda el sur del territorio nacional. Después habilita una segunda en Guanajuato, para la cobertura del Bajío y más tarde la de Monterrey, que se concreta en el Canal 10, repetidor de las andanzas del Canal 2. *“En 1958 aparecieron otras estaciones afiliadas: Cadena Televisora del Norte, SA; Canal 3 de Monterrey y Televisora del Golfo, SA; igual Canal 7 de Tampico...”*<sup>39</sup>. Para 1960 la empresa afirma que tiene presencia en 20 estados de la República, y que invertirá 21 millones de pesos para cubrir todo el país antes de 1960<sup>40</sup>. La cobertura territorial del monopolio corre en paralelo a la expansión de la industria, que no se inhibe y arranca ya en los sesenta con más formalidad. El **Cuadro 16** expone el desarrollo cuantitativo de cinco indicadores básicos, y como se observa, para 1960 la televisión ha encontrado ya su camino de desarrollo y **Telesistema Mexicano** es su fuerza única. Tal expansión se fundamenta sobre todo en tres movimientos esenciales...

\* Para 1956 el monopolio genera a la empresa especializada **Teleprogramas de México**, cuyo objetivo comercial es exportar los programas generados. Para afinar sus producciones se dispone de un nuevo dispositivo llamado *Kinescopio*, que acopla una cámara de cine al monitor de televisión.

\* En 1958, a través de la estación afiliada de Monterrey, se adquiere la primera máquina de video tape, lo que permite la grabación y edición de programas y la reproducción de los mismos: *“... es un instrumento técnico que permite una extraordinaria expansión económica de Telesistema Mexicano en los años 60. Mediante la grabación en video tape, comienza a exportar programas –especialmente telenovelas– a Latinoamérica y a Estados Unidos”*<sup>41</sup>.

\* Se funda la empresa **Teleprogramas Acapulco** en 1962 como filial de **Telesistema Mexicano**. Su objetivo es producir programas de televisión para el mercado nacional y para exportación. En su financiamiento

---

<sup>39</sup> Patricia Arriaga. *Publicidad, economía y comunicación masiva*. México, CEESTEM-Nueva Imagen, 1980:228pp.

<sup>40</sup> Enrique Sánchez Ruiz. Op.Cit., nota 21.

<sup>41</sup> Fernando Mejía Barquera. Op. Cit., Nota 20; 27pp.

Cuadro 16

*Crecimiento anual de los indicadores básicos de la industria de la televisión en México.  
Período 1950 – 1970*

<i>Estaciones</i>		<i>Años</i>	<i>Receptores de Televisión</i>		
<i>Nuevas</i>	<i>Acumuladas</i>		<i>Disponibles*</i>	<i>Por mil habitantes</i>	<i>Vendidos*</i>
2	2	1950	1.3	0.05	---
4	6	1951	---	---	---
1	7	1952	---	---	---
0	7	1953	70	2	---
2	9	1954	93	3	---
0	9	1955	116	4	---
0	9	1956	139	4	---
0	9	1957	162	4	---
1	10	1958	184	6	---
5	15	1959	450	14	---
4	19	1960	650	17.9	80.3
2	21	1961	900	23.4	93.9
2	23	1962	930	23.9	89.8
5	28	1963	1,040	25.9	114.8
8	36	1964	1.129	27.2	152.7
4	40	1965	1,218	28.4	185.5
3	43	1966	1,517	34.3	261.8
5	48	1967	1,790	39.2	273.3
20	68	1968	2,150	45.6	359.9
7	75	1969	2,563	52.6	403.2
3	78	1970	2,993	59.5	423.9

(\*) En miles de unidades.

Fuente: Tomado de Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz. *Comunicación social, poder y democracia en México*. México, Universidad de Guadalajara, 1987; 122-123pp.

interviene con el 25% de la inversión original la **American Broadcasting Company (ABC)**, una de las tres grandes cadenas nacionales de Estados Unidos.

Tanto los adelantos tecnológicos como los movimientos financieros gravitan de manera decisiva en la acción mayor que la televisora emprende en los primeros años de la década de los sesenta: la formación de empresas de comercialización y difusión de programas televisivos nacionales en Estados Unidos. Este accionar se sucede como una cadena de enroques, desplazamientos y maniobras entre empresas, personajes y estructuras que además de procurarse para configurar una ingeniería financiera que beneficiara a los propietarios capitalistas, tenía por objetivo zanjar la reglamentación que limitaba el arbitraje de Azcárraga: conforme el *Acta de Comunicaciones de 1934*, la inversión extranjera en las estaciones de radio y televisión no podía exceder el 20% del total. Así, mediante representaciones ficticias; nombramientos encubiertos y otros artificios, el empresario interviene hasta 1972 en todas las empresas que controlan y operan las licencias de explotación de estaciones ubicadas en los mercados estadounidenses. Después, las empresas se reorganizan y al aterrizar en **Univisión** en 1976, se dispone ya de una plataforma completa para la distribución de programas nacionales en los principales mercados de Estados Unidos, localizados ya no sólo en las entidades fronterizas con nuestro país. El *Cuadro 17* expone esa evolución desde sus orígenes en 1961 hasta 1976, cuando se funda la empresa.

El crecimiento de la red combina tres elementos: estaciones afiliadas a su propuesta de programación; ingresos publicitarios, que concreta en términos económicos esa presencia numérica, y porcentaje del mercado que absorbe, en este caso de la población hispana residente en Estados Unidos. Con la información que proporcionan Nicholas **Valenzuela** y Pablo **Arredondo**, se ha desarrollado el *Cuadro 18* que conjunta estos elementos. Sobre todo en el rubro de ingresos publicitarios, es notable el crecimiento que logra el consorcio. Cabe mencionar que para 1983 el sistema incorpora estaciones hasta completar 240, cifra que se incrementa hasta las 400 televisoras en 1986; ese mismo año sus ingresos publicitarios llegaron a los 66 millones de dólares.

En 1976, quizá justo porque el esquema utilizado comienza a operar con ganancia, los socios disputan el control de la empresa, lo que inicia un largo proceso que culminaría doce años después con la venta de **Univisión** a intereses estadounidenses y la disolución de la **SICC**. La participación de **Televisa** no va a cancelarse sin embargo: en el mismo 1986 la **SIC** se transforma en **Univisión Inc.**, y depende ya de una nueva instancia aglutinadora de los Azcárraga en Estados Unidos: el corporativo designado como **Univisa, Inc.**

Cuadro 17

*Desarrollo general del grupo Televisa en Estados Unidos  
Período 1961 – 1963...*

1960

Opera la

Spanish International Network (SIN)

Venta de anuncios y compra de programas para su difusión;  
es conocida también como

SIN – Sales

1961

Se origina:

Spanish International Broadcasting Company

Opera:

SIBC de Texas, con la estación

KWEX-TV de San Antonio

Y...

1962

SIBC de California, con la estación

KMEX-TV de Los Ángeles

1963 ...

Forman parte del conglomerado...

Trans Tel Corporation

WXTV, canal 41 de New York

Spanish International Communicatos Corporation (SICC)  
*(la vieja)*

WLTV, Canal 39 de Miami

*(Continúa...)*

Cuadro 17 (Continuación)

**Desarrollo general del grupo Televisa en Estados Unidos**  
Período 1961 – 1963...

1972

Se reestructura toda la operación y se forma la *nueva*

**Spanish International Communicatos Corporation (SICC)**

Que incluye...

1. Spanish International Network (SIN)
2. SIBC de Texas y de California:

KWEX-TV de San Antonio

KMEX-TV de Los Ángeles

3. Trans Tel Corporation

WXTV, canal 41 de New York

4. Spanish International Communicatos Corporation (SICC)

WLTV, Canal 39 de Miami

1976

Para 'unir a la gran población hispano parlante de los Estados Unidos en forma instantánea desde México', se funda

Univisión

*La nueva empresa se apoya en una infraestructura combinada de microondas y vía satélite para distribuir en forma directa y simultánea hasta 64 horas semanales de programación emitida en México*

Fuente: Realizado a partir de Nicholas Valenzuela. "Invasión electrónica en Estados Unidos". En: Raúl Trejo Delarbre (Coordinador). *Las redes de Televisa*. México, Claves Latinoamericanas, 1988:176-180; y Pablo Arredondo. "Televisión mexicana en Estados Unidos: ¿extinción o reconversión". En: *Diálogos Felafacs*. En: [www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/21-04PabloArredondo.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/21-04PabloArredondo.pdf) Fecha: 12 de enero de 2006.

Cuadro 18

**Estaciones e ingresos publicitarios de SIN.**  
Años seleccionados del período 1962–1982

Años	Estaciones afiliadas (unidades)	Publicidad en medios en español*	Ingresos publicitarios de SIN*
1962		9,000	.170
1963		10,000	
1965		11,500	.400
1966		20,000	2,000
1970		40,000	1,500
1971			4,000
1977		100,000	5,000
1978	16		10,000
1980	56		20,000
1982	100	150,000	32,000

Mercado

Cubre el 70% de la población latina en EU

(\*) En miles de US dólares.

Fuente: Ibidem *Cuadro 17.*

**3. El nacimiento de Televisa: dotación de infraestructura, empate y ventaja en la esgrima legislativa y nueva centralización de capitales.**

De 1955 a 1970 las operaciones básicas del consorcio marcharon viento en popa. A la expansión territorial que logra ya mediante la afiliación de operadores locales o bien a través de la obtención de concesiones propias –como fue el caso de las televisoras de la frontera norte–, se sumó el sobresaliente apoyo institucional que recibió por parte de las instancias estatales, sobre todo en un campo de especial relevancia para la difusión televisiva: la infraestructura de conducción. En tanto la red federal de microondas se instala, la señal del consorcio queda asimilada a ese desarrollo y llega hasta las estaciones locales afiliadas. Inclusive, el trazado de la red y su propia configuración siempre tomaron como esenciales esos requerimientos, para integrarlos en el transcurso propio. Una buena muestra de ello es la noticia que se difunde en esas fechas, y que relaciona sin reserva ni complicación alguna a la agencia estatal con el monopolio. *“A mediados de 1959, la DGT informaba que los enlaces México-Guadalajara se podrían realizar a través del sistema de microondas que se había implantado en la Red de Occidente. Asimismo*

*anunciaba que otorgaría a las empresas solicitantes toda clase de facilidades sin otra limitación que el número de canales disponibles en el territorio nacional*<sup>42</sup>.

La imbricación Estado – televisora conlleva no sólo el soporte sin condiciones del primero a la segunda, sino además el establecer que los destinos de la empresa son los mismos que conducen al país, y por lo mismo una y otro parecen intercambiables. Y dos referencias plasman a plenitud tal equívoco, que implicaba considerar que los compromisos institucionales fincados por el más alto nivel jerárquico sólo podían zanjarse mediante el despliegue y concurso del monopolio. La celebración en 1968 de los Juegos Olímpicos, y en 1970 del Campeonato mundial de fútbol, efectivamente confundió a los dos actores, y la separación entre ambos únicamente se produjo al contarse los beneficios económicos, que sólo se contabilizaron en los registros del consorcio. Así, para la cobertura del primer evento, el Gobierno Federal se conduce en completa paridad y sinergia con el consorcio. Para allegarle infraestructura, altera y rediseña la planeación que había concretado en el **Plan de Telecomunicaciones 1964 – 1970**, y lleva a cabo todo un esfuerzo de instalación de facilidades con el propósito único de generar la plataforma televisiva necesaria para expandir y fortalecer la capacidad de transmisión. De esta forma, como se reconoce en el mismo documento oficial de programación de objetivos y metas de trabajo, *“todas las redes de alta capacidad que se habían proyectado para el sistema de microondas y que consideraban el equipamiento de 120 canales, tendrán ahora que proyectarse para sistemas de por lo menos 1,200 canales, que permitan su empleo para desarrollar enlaces bidireccionales y simultáneos de señales de televisión*<sup>43</sup>. Después del evento, las facilidades creadas quedaron a disposición del consorcio, situación que vino a culminar sus ambiciones y esfuerzos para conformar una infraestructura de conducción que verdaderamente lograra cubrir la totalidad del territorio con sus facilidades de distribución de señales.

El apoyo de Telmex es también patente, y con igual estímulo incondicional. *“Todos los recursos de la empresa para hacer llegar las imágenes y los sonidos de la Olimpiada son puestos a la disposición de la prensa nacional y extranjera y las cadenas de radiodifusión y televisión. La tarea no es fácil, representa la construcción de una red telefónica especial que una puntos tan disgregados en diferentes rumbos, distantes unos de otros, de una ciudad tan extensa como la de México*<sup>44</sup>. Se emplean más de 350 mil horas hombres para proyectar la red olímpica y sus servicios; construir 284.3 kilómetros de canales para ductos y en el tendido de cables, se logra habilitar una infraestructura que alcanza 203 mil 416 kilómetros que contienen 19 mil 840 pies de hilos telefónicos. Ya en su operación, la plataforma permite que en el momento oportuno *“trabajen 91 circuitos*

---

<sup>42</sup> Citado en Francisco de Jesús Aceves González. “Hermosa provincia mexicana: Televisa monopoliza”. En: Raúl Trejo Delarbre (coordinador). *Las redes de Televisa*. México, Claves Latinoamericanas, 1988; 265pp.

<sup>43</sup> Cfr. Secretaría de Comunicaciones y Transportes / Dirección General de Telecomunicaciones. *Estrategia Nacional de Telecomunicaciones*. México, DGT, 1964:67.

<sup>44</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT, 1987:234-235pp.



*internacionales permanentes; 40 conectados con Europa; 28 con Estados Unidos; 6 con Canadá; 10 con Asia; 3 con África; 2 con Australia y 2 con Sudamérica*<sup>45</sup>. El predominio de los enlaces hacia Norteamérica se complementa con la intervención del operador estadounidense dominante, **ATT**, que enlaza los circuitos nacionales con ambos hemisferios.

La transmisión y cobertura del segundo acontecimiento deportivo, el campeonato mundial de fútbol, tuvo igual soporte estatal directo, que en lo fundamental se dirigió ahora para el equipamiento de telefonía. Antes de la celebración del evento, el complejo designado como **Televicentro** –que se construye desde 1948 y opera como el centro nervioso de las transmisiones televisivas del grupo– queda comunicado con las cuatro sedes habilitadas con poco más de mil 200 líneas telefónicas. Además, para el evento se contó con 100 casetas de larga distancia instaladas en los centros de prensa, y 129 líneas privadas para el uso de télex y teléfono.

Los recursos necesarios para desarrollar las infraestructuras descritas fueron aportados por el Gobierno Federal, y no fue poca la magnitud de ese aporte: sólo para el andamiaje de telecomunicaciones de los Juegos Olímpicos, se gastaron 7 mil millones de pesos. El impacto de estos recursos tampoco fue menor: los ingresos por publicidad rebasaron los 22.5 millones de dólares. Y tales sumas se contabilizaron únicamente a favor de la empresa televisiva, como las ganancias del evento. Para el campeonato de fútbol, la relación debió ser similar. En los dos casos, la administración pública no tuvo utilidad alguna.

Mas las prebendas de la televisora no terminan y aparecen claramente también en la emisión de las medidas regulatorias que se promulgan entre 1960 y 1969. En el primer año, en sus comienzos incluso, se promulga la **Ley Federal de Radio y Televisión**, mandato que, como es evidente, aparece mucho tiempo después de que ambos medios han comprobado su esquema de funcionamiento comercial con base en las actividades publicitarias. *“En consecuencia, el instrumento jurídico vendrá a legitimar procedimientos y acciones arraigadas en los intereses que desde tiempo atrás permitieron y desarrollaron un tipo de emisiones y no otros”*<sup>46</sup>.

A la distancia, la Ley determina un viraje conceptual que habrá de transformarse en la herramienta principal de los concesionarios para mantener a la industria radiodifusora como plataforma comercial, ya con plena regularización jurídica y legitimación política. Los análisis de Pablo **Arredondo** y Enrique **Sánchez Ruiz** y el propio de Fernando **Mejía Barquera**<sup>47</sup>, coinciden en destacar el punto relevante: a partir del mandato, *la radio y la televisión dejan de ser*

---

<sup>45</sup> Ibidem. 236pp.

<sup>46</sup> Raúl Cremoux. *La legislación mexicana en radio y televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. 1982:15pp.

<sup>47</sup> Respectivamente: Fernando Mejía Barquera. Op. Cit., Nota 20; Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz. Op. Cit.; Nota 34.

*consideradas como operadoras de un servicio público y se conciben ahora como prestadoras de un servicio de interés público.* El cambio se traduce en una gran flexibilidad para el consorcio: *pueden desempeñarse como empresas privadas y por tanto con posibilidades de lucrar con su servicio.* Ello claramente se establece en tanto el concesionario puede fijar las tarifas de sus servicios sin control gubernamental y sujeto a su propia dinámica económica y proceso de capitalización. Tales tarifas no son derechos determinados por la autoridad hacendaria, como sería el caso si la radio y la televisión fuesen servicios públicos. Ello conlleva además la *discrecionalidad sobre la venta de sus tiempos de transmisión*, actividad que puede conducirse conforme los intereses y vocación particulares de sus propietarios. Bajo ambas coberturas, el negocio del empresario quedó a resguardo con la reglamentación aplicable, a tiempo que su funcionamiento logra una amplia legitimación que todavía le alcanza hasta hoy.

A partir de 1961 se suceden varios hechos que encuentran un significado dual. De principio, al producirse, aparentan expresar una voluntad de control y potestad por parte del Estado sobre la industria. Tal es el caso de la **Ley de Impuestos para las Empresas que Explotan Estaciones de Radio y Televisión**, promulgada en diciembre de ese año y que establece el pago del 1.25% de los ingresos brutos como impuesto dedicado, y que viene a ser una primera medida en apariencia inspirada en tensar la conducta del gobierno hacia el gremio radiodifusor. Siete años después, en el histórico 1968, esa actitud de jurisdicción parece enraizarse y el Gobierno Federal establece dos medidas que de manera frontal alteran la estructura del mercado y afectan al grupo concesionario en su conjunto:

*i) Expedición de nuevas concesiones.*

Durante el año comienza a transmitir el nuevo canal concesionado, **XHDF, canal 13**, en la ciudad de México y cuyo titular es Francisco Aguirre. Más tarde, en septiembre, con una transmisión por demás reveladora, entra en operación el **canal 8, XHTM** y difunde el IV Informe de Gobierno del presidente en turno. La concesión del caso se otorga a la razón social **Fomento de Televisión, SA de CV**, filial de la empresa **Televisión Independiente de México**, creación del grupo industrial Alfa, el de mayor poderío económico del norte del país. Las dos concesiones rompen el monopolio que **Telesistema Mexicano** poseía de facto, y se encaminaban a abrir el mercado a la competencia de agentes terceros.

*ii) Impuesto del 25% para concesionarios que explotan recursos federales.*

La disposición se encaminaba a afectar el tema de mayor significado para el gremio: las ganancias derivadas de su explotación comercial. La ordenanza insta en efecto nuevos gravámenes para el aprovechamiento de los recursos federales, situación que incluye a los industriales de la radio y la televisión en tanto se benefician del uso de

las frecuencias dedicadas del espectro radioeléctrico. Fernando Mejía Barquera precisa dos detalles importantes que aterrizan en premisas obligatorias para el sector concesionario: a) La tributación de un *“impuesto del 25% al importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación, cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la Ley”*. En tanto la Ley de Radio y Televisión definía esas actividades como de interés público, los concesionarios se convertirían en sujetos obligados; y, b) *Se designa a los concesionarios de radio y televisión ‘causantes solidarios’ de este impuesto, y se establece la obligación para ellos de separar 25% de los pagos que sus empresas reciban por el servicio de radiodifusión, y entregarlo a la autoridad fiscal*<sup>48</sup>. El mandato detalla después las modalidades posibles de desembolso, que comprenden hasta la cesión de acciones por parte de los titulares; tal propuesta se acerca al finiquito de las autorizaciones para operar, propósito que por lo menos queda enunciado.

Los concesionarios reaccionan de manera uniforme, y desde luego en contra de la disposición. No sin intensidad, de ello se desprende una larga esgrima que en mucho es el peritaje sobre el poder que concentra el empresario del ramo. Finalmente, la resolución del conflicto no le es desfavorable: se establece el pago del impuesto en especie, lo que asigna al Estado una facultad cuyo ejercicio involucra y depende de la actividad y dinámica propias de la práctica del radiodifusor. *“Después de seis meses de negociaciones entre la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión y el Gobierno Federal –resume Enrique Sánchez Ruiz– el presidente emite un Decreto que añade una opción para cubrir el impuesto de 1968: las estaciones de radio y televisión pondrán a disposición del Estado el 12.5% del tiempo diario de transmisión*<sup>49</sup>. La alternativa de retribución seleccionada supone una praxis cotidiana del Ejecutivo, misma que deriva en una interacción permanente cuyo aterrizaje toma las particularidades que tanto placen al concesionario: el trato discrecional y la concertación permanente, donde si acaso se plantea un careo, cada cual gana o pierde según la particular correlación de fuerzas del momento. En este sentido, es relevante consignar el análisis que efectúa Sergio Romano, y que rescata Fernando Mejía Barquera: *“Cuando Díaz Ordaz quiso cobrar mayores impuestos a las radiodifusoras y, de pasada, ejercer mayor control en lo que transmitían, la respuesta fue que la Cámara de Radiodifusión en pleno fue a ver al presidente para entregarle todas las concesiones, y de pasada amenazarlo con represalias económicas por parte de sus clientes de publicidad. La amenaza era de tal magnitud que todo quedó en que los mismos radiodifusores propusieran que, en lugar de impuesto, el gobierno tuviera derecho a transmitir sus propios programas y mensajes en el 12.5% del tiempo real de transmisión de cada estación*<sup>50</sup>. Tal propuesta, que

<sup>48</sup> Fernando Mejía Barquera. Op. Cit., Nota 20; 29-30pp.

<sup>49</sup> Op. Cit.; Nota 20;247pp.

<sup>50</sup> Op. Cit.; Nota 20;31pp.

finalmente es aceptada, implicaba una exigencia total para el Estado: el ejercicio del cobro le exigía una capacidad técnica y administrativa suficiente para aprovechar el recurso, misma que no existía.

El acuerdo establecido arroja además dos considerandos de importancia, que actúan en favor del concesionario. En primera instancia, es relevante que el mandato establezca la prohibición explícita de transmitir mensajes publicitarios de cualquier índole en los tiempos del Estado. Ello aseguraba que la fórmula de capitalización que aprovechan los radiodifusores no se tocara con la disposición regulatoria, por lo que la función comercial de ambos medios se preserva como su finalidad primaria. El segundo considerando remite a los parámetros de medición de los tiempos del Estado. Resultaba evidente que esa cuantificación fuese totalmente arbitraria, en tanto su dinámica obliga a una evaluación precisa, justa, a llevar a cabo el mismo día en que se transmiten los mensajes que concretan el mandato. Al plantearse en el Decreto que los tiempos estatales no podía acumularse ni diferirse en su uso, la obligación del conteo es simultánea a su aprovechamiento, y sólo después puede precisarse con exactitud si se cumplió o no el porcentaje obligado. No extraña así que un estudio elaborado en marzo del 2001 sobre las emisiones televisivas de los canales 2 y 13, haya establecido que en una muestra aleatoria de tres días, los tiempos del Estado ni siquiera rebasaron el 4.5% del total programático: ocuparon solamente el **3.73% para canal 2** y el **4.11% para canal 13** (*Cuadro 19*). Ambos porcentajes están muy lejos del 12.5% imperativo.

*Cuadro 19*

<i>Distribución del tiempo de programación de los canales 2 y 13 en marzo de 2001</i>		
	Canal 2	Canal 13
Auto Promoción	4.82	2.40
Publicidad comercial	28.41	35.06
Programación	63.04	58.43
Tiempo de la Estación	96.27	95.89
CONTENIDO	100%	
Tiempo Estatal	3.73	4.11
Publicidad oficial	1.83	2.03
Tiempo RTC	1.90	2.08

Fuente: Tomado de Óscar Bolaños Maldonado et al. "El prudente equilibrio entre publicidad y programación en TV". En: *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 71, Septiembre-Octubre de 2001; 47pp.

Más si la regla y los mecanismos de pago beneficiaron finalmente al concesionario, antes de emitir el acuerdo que lo hacía posible el Gobierno Federal manda señales de reconciliación y avenencia con el empresariado. En mayo de 1969, la SCT otorga la concesión para operar el servicio de televisión por cable en la ciudad de México a la empresa **Cablevisión**, fundada por los accionistas de **Telesistema Mexicano** para abrir una línea adicional de negocios. Si tal acción puede interpretarse como maniobra inducida para sanar fricciones, es porque la autorización para operar que se sometió a la autoridad se produce tres años antes de esa fecha, y no hay motivo que justifique la dilación en generar la aprobación del caso.

El intento de reconciliación se descara y robustece apenas dos meses después. Igual sin urgencia alguna, a tiempo que difunde el convenio para el pago del impuesto del 12.5%, el gobierno emite el acuerdo que autoriza a SCT a otorgar nuevos títulos de concesión a los empresarios que en ese momento explotan estaciones de radio y televisión. Las autorizaciones no podrán exceder un período máximo de 20 años, por lo que su término se dilata hasta la década de los ochenta. Esta última adjudicación, gratuita y sin motivo ni solicitud, resolvió el dilema planteado sobre el poder y su ejercicio: el saldo favoreció sin duda al actor privado.

Equipada pues con la infraestructura necesaria para extender sus señales a los principales mercados nacionales; protegida por una legalidad que le garantiza la plenitud de su funcionamiento cotidiano, y también con pruebas suficientes de que su capacidad de negociación era ya solvente y poderosa, el consorcio mantiene a buen resguardo su negocio original. El estudio clásico que Kaarle **Nordenstreng** y Tapio **Varis** efectuaron para **Unesco** en el primer quinquenio de los setenta, incluye desde luego a la firma como única televisora mexicana, y la sitúa entre las compañías principales de Latinoamérica. En 1970, apuntan con base en la información difundida por la misma empresa, **Telesistema Mexicano** mantenía casi la paridad en su desempeño como operador de contenidos: importaba el 39% de su programación y el 61% restante lo producía localmente. En ese año generó nueve mil 450 horas de programación, que explotaron cuatro rubros principales: series filmadas (38%); shows televisivos (20); películas (17); noticias (16), y la dedicada a niños, que cubría el 9% restante. Para los autores, el análisis de estos datos de base provoca la acotación siguiente: *“En México, los programas importados contabilizan aproximadamente la mitad de su programación diaria. Dos tercios de estas importaciones provienen de los Estados Unidos –lo que significa que alrededor del 30% del tiempo en pantalla reproduce programas estadounidenses– y un tercio más también se programa con materiales importados, sobre todo de Europa occidental”*<sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup> Kaarle Nordenstreng y Tapio Varis. *¿Circula la televisión en un solo sentido? Examen y análisis de la circulación de los programas de televisión en el mundo*. París, Unesco, Serie Estudios y documentos de comunicación social, 1976; 21pp.

De hecho, los porcentajes señalados revertían la tendencia presente desde los comienzos del medio. El *Cuadro 20* establece la evolución de la correspondencia entre material importado y producción local, y se observa que si bien entre 1951 y 1955 la producción mexicana supera el 35% del total, la relación tiende a aumentar, llegando en efecto al 54% en 1975. La programación importada evoluciona de menos a más: del 2% en referencia al global que logra en 1951, pasa al 37% en 1965 –el máximo del período– y parece equilibrarse arriba del 25%: llega al 26 en 1970 y al 29 en 1975.

*Cuadro 20*

*Procedencia de la programación en la televisión mexicana  
Años seleccionados  
(Cifras en horas y porcentajes)*

<i>Años</i>	<i>Total</i>	<i>Nacional</i>	<i>(%)</i>	<i>Extranjera</i>	<i>(%)</i>	<i>Películas y series</i>	<i>(%)</i>	<i>Otras</i>	<i>(%)</i>
1951	66.40	25.00	38	1.45	2	21.15	32	18.30	28
1955	182.55	66.10	36	14.00	8	74.00	41	28.30	15
1960	156.50	51.35	33	31.30	20	53.30	34	20.15	13
1965	190.40	85.10	50	57.30	37	33.00	21	15.00	8
1970	274.40	132.55	40	72.15	26	34.00	12	35.30	22
1975	285.10	153.40	54	83.30	29	37.30	13	10.30	4

Fuente: Patricia Arriaga. *Publicidad, economía y comunicación masiva*. México, CEESTEM-Nueva Imagen, 1980:234pp.

La estructura programática del consorcio respondía a un interés doble. *“Emilio Azcárraga, en su búsqueda de mayores ganancias y mayor control sobre sus empresas, decidió manejar la programación televisiva, de tal suerte que Televisión decidiría el contenido de sus transmisiones y, posteriormente, ofrecería a los anunciantes el tiempo disponible para sus anuncios comerciales. Esta medida inquietó tanto a las agencias de publicidad como a sus clientes, pero ante la alternativa de tomar lo ofrecido o no realizar publicidad en ese medio no les quedó más que aceptar la nueva disposición”*<sup>52</sup>. La decisión condujo al desarrollo de líneas programáticas especializadas, a explotar plenamente por el consorcio tanto en sus plataformas de difusión nacionales y de Estados Unidos, como en las dedicadas a la exportación, rubro que pronto entra en funcionamiento y se consolida. En el género favorito de la empresa, las telenovelas, la primera producción de Telesistema surge

<sup>52</sup> Patricia Arriaga. Op. Cit.; Nota 38:229pp.

desde 1957 bajo el título *Senda Prohibida*<sup>53</sup>, y con ella se inaugura uno de sus puntales de mayor éxito<sup>54</sup>. La transmisión de deportes, otro de temas estelares, es materia prima de inicio en las emisiones fundadoras del canal 4, y comprende un amplio abanico que va de las corridas de toros; el fútbol americano; la lucha libre; el béisbol – incluida la llamada serie mundial, que enfrenta a los dos equipos finalistas de las grandes ligas de Estados Unidos– y el estelar fútbol soccer, integrado en las transmisiones televisivas habituales a partir de 1955<sup>55</sup>. Ya en 1970, el consorcio rompe la dependencia que se había formado respecto a las agencias de prensa y los periódicos, y crea su propia *Dirección General de Información y Noticieros*. La nueva estructura habrá de garantizarle además la emisión cotidiana de su particular punto de vista sobre la realidad nacional y extranjera, tanto por lo que se dice y por la forma en que se dice, como por lo que se ignora.

Más la programación *gancho* para la mejor venta de los horarios de mayor auditorio no prescindía de las tendencias que marcaba la televisión norteamericana, y transmitía casi en paralelo las series de mayor éxito. Ello conduce a las divisiones temáticas que se sugieren en el **Cuadro 20**. Si bien la programación de procedencia nacional ha venido dominando los tiempos totales de transmisión, la de origen externo alcanza porcentajes de importancia, sobre todo si en el rubro de películas y documentales se incluyen las series filmadas, donde se cuentan los programas de moda cuyo impacto no puede catalogarse únicamente en su aspecto cuantitativo y que también provienen del exterior. Asimismo, estas series conforman el grueso del 38% del tiempo de transmisión que destaca el estudio de **Nordenstreng y Varis** de principios de los setenta. Con el tiempo, la relación entre programas nacionales y extranjeros no ha variado y el componente local ha venido a ser mayoritario, como se precisa en el **Cuadro 21** que clasifica el origen del material difundido en dos categorías: los tiempos totales de transmisión y en el horario triple "A", el estelar del sistema televisivo que cubre de las 9 a las 11 de la noche durante toda la semana. La exposición destaca asimismo el predominio de la fuente estadounidense en la programación foránea: en los años seleccionados oscila entre el 22 y el 36% respecto al total, y del 26 al 44% durante las horas protagónicas.

Ya con todos los elementos constitutivos armados y en desarrollo; con el vector de capitalización compuesto y a la alza (**Cuadro 22**), el consorcio enfrenta una segunda concentración de capitales. Hacia fines de 1972, se genera la fusión entre **Telesistema Mexicano** y la concesionaria, **Fomento de Televisión SA de CV**, que opera canal 8. Como su antecesora, **Telesistema Mexicano**, la nueva compañía se encarga de administrar y operar como un todo orgánico y estructurado a las cuatro emisoras que ahora la constituyen. Con ello se refuerza el monopolio en la

<sup>53</sup> Enrique Sánchez Ruiz. Op. Cit.; Nota 20.

<sup>54</sup> Manuel Bauche Alcalde. "Del teleteatro a la telenovela". En: Miguel Ángel Sánchez de Armas y María del Pilar Ramírez (Coordinadores). *La televisión mexicana, Volumen II*. México, Revista Mexicana de Comunicación y Televisión, 1999; 143-166pp.

<sup>55</sup> Fernando Mejía Barquera. "Televisión y deporte". En: Miguel Ángel Sánchez de Armas y María del Pilar Ramírez (Coordinadores). *La televisión mexicana, Volumen II*. México, Revista Mexicana de Comunicación y Televisión, 1999; 167-234pp.

Cuadro 21

*Origen de la programación transmitida en el tiempo total y en horario triple "A" (Porcentajes en años seleccionados)*

	Nacional		EEUU		A Latina		Europa		Canadá		Otros		(%)
	Total	AAA	Total	AAA	Total	AAA	Total	AAA	Total	AAA	Total	AAA	
1962	58	63	36	31	3	0	ND		ND		3	7	100
1972	62	68	29	26	6	3	ND		ND		3	3	100
1982	57	58	35	38	2	0	ND		ND		6	4	100
1983	65	54	29	44	ND	ND	ND		ND		5	1	100
1984	68	54	24	39	ND	ND	ND		ND		7	6	100
1990	69	54	22	33	1	1	ND		ND		5	10	100
1995	52	47	36	41	5	6	3	2	.1	.2	1	1	100
1997	60	57	35	38	2	1	0	0	.1	.3	1	1	100
2000	64	57	31	38	1	2	0	1	.0	.2	1	1	100
2002	60	ND	32	ND	2	ND	1	ND	.2	ND	2	ND	100

\* En los años 1983; 1984; 1990; 1997 y 2002 se consideran las transmisiones de la ciudad capital y de Guadalajara, Jalisco.

\* Para el año de 1995 se incluye a la ciudad capital; Guadalajara; León, Guanajuato, y Uruapan, Michoacán.

\* En el 2000 el ejercicio contabiliza los porcentajes en la programación emitida en las tres ciudades del *triángulo de cristal*.

Fuente: Enrique Sánchez Ruiz. "El audiovisual mexicano: ¿concentrar para competir?". En: **Global Media Journal (en español)**. Volumen I, Número 2, Primavera de 2005. En: [gmje.mty.itesm.mx/articulos2/pdf2/SanchezRuiz-GMJE.pdf](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/pdf2/SanchezRuiz-GMJE.pdf) Fecha: 22 de febrero de 2006.

propiedad de las estaciones de televisión con cobertura nacional, germen presente desde el origen del medio y realidad concreta al momento de la fusión.

El nuevo corporativo –cuyo capital evoluciona del millón de pesos que declara al integrarse hasta los 203.5 millones en sólo seis meses– se designa **Televisa**, genérico que a partir de entonces habrá de erigirse como marca registrada que lo mismo se critica, se alaba o se admira. Quizá en su momento, el significado del nombre no tuvo la pertinencia que logra después, en concreto hacia 1981. En ese año se ha conocido ya que el gobierno mexicano ha adquirido un sistema de satélites propio, al que se designa **Ilhuicahua, Señor de los Cielos**. En tanto a esa información se asocia la firma de convenios entre la empresa y SCT para adquirir e instalar una amplia red de



## Cuadro 22

*Tendencia de los costos para publicidad en los medios de comunicación en México.  
Período 1966 – 1971*

1965  
100

	1966	1967	1968	1969	1970	1971
<i>TV</i>	114.0	132.9	171.7	193.9	220.9	231.1
<i>Radio</i>	103.2	111.0	115.3	119.0	129.3	132.2
<i>Diarios</i>	109.3	119.0	126.8	129.3	133.1	133.1
<i>Revistas</i>	101.2	122.5	141.8	162.3	162.3	162.3
<i>Cine</i>	100.0	100.0	112.0	112.0	112.0	112.0

Fuente: Tomado de Víctor Bernal Sahagún. *Anatomía de la publicidad en México. Monopolios, enajenación y desperdicio*. México, Editorial Nuestro Tiempo, 1985.

estaciones terrenas habilitada para la conducción de señales de televisión, resulta lógico suponer que la función de la plataforma doméstica parece plegarse en exclusiva hacia la distribución de la programación del consorcio. Ante las críticas que el proyecto desata y el cuestionamiento sobre su pertinencia social, uno de los voceros del consorcio parece asumir la defensa del proyecto y para ello recurre al viejo truco de evocar la experiencia y la praxis conocida para restar importancia al hecho, y justificar el uso que en efecto hará la empresa del nuevo recurso. *“Hemos tratado este asunto de los satélites desde hace catorce años –dice en una entrevista– es más, Televisa originalmente es televisión vía satélite; es lo que quiere decir Televisa”*<sup>56</sup>. Si bien la explicación pudo funcionar entonces, con el tiempo y en la actualidad queda corta frente a los afanes por la convergencia que la empresa **Televisión Vía Satélite** manifiesta por todos lados.

**E. Otras animaciones y maniobras:  
el modernismo de los viejos protagonistas; estreno y primeros balbuceos de nuevos ejecutantes**

A la par con el desarrollo del sistema telegráfico, la depuración de los capitales que intervenían en el andamiaje telefónico, y el afincamiento de la televisión abierta con capital privado que deviene monopolio, el período 1950–1980 trajo el lanzamiento operativo de otras infraestructuras, tanto para el suministro de servicios definidos –TV por cable;

<sup>56</sup> Roberto Vizcaíno. “En manos privadas el uso irrestricto de satélites”. En: *Proceso*, Número 239, 1º de julio de 1981:11pp.

télex– como para la conducción de señales, donde destaca la red federal de microondas (RFMO) y la estación terrena para enlaces internacionales vía satélite, que de hecho inaugura la experiencia nacional en esa plataforma y que habrá de preceder la adquisición de un sistema propio. Asimismo, se destacan las indagatorias sobre la relación entre el espacio y las comunicaciones, que emprendió por algunos años la **CONEE**, bajo patrocinio oficial. Estas iniciativas argumentaban la fortaleza económica del país, cuyo modelo de desarrollo transcurre con una estabilidad que si bien en el tiempo no deja de despertar incertidumbre, encuentra el vigor suficiente para sostenerse hasta por tres décadas. De esta forma, a excepción de los sistemas abierto y restringido de televisión, en los restantes prevalece el dominio del complejo postal-industrial, que se desplaza como parte del andamiaje del Estado y mantiene el propósito de generar el entorno de desarrollo de la infraestructura industrial y de sus agentes nacionales y extranjeros protagónicos. Tal fue en concreto el objetivo de los dos sistemas que enseguida se precisan.

<p>1. <b>Instrumentación y funcionamiento de la red federal de microondas (RFMO) en el período 1955 – 1967.</b></p>
---

Los antecedentes primeros del sistema se producen a principio de los cincuenta, en dos frentes distintos. Por una parte, en 1951, una empresa dedicada a la aviación particular, conocida como **Radio Aeronáutica Mexicana**, experimenta con equipos distintos para establecer comunicación entre el centro del Distrito Federal y el aeropuerto. Estos ensayos pioneros se complementan un año después, cuando la **DGT** compra los equipos de microondas **Philco**, de manufactura estadounidense, para experimentar y conocer la tecnología. Se establecen así enlaces provisionales que conectan a distintas oficinas de la Secretaría, todas localizadas en la ciudad capital. El primer enlace que quedó formalmente constituido fue el que se tendió entre el **Centro SCOP** y una estación radiotransmisora ubicada en Iztapalapa. El equipo utilizado operaba canales telefónicos, telegráficos e incluso de radiodifusión. A tiempo con estas iniciativas, **Telmex** lleva a cabo experimentaciones y pruebas similares. Ejemplo de ello es el enlace México–Puebla, que incluye la operación de 23 canales telefónicos; otra red también con propósitos empíricos conectaba la ciudad capital con Acapulco<sup>57</sup>. Sin embargo, y no obstante su éxito, estas prácticas no condujeron a acciones inmediatas, y será hasta 1959 cuando la empresa reanude sus actividades en el área.

Las prácticas experimentales arrojan resultados positivos y hacia 1954, la **SCOP**<sup>58</sup> *“decide adquirir e instalar a gran escala el sistema de microondas en México, para mejorar, en primera instancia, el servicio telegráfico y telefónico público de larga distancia”*. Después de evaluar equipos y adquirir un sistema completo de procedencia

<sup>57</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) (1987a). *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT, 1987:329pp.

<sup>58</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. Telecomunicaciones*. México, SCT, 1987:206pp.

francesa, se inicia el despliegue de la tecnología y de inicio se imparten cursos para formar y entrenar recursos humanos, labor que culmina con la organización de brigadas para habilitar los equipos in situ en las rutas que han sido ya definidas. El primer enlace desarrollado fue el trazado entre el Centro SCOP y el Cerrillo, en la ciudad capital. Con él se inauguró la que después sería llamada ruta de Occidente, en tanto cubría esa trayectoria desde el Distrito Federal hasta la ciudad de *Guadalajara, Jalisco*. El futuro *triángulo de cristal* tenía pues otro soporte con el cual fortalecerse. También desde la capital del país se origina un segundo trazado, ahora para configurar la ruta del Sureste. Después de realizar los estudios técnicos y de campo, el circuito incluye el tendido *México– Veracruz – Coatzacoalcos*, con estaciones repetidoras en *Altzomoni, La Malinche, Las Lajas, Loma Grande, Cerro El Vigía y Acayucan*, todas localidades de la misma entidad federativa.

Con las dos rutas construidas, hasta 1959 se contaba con una capacidad de 120 canales telefónicos. *“Se aprovecharon las prominencias orográficas y con ello se redujo el número de estaciones repetidoras*, dice SCT. *“El conjunto de instalaciones realizadas permitió que el país contara con 1,240 kilómetros de líneas de microondas, equivalentes a 25 mil 80 kilómetros de canal telefónico y 37 mil 800 kilómetros de canal telegráfico”*<sup>59</sup>. A medida que se instala, la red apoya la conducción de larga distancia de **Telmex**, y es independiente a la propia de la telefónica, creada por iniciativa propia. En el mismo 1959, se proyecta instalar el tramo *México – Monterrey – Nuevo Laredo* que conformaría la troncal de la **ruta del Norte**, y para concretarlo, la **DGT** y **Telmex** acuerdan e inician un plan de cooperación técnica y unen inversión y recursos humanos. El sistema se habilita con una capacidad de 960 canales telefónicos o un canal de televisión. Dispuso de 18 estaciones repetidoras, donde se incluía a *San Luis Potosí* y a *Saltillo*. En la frontera, la red se conectó con Estados Unidos a través del enlace *Nuevo Laredo – San Antonio*, que en territorio foráneo operaba **ATT** y que amplió considerablemente la capacidad global del sistema.

Ya en los sesenta las dos instituciones complementan sus sistemas sin relacionarse más; incluso se gesta una rivalidad operativa que habrá de estallar hacia fines de los ochenta cuando **Telmex** suministra el servicio de conducción de datos y violenta la regulación aplicable que otorgaba esa prestación en exclusiva a la **DGT**. Muestras de ello son los circuitos que conectan *Acayucan, Veracruz*, con *Tapachula, Chiapas*, que redondea la ruta del Sureste. Por parte de **Telmex**, destaca el tendido *Guadalajara–Celaya*, que cubrió una ruta de tráfico intenso. Aunque en estos desarrollos no prevaecía coordinación entre los operadores, se guardó cierta coherencia entre sus trabajos y un acuerdo verbal otorgó a la **DGT** la cobertura de la zona sur del país y a la empresa el norte del territorio. Sin embargo, este convenio mínimo pronto se rompe y cada cual instala sistemas y enlaces conforme a sus propias prioridades, lo que no deja de propiciar despilfarros e incongruencias.

---

<sup>59</sup> Ibidem. 209pp.

Hacia 1967, cuando surge la necesidad de generar la infraestructura de transmisión para la Olimpiada de un año después, se impulsa la construcción de la **Torre Central de Telecomunicaciones (TCT)**. La instalación se inaugura en los primeros meses de 1968 y será el centro nervioso y matriz de los sistemas nacionales y motor de las comunicaciones locales e internacionales desde entonces; es también símbolo del sector, y su importancia si bien es otro ejemplo más de la concentración y centralización que el país padece, ha sido básica para todos los servicios operativos. La TCT es además el proyecto estelar en la iniciativa que el Gobierno Federal diseña para el sector en esos años, y el cual considera tres pilares: la actualización tecnológica de la red de microondas y su ampliación hacia otras regiones; la instalación de la estación terrena para servicios internacionales vía satélite en Tulancingo, Hidalgo; y la edificación de la propia Torre central, que se lleva a cabo conforme los estándares internacionales de vanguardia. Fernando **Mejía Barquera**<sup>60</sup> informa que la llamada *Red Nacional de Telecomunicaciones* (microondas e instalación de Tulancingo) tuvo un costo de 930 millones 730 mil pesos. Por su parte, Diego **López Rosado** reporta que únicamente para la estación internacional y la construcción de la TCT, el Estado dedicó hasta el 17% del total de financiamiento público destinado al área de comunicaciones y transportes, catalogando ambas obras bajo el rubro de *infraestructura básica para el desarrollo*, con un presupuesto de mil 270 millones de pesos. La inversión también se apoyó por 7 millones de dólares que dedicó el **Eximbank**, complementa, misma aportación que quedó atada a un crédito para la adquisición exclusiva de sistemas norteamericanos<sup>61</sup>. Ya sea uno u otro monto de inversión –la desigualdad de cifras no es excepción sino regla– lo importante a enfatizar es que los tres desarrollos fueron una de las obras mayores del Estado, y a partir de su operación las telecomunicaciones alcanzan un nivel superior, tanto en cobertura del territorio como en la oferta de servicio.

La infraestructura de microondas es utilizada ampliamente como base de la red de comunicaciones que apoya la celebración de los Juego Olímpicos en 1968. En su parte medular, la plataforma diseñada consta de 11 conmutadores automáticos equipados con 10 líneas troncales y 50 extensiones; y centrales que operan hasta 91 circuitos internacionales que a través de **ATT** como conectante extranjero permiten el intercambio con el resto del mundo. Los enlaces que confluyen hacia la frontera norte del país son básicos para el desahogo de estas conexiones. Por su parte, para apoyar el desarrollo del evento, **Telmex** lleva a cabo un esfuerzo sin duda sobresaliente: instaló una red subterránea de cableado con longitud de 284 kilómetros de ductos y también 203.4 kilómetros de conductores; con ello se habilitaron 19 mil 840 teléfonos. Se incluyó en ello el primer cableado coaxial en el mundo para conectar las troncales urbanas.

---

<sup>60</sup> Op. Cit.; Nota 20; 29pp.

<sup>61</sup> Diego López Rosado. *Problemas económicos de México*. México, UNAM, 1970:199-200pp.

Desde la TCT, se canalizaron cinco rutas troncales de microondas que comunicaron a la ciudad capital con Veracruz; Tapachula; Acapulco y Cuautla; Guadalajara y Celaya, y Matamoros (*Cuadro 23*). En los tramos de mayor tráfico, la red tenía capacidad hasta de 1,800 canales telefónicos; disponía además de 261 torres con 259 edificios y casetas, donde se habilitaron mil 756 transmisores y receptores, y 557 plantas de energía de emergencia. Para 1970, la infraestructura quedó integrada por 65 estaciones terminales y 207 repetidoras, distribuidas en más de 12 mil kilómetros de extensión.

Al probarse con amplitud el potencial de servicio de la red, se le utiliza ampliamente por más de tres décadas. Durante su funcionamiento, la red permitió que la DGT ofreciera los servicios de conducción de señales a los particulares, para transmitir voz, datos e imágenes. Hasta el arribo de los servicios satelitales domésticos, esta infraestructura fue la columna vertebral de todos los sistemas, complementando al télex como alternativa de comunicación en tanto suministraba enlaces locales y también de larga distancia.

## Cuadro 23

## Rutas de microondas instaladas en el período 1966 – 1972

Rutas	Enlaces	
De Oriente	<i>México – Puebla – Orizaba – Córdoba – Veracruz</i>	1
Del Sureste	<i>México – Oaxaca – Ciudad Ixtepec – Tonalá – Tapachula</i> <i>Córdoba – Coatzacoalcos – Villahermosa – Escárcega – Campeche – Mérida – Chetumal</i> <i>Leona Vicario – Cozumel – Isla Mujeres</i>	2
Del Sur	<i>México – Chilpancingo – Acapulco</i> <i>México – Cuernavaca – Cuautla</i>	
De Occidente	<i>México – Guadalajara, con enlaces a Toluca; Morelia; Uruapan y Celaya.</i>	
Del Noroeste	<i>Ensenada – Tijuana – Mexicali – Hermosillo – Ciudad Obregón – Culiacán – Mazatlán – Tepic – Guadalajara; con derivaciones a Guaymas y Nogales a partir de Hermosillo y Ciudad Guzmán. También con Colima a través de Guadalajara.</i> <i>La Paz – Los Mochis y Colima – Manzanillo</i>	
Del Centro	<i>Ciudad Juárez - Chihuahua – Torreón – Zacatecas – Aguascalientes – León – Salamanca</i>	
Del Norte	<i>Nuevo Laredo – Monterrey – San Luis Potosí – Salamanca</i> <i>Celaya – Irapuato – San Luis Potosí – Ciudad Valles, con prolongación a Tampico</i>	
Del Noreste	<i>México – Poza Rica – Tampico – Ciudad Victoria – Monterrey – Matamoros</i>	
Rutas transversales	Transísmica: <i>Ciudad Ixtepec – Coatzacoalcos</i> Del Norte: Enlaza las rutas del noroeste, del centro, del norte y del noreste por <i>Mazatlán – Durango – Torreón – Monterrey – Reynosa y Matamoros</i> . Más enlace <i>Saltillo – Monterrey</i>	

(1) Única ruta que no conduce señales de TV; éstas se transmiten por el enlace dedicado *las Lajas – Córdoba*.

(2) Deriva a *Tuxtla Gutiérrez y Las Casas*.

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT, 1987:210-212pp.

## 2. Instalación de la estación terrena de Tulancingo, para el servicio internacional vía satélite.

Igual concebida para la transmisión de la Olimpiada, inaugura la experiencia mexicana en la utilización de la tecnología vía satélite, a través del sistema universal **Intelsat** que debuta en 1961 y al que México se inscribe como uno de los primeros países miembros en noviembre de 1971, con una participación del 1.5% del capital social del consorcio. La estación tuvo un costo aproximado de 80 millones de pesos de entonces y disponía de dos canales de televisión cromática unidireccional; 9 canales de audio asociados, y 96 circuitos telefónicos bidireccionales, con los cuales podía establecerse comunicación directa y simultánea con diez países. Para el desarrollo de la estación se habilita un centro de control en Tulancingo, Hidalgo –seleccionada por sus características geográficas planas y clima seco, sin mucha humedad– que será el cerebro de las conexiones internacionales vía satélite, en combinación con la TCT que queda enlazada mediante microondas para generar una sola plataforma de servicio.

Al referir la instalación de Tulancingo en 1967, es irresistible relatar una de las tantas anécdotas que se sucedieron en torno a su desarrollo. La compra de la unidad supuso el encargo de fabricación con la firma japonesa **NEC**, en aquellos años proveedor protagónico de la tecnología. Conocedores de que algunos meses atrás el Brasil había ordenado una estación con idéntico propósito, antes de desahogar la gestión propia los funcionarios mexicanos inquirieron sobre el tamaño de la instalación brasileña, que medía 22 metros de diámetro. Al saber las dimensiones, el comando mexicano fue de 8 unidades más, para llegar a los 30 metros. Con ello, no sólo se superaba al antecesor sino que se poseía la mayor instalación del mundo. En la estación brasileña y en la mexicana, el efecto de recepción de las señales que asegura el plato es igual, ya que en esas dimensiones los cambios no adicionan capacidad adicional alguna. No existía por tanto un motivo técnico que sustentase el pedido nacional. Simplemente, prevaleció la idea de mantener la vanguardia, aunque fuese en dimensiones. El desplante, sin embargo, no quedó impune: tuvieron que desembolsarse 100 mil dólares más que el Brasil para pagarlo.

La anécdota anterior está lejos de ser excepcional y más bien se suma a otras muchas que se suceden en el aprovisionamiento de tecnología. La regla parece ser entonces lo que con insistencia ha descrito Dominique Desbois<sup>62</sup>, reflexión con dedicatoria sobre todo a África pero también con evidencias en las coordenadas latinoamericanas... *“Desde los años sesenta, las TIC han ejercido un costosa fascinación sobre las élites de los países del Sur. La marcha forzada hacia las inversiones en la infraestructura de telecomunicaciones, que siempre se percibía subdesarrollada e incipiente, debía conducir al crecimiento y expansión económicas de manera automática. Sin embargo, estas inversiones se bloquearon ante la imposibilidad de apropiarse de la*

<sup>62</sup> Dominique Desbois. “Enjeux économiques de la déréglementation sur les Infrastructures des télécommunications”. En: *Terminal 68*, Junio de 1995; 32pp. Ver también: ---- “Les politiques du développement dans le secteur des télécommunications”. En: *Revue Tiers-Monde*, XXXIX (146), 2000 ;12-38pp.

*tecnología adquirida, y esos gastos únicamente sirvieron para aumentar la deuda de los países beneficiarios y para imponer un modelo cultural alienante e inadaptado, pues únicamente se basaba en el consumo de bienes importados y no en otros requerimientos sociales más valederos... Qué otra conclusión puede obtenerse de los planes fracasados de la TV educativa? ¿Dónde quedaron los ‘centros nacionales de tratamiento de información’, creados para optimizar la gestión de un país? ¿Qué fue, en suma, del ‘Centro mundial de microinformática’, desaparecido al enfrentar la dura realidad africana?’”*

A partir de 1969 a través de la estación terrena de Tulancingo se establecen circuitos para tráfico directo entre México y diversos países de Europa –España, Francia, Italia– y de América del Sur, región donde el tráfico llega sobre todo a Panamá, Brasil y Chile. De inicio, se aprovechan 16 circuitos –9 para Europa; dos Sudamérica; 3 a Panamá y 2 a Puerto Rico. Por estas vías y mediante redes de microondas, el país puede comunicarse hasta con 58 estados diferentes.

Al intensificarse la necesidad de conducir señales en el ámbito regional e internacional, en 1980 se instala una segunda estación en Tulancingo y para 1986 se operan dos infraestructuras más, una de las cuales, **Hermosillo I**, ha implicado habilitar otro centro de control, ahora en esa ciudad. Por su parte, al habilitarse **Iztapalapa V**, se inaugura el llamado **Conjunto de Telecomunicaciones (CONTEL)**, que a partir de 1985 será asiento del centro de control del sistema propio de los sistemas domésticos.

Con diez antenas en operación hasta principios de los noventas, el país tenía capacidad para establecer enlaces de televisión, de telefonía y de datos con satélites del consorcio **Intelsat**. El consorcio ofrecía en ese tiempo los servicios empresariales denominados **IBS (International Business Systems)**, de alta velocidad y gran ancho de banda, que se inauguran a mediados de 1985 principalmente para el intercambio de negocios entre empresas de México y de Estados Unidos. Aquellos usuarios que contrataron el servicio debieron adquirir la estación y donarla al Estado, conforme la reglamentación vigente; cuatro compañías así lo hicieron en efecto.

### 3. Fundación de la Comisión Nacional del Espacio Exterior (CONEE) durante el sexenio 1956-1962

Fue una maniobra que de manera clásica demuestra el carácter coyuntural de muchas instituciones y acciones políticas. Por el interés y voluntad del entonces Secretario de Comunicaciones y Transportes, la Comisión se funda con el propósito de estudiar las ciencias y las aplicaciones espaciales, centrando sus actividades en dos grandes líneas de desarrollo: el lanzamiento de cohetes de combustible sólido, para comprobar los principios científico técnicos que estructuraban esas tareas, y proponer y concretar convenios diversos de cooperación con la agencia



estadounidense **NASA (National Space Agency)**, para intervenir en sus programas de sistemas de rastreo y de seguimiento de satélites y de cápsulas espaciales.

La **CONEE** realizó experimentos sobre lanzamientos de cohetes por combustible sólido. Asimismo, fue una de las primeras entidades especializadas de un país en desarrollo que llevó a cabo experiencias de percepción remota aplicada en agricultura y uso del suelo. Así, hasta 1974 se operaba un avión equipado con sensores espectrales para teledetección y se contaba con la capacidad para recibir e interpretar imágenes de los satélites dedicados para producir cartas meteorológicas.

No obstante los avances que la entidad logra –acordes con sus objetivos: no se trataba de crear una agencia espacial mexicana– al término del sexenio la iniciativa se cancela en su totalidad. No puede suponerse que a partir de estas experiencias podría haberse generado un desarrollo espacial autónomo, pero lo que resulta sustantivo destacar es que el intento –como tantos otros, la televisión a color quizá en primera instancia– se frustra sin dejar provecho alguno, tanto porque carece de continuidad como porque no despierta interés alguno en instancias diferentes del grupo promotor. *“Muy pocas industrias mexicanas tienen interés real en estos programas –según comenta uno de los funcionarios que participaron en la experiencia– dado que, o se encontraban muy lejos de ser proveedores de las demandas tecnológicas, o bien no les representó ningún atractivo económico por su falta de especialidad...”*<sup>63</sup>

#### 4. Infraestructura para comunicaciones rurales

La instalación de equipos y sistemas en zonas rurales ha sido una apetencia de larga data en los programas oficiales y oficiosos de las telecomunicaciones. La primera referencia formal para eliminar esa *“marginación castrante”*<sup>64</sup> se produce en el lejano 1920, cuando la **Dirección General de Telégrafos** habilita el dispositivo conocido como *telegráfico*, mismo que al conectarse al hilo telegráfico permitía establecer comunicación telefónica en los pequeños poblados que no podían disponer de presupuesto para instalar una oficina telegráfica<sup>65</sup>. La efectividad que alcanzó el aparato llevó a su utilización intensiva, pero nunca se llegó a cubrir la totalidad de la demanda y ante el avance del teléfono la iniciativa no perduró.

<sup>63</sup> Carlos Núñez Arellano, Carlos (1975). “Las telecomunicaciones”. En: *Las comunicaciones y los transportes en México*. México, IEPES, 1975;68pp.

<sup>64</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT, 1987;252pp.

<sup>65</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Telégrafo*. México, SCT, 1987;127-128pp.

En el servicio telefónico, la integración de las comunidades rurales fue claramente un objetivo secundario de las empresas concesionadas, que centraron su atención en la cobertura urbana. Las referencias que considera la historia oficial de **SCT** incluso son radicales al establecer esa diferencia: incorpora la estadística según el equipamiento de la ciudad capital y en segunda instancia el que se logra en provincia. Así, se menciona que del total de abonados en 1935 de las dos empresas mayoritarias, el total de **Mexeric** equivale a 38 mil 822 abonados en el Distrito Federal y 24 mil 932 en provincia. Por su parte, **Mextelco** aporta 27 mil 470 más 20 mil 125 en el mismo orden<sup>66</sup>. Después, para 1946, se menciona la misma división en el caso de la primera operadora: *“los teléfonos Ericsson instalados a esta fecha suman 123 mil 147, repartidos en 72 mil 461 para la capital y 50 mil 886 para la provincia”*<sup>67</sup>.

En 1949 se crea un antecedente formal del servicio al instituirse el **Comité Nacional de Caminos Vecinales**, instancia más simbólica que funcional donde se incluye una sección para atender las telecomunicaciones rurales. Para 1956 el Comité amplía su denominación hacia las Comunicaciones, lo que la faculta para desarrollar caminos, aeropuertos y telecomunicaciones en los pequeños y medianos poblados del país. La unidad funciona como entidad especializada dependiente de la **SCT**. En el sector su objetivo fue realizar proyectos con líneas físicas enlazadas a un teléfono, o bien a una red de veinte a treinta usuarios, los cuales se interconectaban con la red nacional de **Telmex** o con redes de otras empresas concesionarias locales. En tanto la mayor parte de esas instalaciones debían subsidiarse por el Gobierno Federal –ya que el servicio no representaba atracción comercial alguna por su baja rentabilidad– tuvieron un desarrollo incipiente.

Para el 5 de abril de 1960, se especifica claramente el servicio rural al decretarse que en la estructura de la **DGT** se integre la **Oficina de Telecomunicaciones Vecinales**, para establecer comunicaciones telefónicas y telegráficas en el campo. Sus funciones abarcan el trámite de solicitudes, la promoción de los sistemas en el medio rural, y el desarrollo de proyectos específicos de comunicación, que abarcan desde el diseño técnico, la construcción y el desahogo del llamado *convenio tripartita*, esto es la confluencia de los poderes federal, estatal y municipal para la creación del sistema y su administración una vez que entrara en funcionamiento. El esquema pretendía reducir la marginación del grueso de poblaciones nacionales, mismo alejamiento que encontraba expresión en la estadística: hasta 1960, existen 502 mil teléfonos, cuya distribución se acostumbra reportar por ciudad, inclusive refiriendo la densidad por cada 100 habitantes. Y son pocas las localidades que logran un equipamiento siquiera suficiente (*Cuadro 24*).

---

<sup>66</sup> SCT. Op.Cit.; Nota 63;134pp.

<sup>67</sup> Ibidem, 150pp.

## Cuadro 24

***Aparatos telefónicos instalados, población y densidad por 100 habitantes en México en 1960. Equipamiento superior a las 7 mil unidades***

Localidad	Aparatos	Población	Por 100 habitantes
Distrito Federal	284,322	4,829,402	5.89
Monterrey, NL	29,712	600,609	4.95
Guadalajara, Jal	21,898	734,346	2.94
Puebla, Pue	13,401	285,284	4.70
Torreón, Coah	8,326	181,274	4.95
Chihuahua, Chih	7,476	144,653	5.17
Acapulco, Gro	7,249	58,870	12.31

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. El Teléfono*. México, SCT, 1987:202pp.

Ya por la novedad de enfoque para la prestación del servicio que implicó su incompreensión; ya por el poco interés de los implicados, durante la década de los sesenta la Oficina sólo desarrolla 322 proyectos de telefonía, que benefician a 695 mil 439 habitantes de zonas rurales. Conforme el Censo oficial de 1960, en el país se contaban poco más de 34 millones de habitantes, de los cuales 20 millones y medio habitaban en poblaciones rurales, esto es, con menos de 2 mil 500 residentes. Conforme ese dato, la cobertura alcanzada por el total de instalaciones realizadas, apenas impactó al 3.39% de la población total. Cabe mencionar que para aquella época el país tenía aún una conformación rural, en tanto seis de cada diez personas habitaba en comunidades de ese perfil.

Hasta el período gubernamental de 1970-1976, la telefonía rural tuvo un impulso importante aunque centrado en un solo objetivo: integrar a la red nacional telefónica a las comunidades alejadas de los centros de desarrollo, sin proporcionar servicio residencial. Bajo esta modalidad, para 1970 se conectaba a mil 462 poblaciones alejadas. La pobreza de este indicador era definitiva: el Censo del mismo año registraba un total de 97 mil 580 localidades a escala nacional, y de ellas, 95 mil 410 se consideraban rurales en tanto su rango de pobladores no rebasaba los 2 mil 500 habitantes. Frente a este indicador, se concluía que la *cobertura de la telefonía rural únicamente alcanzaba a satisfacer al 1.65% del global de localidades censadas en el rango de servicio.*

La estadística resulta acorde con la pobreza del equipamiento de aquellos años. En el ámbito nacional, se contaban 1 millón 326 mil 660 líneas telefónicas, las que arrojaban una pobre densidad telefónica de apenas 2.7 teléfonos por cada 100 habitantes. Como será constante en esta referencia concreta, el promedio esconde diferencias radicales entre cada entidad federativa del país. El Distrito Federal, desde siempre la región mejor dotada, disponía de 709 mil 661 teléfonos, los que le permitían lograr una teledensidad de 10.12, superior en más de ocho puntos al registro nacional. De este liderato se desprendían únicamente cuatro estados más que tenían un índice mayor, por lo que 27 estados no lograban siquiera al promedio nacional. En este universo aparecían entidades de indudable importancia económica, como Jalisco –2.11 de teledensidad– o el Estado de México (*Cuadro 25*).

En el escenario descrito, la cobertura de las comunidades rurales no tenía relevancia alguna. Será hasta principios de los ochenta cuando se intenten otras formas de desarrollar programas específicos, aunque siempre bajo la fórmula del convenio tripartita, que proponía ventajas pero también grandes desperdicios porque no implicaba compromiso alguno para la conservación de las obras por parte de las instancias implicadas: todos querían participar en la inauguración y nadie en el mantenimiento.

Cuadro 25

**Densidad telefónica en México en 1969**

Entidad	Habitantes <sup>1</sup>	Líneas telefónicas	Teledensidad <sup>2</sup>
Distrito Federal	7,006	709,661	10.129
Nuevo León	1,654	80,101	4.843
B California Norte	857	30,493	3.558
Coahuila	1,141	35,420	3.104
Sonora	1,093	30,814	2.819
<b>Nacional</b>	<b>48,314</b>	<b>1,326,660</b>	<b>2.746</b>
Morelos	620	15,795	2.548
Tamaulipas	1,438	36,201	2.517
Colima	240	5,223	2.176
Jalisco	3,323	70,272	2.115
Baja California Sur	124	2,484	2.003
Chihuahua	1,730	33,795	1.953
Yucatán	774	12,960	1.674
Sinaloa	1,273	21,175	1.663
Guerrero	1,573	23,842	1.516
Aguascalientes	335	4,488	1.340
Puebla	2,484	32,611	1.313
Guanajuato	2,285	28,449	1.245
Veracruz	3,814	45,030	1.181
San Luis Potosí	1,257	14,779	1.176
Quintana Roo	91	1,058	1.163
Querétaro	464	5,376	1.159
Campeche	250	2,864	1.146
Durango	920	10,085	1.096
Tabasco	766	6,705	0.875
Nayarit	548	4,419	0.806
Michoacán	2,342	18,133	0.774
Hidalgo	1,156	8,432	0.729
Chiapas	1,578	8,636	0.547
Tlaxcala	418	2,032	0.486
México	3,798	14,573	0.384
Oaxaca	2,012	7,339	0.365
Zacatecas	950	3,415	0.359

(1) En miles

(2) Líneas telefónicas por cada 100 habitantes.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Diego López Rosado. *Problemas económicos de México*. México, UNAM, 1970; y de Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Informe de Comunicaciones y Transportes 1970*. México, SCT, 1971.

## 5. Creación y operación del servicio télex en 1957

Los antecedentes del sistema se remontan a 1930, cuando se construyen las primeras redes de alta capacidad y se habilitan las centrales automáticas para generar los sistemas de conmutación telegráfica, cuyo debut internacional se produce en la década de los veinte. Mediante la nueva infraestructura –denominada red de corrientes portadoras– era posible comunicar directamente a dos o más abonados mediante líneas dedicadas de conexión, y generar enlaces telegráficos privados para el servicio público y para sistemas privados. En sus primeras fases, el sistema utilizó aparatos de arranque y parada y teleimpresores de teclado, por lo que se le denominó télex (contracción del inglés “TELeprinter EXchange”).

El servicio permitía enviar y recibir mensajes escritos en forma instantánea y durante las 24 horas del día. Los enlaces se realizaban en forma automática, con la simple marcación del número deseado. Como sistema de comunicación, el télex fue versátil, permitía el envío de noticias, estados de cuenta, facturas y todo tipo de información escrita. Sus ventajas fueron la rapidez, confidencialidad, economía y registro de la comunicación. Incluso, por algún tiempo se hicieron gestiones para que el registro escrito tuviera validez legal en algunos trámites y gestiones. Por más de tres décadas, el télex tuvo un carácter protagónico, y la **DGT** mantuvo el completo monopolio de la prestación, incluso del equipo terminal. El servicio tuvo un éxito comercial progresivo en tanto fue durante mucho tiempo la única opción de comunicación entre particulares que aseguraba privacidad y uso efectivo en cualquier momento, ya que la instalación se llevaba a cabo en la residencia del usuario.

Inaugurado hacia 1957 con la puesta en marcha de las centrales de la ciudad de México y de Acapulco, el servicio inicia su expansión. A finales de la década se adicionan las instalaciones de Monterrey; Nuevo Laredo; Guadalajara; Torreón y Mazatlán. La primera instalación incluyó 280 líneas de abonado y únicamente se ocuparon dos; un año después se tienen ya 180 terminales en operación y el total instalado se eleva a 460 líneas. Hacia 1960, el servicio se proporciona únicamente para comunicación nacional y dispone ya de 328 suscriptores, que representan el 65% de la capacidad global del sistema. El número de poblaciones con servicio ha aumentado a 10. En agosto, se establece conexión a través de cinco canales telegráficos con la red télex de la **Western Union**, y para septiembre de 1961 el país se enlaza al sistema internacional mediante la misma vía, aunque el servicio se habilita solamente mediante puestos de mesas de operación manual.

Lentamente, el servicio se afianza como un medio de comunicación más generalizado. En 1962, se comunica a 16 localidades con un total nacional de 472 usuarios, cifra que representa un aumento del 262% respecto a 1958. Las líneas instaladas registran igual un incremento de importancia, pasando de 480 e1959 a mil 400 en 1964, lo que significa un crecimiento del 291% en cinco años. Para 1967, se ha integrado además a 12 poblaciones remotas

mediante barras de larga distancia. El 30 de abril de 1968 se inaugura el servicio internacional automático, vía cable submarino y enlaces telegráficos entre México y Suiza. Los usuarios se distribuyen en forma asimétrica en las centrales nodales que conforman la estructura primaria del sistema. Desde entonces, la red está constituida por cuatro centrales concentradoras de tráfico conectadas entre sí en forma de malla, que se localizan en la ciudad de México, y en las regiones subordinadas cuya cabeza son Guadalajara; Monterrey y Hermosillo (*Cuadro 26*). A partir de la primera estructura de conexión, se enlazan otras ciudades en forma radial o de estrella, por lo que la comunicación de los abonados se lleva a cabo con el nodo más cercano a su lugar de residencia. Hasta 1969, el total de líneas instaladas llega a las 3 mil 420, de las cuales se encuentran ocupadas 2 mil 378; para la época el número de poblaciones con servicio ha aumentado hasta 34, aunque en la ciudad capital se concentra el 40% de los suscriptores y el 48.1% de la oferta total de líneas de conexión. Esta tendencia va a mantenerse a lo largo de los años, y sólo refleja la centralización económica y política del país.

*Cuadro 26*

<i>Capacidad instalada de las centrales télex nodales y abonados conectados en 1969</i>
---

Central	Líneas disponibles	Usuarios conectados
México, D.F.	2,110	1,415
Monterrey, N.L.	630	491
Guadalajara, Jal.	350	270
Hermosillo, Son.	350	202
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>3,420</b>	<b>2,378</b>

Fuente: Elaborado a partir de Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Informe de Comunicaciones y Transportes 1970*. México, SCT, 1971:71pp.

Para 1977 se pone en servicio la primera central operada por conmutación electrónica en Monterrey y dos años más tarde se inauguran las centrales computarizadas de los tres nodos primarios que restan. Se cuentan también 7 mil 470 líneas de abonado instaladas, esto es, más del doble del registro de 1968. Con el inicio de los ochenta, la capacidad del sistema ha aumentado hasta las 11 mil 477 líneas, con un porcentaje de ocupación del 86.3. El número total de suscriptores se distribuye entre el sector industrial (2,361); comercial (2,014) y bancario (1,057), que en conjunto absorben el 54.8% del universo global. Otros clientes de importancia son las secretarías de estado y los transportes, con lo que se representa casi el 70% de los 9 mil 909 conectantes.

Al observar el crecimiento histórico del servicio se aprecia una tendencia irregular. Durante el sexenio 1959–1964, el número total de líneas instaladas alcanza las 940, mientras que se conectan 629 nuevos usuarios, para un promedio anual de 105. En el período 1965–1970 continúa la ampliación del sistema al instalarse 3 mil 20 líneas y el enlace de mil 844 terminales más. Seis años después, la oferta del servicio parece estancarse, ya que sólo se instalan mil 890 líneas, que representan el 62% del global logrado en el sexenio anterior. Sin embargo, se adicionan 2 mil 753 nuevos usuarios, para una suma total de 5 mil 406 aparatos télex en funcionamiento.

El sexenio 1976–1982 estampa el máximo período de expansión del servicio. A lo largo de los seis años se instalan 13 mil 702 líneas nuevas y conectarse 7 mil 78 teleimpresores más, lo que redundó en un incremento significativo del tráfico nacional y extrafronteras. En la misma época, justo en ese escenario se habilitan 13 enlaces telegráficos más, que perfeccionan y amplían la comunicación télex con todos los países del mundo, ya en forma directa, ya mediante un interconectante asociado. Desde sus orígenes, el tráfico tuvo como destino principal los Estados Unidos, tanto del entrante como del que se originaba en las cuatro centrales instaladas.

## 6. Y una más del monopolio: surgimiento de la televisión por cable en 1954

Mientras el Estado habilitaba las infraestructuras de conducción que sostenían sus transmisiones analógicas, el monopolio emprende el negocio que para el nuevo siglo ya le resulta fundamental: la televisión por cable. El servicio se inicia desde 1954, sólo cuatro años después de su debut en los Estados Unidos. Para 1970 ya existen seis sistemas en funcionamiento, y desde el principio destaca **Cablevisión** que opera como monopolio en el Distrito Federal, hecho que se prolonga hasta los noventa cuando aparecen otros operadores en la ciudad capital. Delia **Crovi** y Fernando **Mejía Barquera**<sup>68</sup> coinciden en la identificación de las redes originarias que ocupan el segundo y tercer puesto, y las ubican en el estado de Coahuila; respectivamente, en Piedras Negras hacia el año de 1963, esto es, después de un largo período de nueve años respecto a la empresa debutante, y en Ciudad Acuña, inaugurada doce meses después, en 1964. La cuarta instalación se realiza en Monterrey, Nuevo León, en el mismo año.

Que la totalidad de los sistemas pioneros inicien operaciones en la frontera norte del país, adscribe una primera característica al servicio, que se valida por dichos y análisis: su implantación se planteó como esquema técnico para ofrecer canales de televisión estadounidense a la población de ese origen, aquella radicada en los límites

<sup>68</sup> Respectivamente, Delia Crovi Druetta. "La industria de la TV por cable en México, antecedentes y perspectivas". En: Delia Crovi Druetta (coordinadora). *Proyecto Monarca. Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México, UNAM – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1995. Y, Fernando Mejía Barquera. "Televisión por cable: una visión global". En: *Intermedios*. Número 8, agosto-octubre de 1993.



geográficos de los dos países. Ello explicaría que todas las empresas proveedoras incluyeran canales de procedencia estadounidense en su oferta programática. A la vez, en estas redes pioneras, se sumaban también emisiones mexicanas en un oferta que adquiriría configuraciones distintas.

Antes de que finalice la década, en 1969, se funda el sistema de Uruapan, Michoacán, y emerge formalmente **Cablevisión**. Según Pilar Sevilla, la empresa retoma el deseo de transmitir programación norteamericana para sustentar su propuesta, y le añade un condicionante: ofrecerla a *“hogares de personas con poder adquisitivo”*<sup>69</sup>. De acuerdo con su propia información<sup>70</sup>, la firma dice haber surgido el 4 de octubre de 1966, contando con diez personas como planta laboral básica. Delia Crovi confirma en efecto esa versión y apunta el mismo día como la *“fecha en la que inicia operaciones como un sistema de circuito cerrado de carácter educativo, que unía con su señal las diferentes clínicas del Seguro Social y del Sector”*<sup>71</sup>. Tres años después, SCT les otorga un permiso provisional para operar y se inicia la construcción de los sistemas para las colonias Polanco y Del Valle, seleccionadas de antemano como las demarcaciones de residencia de las clases con recursos suficientes para contratar el sistema. El primer tendido alcanza los 124 kilómetros de extensión, y se proporciona el servicio a 300 suscriptores, que reciben dos alternativas: el canal 10, que contenía programación de los Estados Unidos, y el canal 71 con películas y documentales sin cortes comerciales. Esta última condición es la premisa que se publicita como el atractivo principal para rentar el servicio.

Siempre en su versión, la empresa señala que su segunda etapa de crecimiento arranca con el desarrollo de la red hacia las Lomas, a partir de 1971; al completarla, la empresa llega hasta los 156 kilómetros de cableado. Después, entran en operación los sistemas de las colonias Nápoles; Cuauhtémoc y Anzures (1973); y del Pedregal poco después. En 1974, a tiempo con la instalación de la red hacia Satélite, que lleva el sistema hasta el Estado de México, recibe la concesión definitiva y se le autoriza la difusión de 12 canales. Con ello integra nueva programación con base en las emisiones de las tres cadenas más importantes de los Estados Unidos. Su desarrollo llega ya a los 540 kilómetros de tendido, para suministrar el servicio a casi siete mil suscriptores. En 1975, se inaugura la red hacia San Ángel, y un año después se habilita el cableado para Narvarte y Coyoacán, a tiempo que debuta el canal 12, con programación variada. En 1978, se incorpora el primer sistema de red subterránea con una extensión de 65 kilómetros en la colonia Bosques de las Lomas, e ingresan a la plataforma básica los canales 16 y 23.

En los setenta, el desarrollo de **Cablevisión** corre paralelo al de la industria. Si el inicio de la década arranca con seis sistemas operativos que proporcionaban servicio a sólo 2 mil 500 suscriptores, en 1975 se registran aumentos

---

<sup>69</sup> Pilar Sevilla. “Del cable al DTH”. En: Miguel Ángel Sánchez de Armas y María del Pilar Ramírez (Coordinadores). *La televisión mexicana, Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación y Televisa, 1998; 423pp.

<sup>70</sup> Disponible en: [www.cablevision.com.mx](http://www.cablevision.com.mx)

<sup>71</sup> Op. Cit., Nota 67; 122pp.

sustantivos en ambas categorías: 40 redes en servicio y 80 mil 247 usuarios. Tal expansión consolida al sector y no extraña que se produzca la fundación de la **Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (Canitec)** el mismo año. En 1980, el crecimiento se mantiene, y ya se registran 56 operadores que captan a 256 mil 422 clientes. En diez años, el crecimiento es mayúsculo: los dos indicadores se han multiplicado por 100 (*Cuadro 27*). Tal incremento se sostiene en los dos vectores que detecta y revela Delia Covi: *inversión* y *pago de rentas*. “En 1975 – declara para ambos puntos– *se realizaron fuertes inversiones para fortalecer la infraestructura de los sistemas de cable, las que ascendieron a 175 millones de pesos (unos 12.5 millones de dólares). En ese mismo año los ingresos por cuotas pagadas por los suscriptores alcanzaron el 38% de la inversión efectuada por los concesionarios. Sin embargo, cinco años más tarde, en 1980, mientras el ingreso por cuotas se había duplicado, los egresos por mantenimiento y las inversiones en instalación se habían detenido. Asimismo, en 1982, siete años después de las fuertes inversiones, los ingresos por concepto de cuotas se habían quintuplicado*”<sup>72</sup>. Al incremento de los ingresos por renta, asimismo deben adicionarse los haberes económicos provenientes de la difusión de publicidad, tema que ha sido tratado por la reglamentación aplicable de manera discriminada. En la primera disposición que se produce en 1979 –muchos años después del funcionamiento de los primeros sistemas– la inserción de mensajes comerciales se permite, con el propósito de fortalecer la economía de los operadores autorizados. Sin embargo, el mandato hace omisión de la situación financiera que se ha destacado, por lo que ese apoyo parece innecesario desde el punto de vista financiero.

Quizá reconociendo el desfase, la modificación de la legislación de agosto de 1980 prohíbe la transmisión de publicidad de manera tajante, sobre todo de aquella inserta en las barras programáticas que se producen en el extranjero y se difunden en los sistemas locales. En 1990, se le facilita de nuevo, invocando las mismas razones que en 1979. Tales vaivenes muestran que no ha existido continuidad en el tratamiento regulatorio, por lo que se mueve y adecua conforme las relaciones de fuerza de los concesionarios y de la Cámara que los representa. La crisis de 1982 detiene la expansión regional del servicio. Entre 1979 y 1982 el número de sistemas operativos no aumenta de los 56 autorizados en el primer año, y durante el período 1983-86 igual se estanca en 74. En contraste, el número de suscriptores aumenta, aunque si bien de manera conservadora. La oferta y el aprovechamiento de los sistemas se concentran sobre todo en la ciudad capital y en las poblaciones secundarias más importantes –con Guadalajara y Monterrey al frente– y también en las ciudades del norte del país.

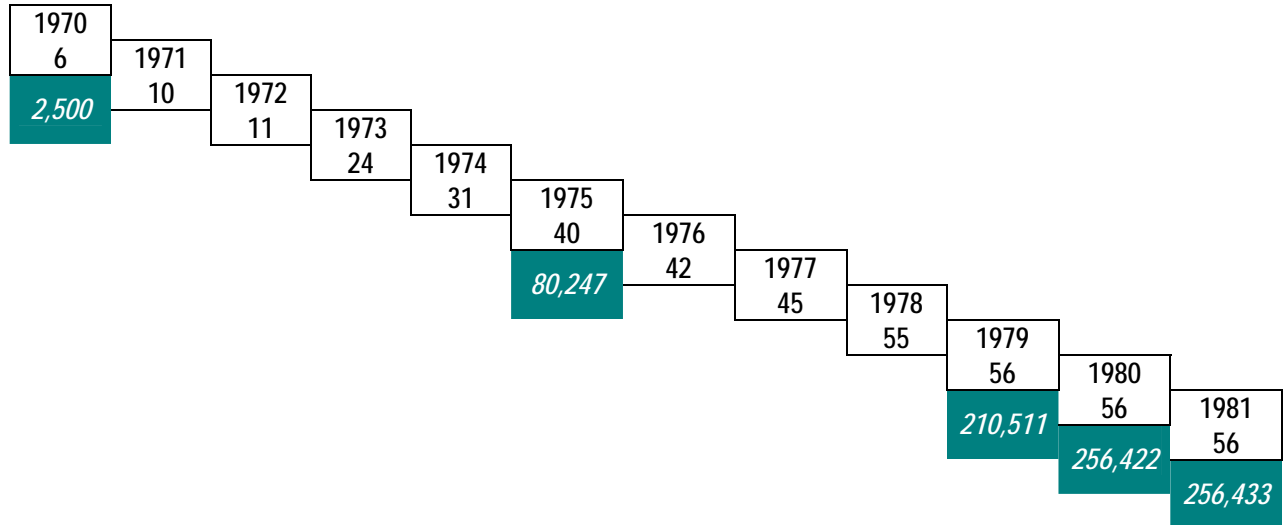
Aunque **Cablevisión** es una empresa más que sobre todo en la actualidad no es la dominante, su inclusión como parte del grupo económico de medios más importante en el país y en el continente, le otorga un perfil especial que desde luego se manifestó más en los orígenes del medio que en los tiempos presentes. La firma es sólo una de las

---

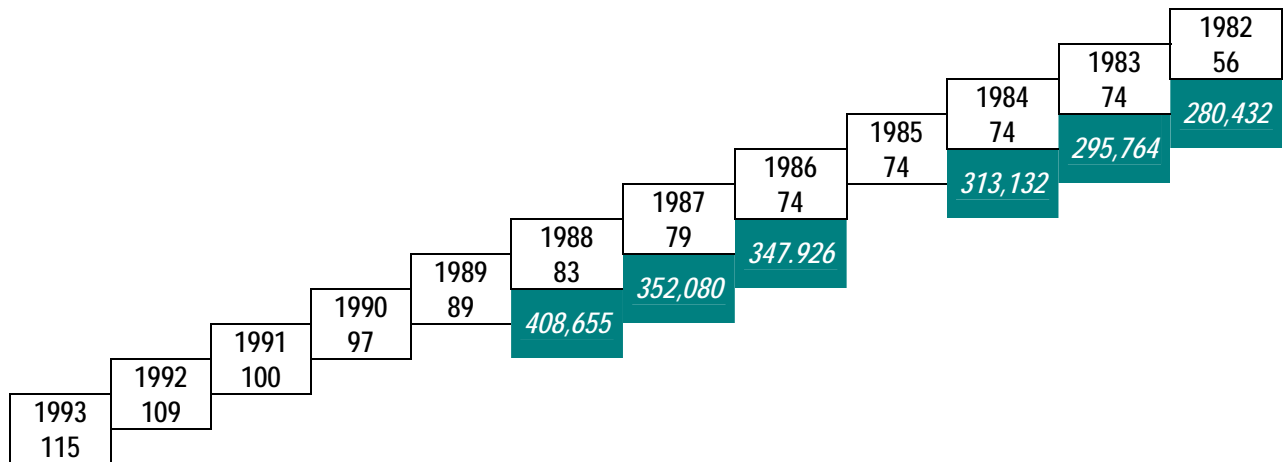
<sup>72</sup> Op. Cit. Nota 67;119pp.

Cuadro 27

**Sistemas operativos y suscriptores de televisión por cable. Período 1970 – 1993**



**Sistemas y Usuarios**



■ Suscriptores

Fuente: Elaborado a partir de: Delia Covi Druetta. "La industria de la TV por cable en México, antecedentes y perspectivas". En: Delia Covi Druetta (coordinadora). *Proyecto Monarca. Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México, UNAM – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1995;120pp; Carola García, 1987;37pp; Fernando Mejía Barquera. "Televisión por cable: una visión global". En: *Intermedios*. Número 8, agosto-octubre de 1993;44pp; y, Pilar Sevilla. "Del cable a DTH". En: Miguel Ángel Sánchez de Armas y María del Pilar Ramírez (Coordinadores). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana, Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación y Televisa, 1998; 427pp.

tres empresas enfocadas a la explotación de los sistemas de televisión por cable. *“En la rama de la televisión por cable –se apunta– Televisa formó Cablevisión, Tecnicable y Cablepelículas, que orientan su inversión hacia el desarrollo de la TV cable como servicio adicional a la televisión aérea y que crecen de manera integrada”*<sup>73</sup>.

La solvencia de esa estructura y por su accionar en la ciudad capital, parecen ser las razones de peso para que en 1988 la industria en su conjunto genere su contrapeso: surge la **Productora y Comercializadora de Televisión, SA de CV (PCTV)**, que se encamina a generar infraestructura de distribución para todas las empresas asociadas, y también a desarrollar proyectos específicos del gremio. Como sector industrial y comercial, la televisión por cable conocerá su mejor época hasta los noventa, cuando al amparo de la promulgación de la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, se le permite iniciar su migración hacia servicios distintos al televisivo.

Tanto el sistema telefónico, el telegráfico y la industria radiofónica, como las nuevas opciones de comunicación y de servicio público que surgen a lo largo de las cinco décadas de dominio pleno del *complejo postal-industria*, comparten no únicamente el propósito de apoyar el desarrollo empresarial y de la industria de bienes de consumo, sino también la propia concepción e instrumentación que se pone en práctica para organizar su funcionalidad. En su conjunto, el sector comparte una estructura común de suministro, que sin variación es *siempre vertical, y relaciona de arriba hacia abajo, de un operador con el universo de sus clientes posibles*. El mejor ejemplo de ello es el sistema televisivo, donde el monopolio **Televisa** asume la emisión al disponer de las estaciones, sistemas y plataformas para transmitir gradualmente a todo el país, y deja la recepción al público consumidor, quien para completar el ciclo debe disponer del aparato habilitado para sintonizar sus canales y captarlos en efecto. En las telecomunicaciones –que por su propia naturaleza conllevan bidireccionalidad, retorno de la señal, o respuesta del consumidor– la estructura es igualmente vertical aunque con una variación sustantiva: si el sistema que se ofrece es de conducción, el operador de telefonía o de la red telegráfica disponen y habilitan toda la cadena que enlaza la transmisión con la conducción y la recepción, y proporcionan el servicio de transporte, que de hecho viene a ser de enlace entre pares; el télex igual quedaría enmarcado en esta descripción genérica, aunque con una particularidad adicional: la agencia de gobierno se encarga asimismo de proporcionar los equipos terminales, de cuidar su operación y de garantizar su mantenimiento. Con ello, asume la responsabilidad completa.

La definición vertical que tipifica al sector conlleva que el diseño y progreso de los servicios responda a un modelo uniforme, establecido y rígido, que tanto las instancias públicas como los concesionarios cultivan como el rasgo primero de su oferta. Así como los radiodifusores no alternan con las audiencias para definir su propuesta programática, y únicamente asumen el criterio numérico, el conseguir cantidad, como el requisito básico para configurarla, de igual manera la agencia estatal diseña y explota los esquemas estatales en forma unilateral, sin

---

<sup>73</sup> Carola García. 33pp.

atender más directrices que la valoración y el juicio propio. La experiencia se institucionaliza, y de 1930 a 1980 en las telecomunicaciones no caben mudas ni novedades, ni se acepta excepción posible.

Sobre el modelo cerrado que los distingue, en los últimos años de vigencia del complejo, los sistemas y servicios conocen una expansión sin precedente. Con la industria nacional volcada hacia la producción de bienes de consumo para el mercado interno, y con la vigencia cotidiana de la plataforma medios masivos – publicidad para dinamizar su rotación, las telecomunicaciones se encargan de soportar el desempeño operativo de los actores económicos industriales que sostienen el modelo de acumulación. El télex, los servicios telegráficos y los esquemas de conectividad punto a punto que se desarrollan vía microondas, tienen tal propósito, y casi la totalidad de sus usuarios se clasifican en el sector productivo o de negocios, en especial las áreas financieras y las agencias informativas, que dependen por entero de esas facilidades para culminar sus procesos propios. Asimismo, los enlaces telefónicos para la comunicación internacional aseguran la interacción permanente de las sucursales nacionales con sus matrices extranjeras. En 1970, por ejemplo, se habilitan 39 circuitos para la conexión directa con Sudamérica, parte de Europa y el Japón; para tal efecto se utiliza la antena de Tulancingo y el sistema internacional de **Intelsat**.

Si bien el teléfono igual interviene como un bien intermedio de producción, su perfil dominante se presenta sin embargo en el sector de bienes de consumo. En tanto la industrialización se encaminó a privilegiar la satisfacción de la demanda interna de los centros urbanos, el teléfono apareció más como un producto adicional para reforzar la calidad de vida de esos ambientes, que bajo el concepto de instrumento productivo o incluso como un servicio comunitario, para el interés de una colectividad dada.

Hasta principios de los setenta, el modelo de sustitución no ha evolucionado hacia la fabricación de bienes de producción, y con ello limita el desarrollo de la industria pesada. Se presenta en efecto como un esquema ya en desuso y repleto de contradicciones. No es capaz de generar las divisas necesarias para sostener las importaciones de bienes de capital, y la industria instalada muestra una reducida cuando no inexistente integración entre ramas y sectores; ello provoca una marcada heterogeneidad en los procesos y tamaños de la planta instalada. También se registran ineficiencias productivas y una monopolización ascendente de algunos sectores, que quedan bajo dominio del capital transnacional<sup>74</sup>.

El capital privado<sup>75</sup> no fluye más y se contrae, pero vía el endeudamiento externo el Estado aumenta su participación en la inversión nacional. A mediados de los setenta, coincide el encumbramiento de la **OPEP** en el mercado mundial

---

<sup>74</sup> Cfr. German Sánchez Daza. "La política industrial en México: el caso de las telecomunicaciones". En: Enrique Olivares. *Cambio tecnológico y modernización industrial en México*. México, Editorial, Nuestro Tiempo, 1995: 151-183.

<sup>75</sup> La inversión privada en efecto decae del 22.9% que representaba en 1977 a 8.1% en 1980. *"Sin embargo, esta declinación en parte fue compensada por la inversión estatal, la cual aumentó de 17 a 24% en el mismo período"*. Adrián Sotelo

con el descubrimiento de grandes reservas petroleras en el sureste del país, y el Gobierno mexicano puede mantener el modelo, e incluso tratar de corregir las contradicciones generadas por cerca de 40 años. Por su disponibilidad continua y abundante, los recursos petroleros no sólo permitieron mantener las importaciones necesarias para nutrir la estructura industrial, sino asimismo generaron un crecimiento sin precedentes. En 1981 proporcionan la mitad de la inversión nacional y contribuyen con el 9% del PIB, y con las tres cuartas partes de las exportaciones totales. Generan además el 35% de los recursos fiscales y en 1981 representan poco menos de la mitad del producto que realiza el Estado; también garantizan el pago de la deuda externa, lo que provoca un incesante flujo de créditos y financiamientos de la banda internacional.

Durante el auge nacional de los hidrocarburos en 1978–1981, la estructura productiva depende en extremo de los ingresos de exportación –*se petroliza*, según una expresión no tan afortunada– y con tal impulso se contiene la crisis de la industria tradicional. Los sectores de la construcción, el siderúrgico, y la producción de maquinaria y equipo se desarrollan con inversión pública. Los medios difunden grandes panorámicas de los inmensos complejos petroquímicos que apenas se edifican, y que con una rapidez inusitada van a ofrecer y proporcionar los insumos baratos que soportan el despegue de la industria química, de la automotriz. La generación de energía eléctrica cambia su estructura de generación y para principios de los ochenta ya domina la producción termoeléctrica. Esto permite también abaratar al insumo, y las grandes empresas siguen disfrutando de su suministro fácil y en las cantidades que demandan.

Las telecomunicaciones no son ajenas a este dinamismo, y no es casual que desde 1977 se presenten las acciones más decididas para fortalecerlas y expandirlas. En cuatro años se soporta una praxis decidida que genera nuevos servicios de vanguardia tecnológica, y a la vez inyecta recursos financieros frescos a la infraestructura ya existente. Sobresalen los trabajos para implantar alternativas de comunicación más completas y eficientes, y el sector se diversifica hacia los mercados de teleinformática y de comunicaciones vía satélite, que para la época representaban sistemas de avanzada. La expansión propuesta se estructura en la explotación de redes terrestres y espaciales, combinación que por lo menos en el papel alude a la pretensión de propiciar un desarrollo integrado y envolvente de las telecomunicaciones. Ante la oferta renovada, el uso de los servicios se intensifica, y entre los rubros que se han ganado un lugar se cuenta la provisión en dos esquemas principiantes. El uno habrá de servir para el tratamiento automatizado de la información; el otro explota el transporte de señales sin cercos geográficos. La teleinformática, cuya descripción general se aborda enseguida, representa efectivamente el paso hacia el procesamiento y la conducción de datos mediante plataformas dedicadas, especiales para esa función y con un diseño propio. El

---

Valencia. "El nuevo patrón de acumulación de capital en México". En: Esthela Gutiérrez Garza (coordinadora). *Testimonios de la crisis. 1. Reestructuración productiva y clase obrera*. México, Siglo XXI Editores, 1985;74pp.

sistema de conducción vía satélite con cobertura nacional que también se inaugura, tiene por vocación el superar los límites físicos para traer del cielo todas las señales posibles; sobre todo, y en primer lugar, aquellas que se encaminan a fincar el entretenimiento de los mexicanos que ya se ha vuelto institucional.

**F. Del crecimiento afincado en el subsuelo:  
recursos del petróleo para el desarrollo instantáneo de nuevos servicios**

Como en varias áreas y sectores, la explotación de los hidrocarburos se tradujo en la compra de tecnología. Y en algunos casos, también para ingresar en nuevos esquemas de explotación y de organización de los recursos. Tal es el caso de las plataformas de teleinformática que desde el inicio de la década de los ochenta surgen y se desarrollan en el medio nacional.

En tanto proceso técnico-económico, la teleinformática nace en México hacia fines de los años sesenta, como un reflejo del explosivo crecimiento en el uso automatizado de la información. En esa época, existían ya 400 centros de cómputo a escala nacional, cifra que representa un incremento del 4,400% respecto al total acumulado en 1960, y algunas de estas instalaciones se enlazaban vía telefónica. Aquellas primeras redes tienen un carácter unitario, para dar servicio a una sola empresa. Aprovechan la infraestructura pública conmutada como red básica de transporte, con lo cual obtienen enlaces punto a punto de calidad aceptable pero con limitaciones técnicas que condicionan el intercambio porque no garantizan continuidad ni fidelidad en la transmisión. Así, en 1970 funcionaban ya 56 circuitos para la transmisión y recepción de datos. Los primeros usuarios de estos sistemas fueron el sector bancario, que había iniciado ya la automatización de sus funciones básicas, y las compañías aéreas, que requerían información oportuna para la reserva de plazas en sus vuelos regulares. El aparato estatal también aparece como uno de los usuarios importantes, acaparando 42 de los circuitos dedicados de ese año. Estos usuarios habrán de permanecer con el tiempo y desde luego a intensificar el aprovechamiento de tales infraestructuras.

El desarrollo anterior no deja de ser sorpresivo y rebasa el marco jurídico vigente. No se dispone de elemento alguno de legislación y normatividad. Es por ello que en 1972 se publica un primer Decreto que aporta las bases reglamentarias iniciales que se aplican a la prestación de los servicios públicos sobre conducción de señales de datos y de teleinformática. Acorde con la noción de monopolio público, concepto en plena vigencia, el ordenamiento establece el dominio exclusivo del Gobierno Federal para el suministro del servicio. En consecuencia, aquellos usuarios que implementen sistemas privados deberán solicitar su aprobación a las autoridades correspondientes de SCT.

Bajo este margo legal primero, el Estado fomenta la creación de agentes de gobierno que tienen la responsabilidad de crear infraestructuras de procesamiento de datos adaptadas a las características particulares del usuario, y para ello instrumentan redes de tiempo compartido que mediante la red telefónica conectan las computadoras a terminales remotas. Tal disposición provoca que los circuitos telefónicos dedicados a la transmisión de datos se incrementen substancialmente. Para 1975 se cuentan ya 211, mismos que se dividen entre el sector gobierno, el industrial y comercial; los bancos, las líneas aéreas y algunas agencias de prensa. Simultáneamente, de los mil centros de cómputo instalados en el país, 150 disponen ya de instalaciones periféricas especializadas en teleproceso. Cabe mencionar que por mucho la banca mexicana se encontraba a la cabeza del desarrollo teleinformático, al disponer de amplios recursos técnicos, humanos y financieros. Contaba con instalaciones centrales que se ubicaban entre las más grandes del país y disponían de grupos técnicos numerosos, con una experiencia acumulada de varios años; el sector fue pionero en aplicaciones, y marcó la pauta en el aprovechamiento de los procesos en línea para llevar a cabo consultas y actualizaciones. A partir de 1971, en los bancos se implantaron los sistemas de procesamiento remoto de datos, que empleaban las primeras líneas telefónicas dedicadas para el acopio, transmisión y sistematización de información.

A finales de los setenta, la **SCT** inicia el proceso de planeación para proporcionar de manera directa los servicios de teleinformática. Las empresas que se interesan por participar en la modalidad de *agentes* fueron **Tiempo Compartido y Teleinformática de México**. Ambas firmas buscaban capitalizar sus experiencias en tanto se habían dedicado a impulsar tanto la creación y desarrollo de centros de cómputo para uso privado y público como a generar plataformas e infraestructuras que los enlazaran. Las dos operan bajo licencia de tecnología extranjera. La primera del sistema de **General Electric** que ofrece la paquetería denominada Mark I y II a sus clientes nacionales, mismos que podían enlazarse a la red **Genet** de la empresa matriz ubicada en Maryland, Ohio. Hasta 1979, la firma tenía 200 terminales conectadas que usaban cotidianamente estas facilidades. Por su parte, **Teleinformática de México** maneja en el mismo año 100 suscriptores, que aprovechan dos computadoras IBM 370/148. Mediante la red **Datanet** ofrece también la conexión a redes estadounidenses.

En 1980 el número de instalaciones dedicadas al procesamiento remoto llega a las 194, en tanto que los circuitos telefónicos en funcionamiento para la transmisión de datos llega a los 916, es decir, un incremento del 398% respecto a los disponibles en 1975 (**Cuadro 28**). Ante tal desarrollo, la **SCT** evalúa el convertirse en prestador directo de los servicios de teleinformática. Hacia 1980 desarrolla así la **red pública de transmisión de datos Telepac**, que se caracteriza por satisfacer las necesidades de comunicación de las redes de datos privadas mediante el empleo de una misma infraestructura de transmisión; se permite también el acceso a redes de datos de otros países, sobre todo de Estados Unidos. **Telepac** es entonces un sistema dedicado que permite el tratamiento, enlace y consulta de información a distancia, mediante la conexión entre computadoras y terminales capaces de compartir y aprovechar la



capacidad de procesamiento de las computadoras centrales de la red. El sistema utiliza la técnica de conmutación de paquetes, y facilita el acceso en los protocolos de comunicación X.25 y ASCII. Se atienden también las necesidades de transmisión a distintas velocidades, que varían de los 300 bits por segundo hasta los 9.5 kbps.

*Cuadro 28*

*Circuitos dedicados a transmisión de datos por sector de actividad.  
Período 1965 –1986*

	1965	1970	1975	1980	1986	Acumulado 1965-86
<i>Empresas privadas</i>			17	191		680
<i>Bancos</i>		8	10	173		579
<i>Líneas aéreas</i>		5	18	60		106
<i>Agencias noticiosas</i>		1	11	16		30
<i>Gobierno</i>	13	42	154	423		953
<i>Empresas paraestatales</i>			1	53		77
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>56</b>	<b>211</b>	<b>916</b>		<b>2,425</b>

Fuente: Instituto Mexicano de Comunicaciones (IMC). *Estudio de mercado sobre los servicios de transmisión de datos*. México, IMC, Septiembre de 1990.

Casi en forma paralela al despegue de **Telepac** entran en operación el **Servicio de Telerreservaciones, Tere**, para el apartado de boletos de avión, y, en 1982, el **Centro de Cómputo Infonet**. Con justeza, éste último es un buen ejemplo de la ingerencia estatal en el origen y consolidación de los servicios de telecomunicaciones, y de la abundancia de recursos que se les dedicaron en ese período. En aquellos años, uno de los puntos álgidos en las relaciones México-Estados Unidos era la definición de los términos del intercambio para la venta del gas natural, cuyos yacimientos recién se había descubierto. La posesión soberana de México sobre el hidrocarburo, se consideraba un punto de apoyo suficiente para establecer con ventajas la negociación, pero un hecho específico cuestionaba esa posición y predominio: **Petróleos Mexicanos** había establecido convenios para procesar su información sobre todas sus operaciones con la empresa **Computer Science Corporation**, misma que realizaba el proceso de acopio y tratamiento del caso en sus computadoras instaladas en Houston y Chicago, esto es, fuera del territorio nacional. Eventualmente, esta relación podría socavar las ventajas de México, porque resultaba muy ingenuo el suponer que las autoridades estadounidenses no podrían lograr acceso a la información mexicana. Al detectar el problema y plantear su corrección, el Gobierno Federal decide crear e instrumentar un centro similar al

contratado, y no mucho tiempo después surge **Infonet**, que se habilita con la misma tecnología de la empresa foránea. La unidad se desarrolló con base en la modalidad de tiempo compartido, y tuvo por objetivo primario el proporcionar capacidad de cómputo para el tratamiento y consulta remota de información. ¿Quién fue su primer y casi único usuario? Lógicamente la paraestatal petrolera.

A **Infonet** se suma el sistema **Cibertec**, de estructura similar aunque especializado en la oferta de paquetería con aplicaciones técnicas; éste, sólo permanece dos años en el mercado y se finiquita su operación por la poca demanda que tuvieron sus aplicaciones. En apariencia, aún no se había logrado el nivel de desarrollo suficiente en la formación informática para aprovechar cabalmente la herramienta.

A tiempo con el debut de los cuatro servicios de teleinformática, se dan por terminados los contratos con los agentes, quienes, sin embargo, permanecen en el mercado y con el tiempo absorben a los usuarios de los sistemas oficiales. En 1981 se establece el **Decreto que regula el establecimiento y operación de los sistemas de transmisión y procesamiento de datos**, mismo que sustituye y adiciona el promulgado en 1972 respecto a la función del Estado, y determina su función en los términos siguientes:

- \* *Establecer y normalizar los sistemas y la prestación de los servicios públicos de transmisión de datos;*
- \* *Proporcionar directamente los servicios públicos de procesamiento remoto de datos; y,*
- \* *Otorgar y autorizar los sistemas privados de procesamiento remoto de datos.*

Como se observa, la regulación centraliza la totalidad de la operación del servicio e incluso supedita la constitución de facilidades privadas al permiso de la autoridad. Este control se ejercía además en tanto los términos de la concesión que regía a **Telmex** establecían la prohibición expresa de conducir servicios distintos al de voz mediante su infraestructura, veto que redondea la prestación monopólica por parte del Estado en tanto la conforma como la única oferta posible. La legislación, así, armonizaba ese ejercicio y dotaba al Estado de facultades extraordinarias.

En tanto entidad encargada del servicio, la **DGT** realizó varios estudios y evaluaciones de las diversas tecnologías disponibles para la transmisión de datos. Además, se recibieron ofertas de Estados Unidos; Francia; Canadá y del Japón, países que intentaban colocar su particular tecnología en el mercado nacional. Entre los análisis realizados destaca el análisis de mercado que se propuso detectar las necesidades de transmisión de datos en el sector productivo, mismo que arrojó una conclusión meridiana: el 67% del mercado potencial de una red de datos se conformaba por minicomputadoras y grandes computadoras de la marca **IBM**. Entre los usuarios posibles se localizaban los bancos, dependencias de gobierno; empresas paraestatales y las firmas privadas de mayor fortaleza económica, quienes de hecho ya aprovechaban a la informática como herramienta habitual de su desempeño

productivo. Sin embargo, con el propósito de controlar el mercado, la **DGT** decidió configurar la red únicamente con protocolos de comunicación asíncronos, esto es, para la conexión de terminales sin inteligencia, y como protocolo síncrono el X.25 para el enlace de computadoras principales. Tal configuración implicaba que las unidades **IBM** no podían conectarse. Este error de planeación limitó el desarrollo de la red, debido a que el mercado natural del servicio no podía atenderse. De esta forma, los usuarios que utilizaron **Telepac** debieron adquirir por su cuenta los protocolos para hacer compatibles ambos ambientes. Ello derivó en el desperdicio de las facilidades ofrecidas por la red, situación que permaneció hasta por cuatro años. Hasta el arribo de microcomputadoras que operaban enlaces asíncronos, cerca de 1980, es que la red **Telepac** alcanza al mercado. Y para entonces iba a enfrentar la problemática del sexenio 1982–1988.

La errónea estrategia seguida en **Telepac** se agrava al considerar la demanda de comunicación entre computadoras. Para 1982, funcionan en todo el territorio 2 mil 340 centros dedicados al teleproceso, en concordancia con la tendencia mundial que había convertido ya en producto comercial el proceso de datos distribuido. Por su parte, la industria informática continúa creciendo en forma exponencial: si desde 1975 las importaciones por concepto de computadoras y equipo periférico se incrementaban a un ritmo del 30%, sólo en el bienio 1980–1981 crecieron en un 170%, crecimiento que aumentó substancialmente la demanda del servicio de transmisión de datos porque esa facilidad se consideraba parte de los equipos y no una cualidad adicional. Reflejo de esta expansión y de la indisponibilidad del sistema público es la existencia de redes privadas, que explotan por esos tiempos: según cálculos incluso conservadores, hasta 1986 funcionan en el país 650 redes particulares registradas, las cuales bien podrían haberse instrumentado a través de las facilidades de los servicios oficiales si se hubiera logrado una mayor visión en la decisión tecnológica.

Pero los servicios de teleinformática y todo el conjunto de la oferta estatal resistían errores y desviaciones de esa naturaleza. La abundancia de recursos económicos impulsaba su crecimiento contra viento y marea, por lo que la búsqueda del mayor aprovisionamiento posible era regla que rápidamente se concretaba. El intenso aunque reducido período de expansión máxima del sector se hace evidente con la adquisición de estos sistemas, cuyo desahogo arroja otra premisa no tan benévola: en ocasiones, las compras de tecnología responden más a los afanes por disfrutar la vanguardia tecnológica, que a la búsqueda de soluciones a una necesidad de comunicación. Y tal consideración es más que enunciado pertinente al considerar el último sistema que nace a comienzos de los ochenta, la comunicación vía satélite para servicios nacionales.

La iniciativa satelital y los nuevos sistemas de teleinformática; las infraestructuras de conducción y los servicios de larga data conocen pues su mejor época. Todo es abundancia en efecto. El télex llega a su cumbre de expansión y aprovechamiento y la red **Telepac**, que apenas inicia operaciones, cosecha ya 120 usuarios a sólo seis meses de

inaugurar su operación, a fines de 1982. Otro indicador refuerza y consolida ese desenvolvimiento virtuoso: si en 1975 se contaban 211 circuitos telefónicos dedicados a la transmisión de datos, para 1980 se llega a los 916, es decir, se registra un incremento del 398% únicamente en cinco años. Por su parte, el número de instalaciones especializadas en el procesamiento remoto llega a 194 unidades en todo el país. En esa cifra se listan centros de cómputo de capacidad varia y configuraciones también distintas, algunas de ellas muy poderosas.

El impacto económico de la prestación de los servicios es desde luego importante, y los ingresos de la DGT exhiben un dinamismo desusual y sobresaliente: de 1977 a 1982 se multiplican por tres y evolucionan de los 980 millones de pesos, a los 2 mil 933 millones (Cifras en pesos a precios corrientes). Todos los sistemas contribuyen en ese despegue. El télex pasa de 519 millones a 974 en el período 1977-82; la conducción de señales de 235 millones a 852, y de paso inaugura dos categorías más: datos y facsímil y telefotografía. En el bienio 1981-82 aparece por primera vez la conducción de señales vía satélite, y factura 313 millones de pesos. La teleinformática debuta también, y cobra un poco más de los 182 millones de pesos (*Cuadro 29*).

Pese a su importancia, las cifras anteriores únicamente dan cuenta de una estadística que, paradójicamente, poco importa. Desde las primeras acciones que entronaron el monopolio estatal sobre la provisión de los servicios y la unidad estratégica de las redes de comunicaciones públicas y concesionadas hasta el apogeo del suministro estatal de fines de los setenta, el fin último de los sistemas no fue obtener un ingreso y reeditar una ganancia. En tanto el Estado buscó soportar el desarrollo económico con base en agentes privados, la infraestructura, los servicios todos, no tuvieron por objetivo sino soportar el despegue y crecimiento de esas entidades. Así, hasta 1982, el capital ha dejado hacer en tanto la creación de infraestructuras demandaba recursos económicos que no iban a capitalizarse, y que, por lo mismo, correspondía al Estado proporcionar. Pero cuando el capital detectó la ocasión de reproducirse y obtener ganancias de esas instalaciones, pudo beneficiarse de ellas sin que mediara limitación alguna: justo se habían originado y crecido para ese usufructo.

Por igual, los capitales invertidos en los medios lograron expresar sus intereses en la gestión estatal, por lo que su realización se amparó siempre bajo la estructura de gobierno. De esta forma, los servicios ya identificados en su posibilidad rentable se enmarcan desde el comienzo en el espacio jurídico de la concesión, y el Estado garantiza el entorno y complacencia para explotarlos en beneficio del particular. El caso de industria de radiodifusión ilustra tal premisa y arroja también un sinfín de evidencias sobre su concreción operativa. Por si fuera poco, además de generar el entorno legal para su desarrollo, el Gobierno concedió además otros apoyos y soportes adicionales para el crecimiento de esas industrias. Garantizó en efecto desde los actos administrativos de asignación técnica de una banda de frecuencias determinada para mantener con ello la cohesión nacional e internacional del espectro radioeléctrico, hasta la reglamentación laxa y concertada de los contenidos. Que estos procesos se encarguen a su

Cuadro 29

*Ingresos de la Dirección General de Telecomunicaciones en el período 1975 –1982 (Miles de millones de pesos a precios corrientes)*

Concepto	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Télex	519.2	550.4	575.1	1,238.3	974.4	893.6
<b>Conducción de señales</b>						
Televisión	93.2	132.5	122.5	25.9	204.1	360.7
Voz	110.2	145.2	233.6	232.3	96.2	238.2
Datos						153.8
Telegrafía	32.9	86.9	102.9	144.7	189.0	64.1
Facsimil y telefotografía						37.7
Conducción de señales vía satélite					238.6	313.2
Telegráfico internacional	159.7	76.4	93.6	131.0	202.8	190.2
Teleinformática				127.4	135.2	182.9
<b>SUBTOTAL SERVICIOS PÚBLICOS</b>	<b>915.4</b>	<b>991.6</b>	<b>1,127.9</b>	<b>2,219.7</b>	<b>2,040.6</b>	<b>2,434.8</b>
Función Gobierno	61.8	68.9	169.4	321.6	258.9	497.5
Otros ingresos	3.0	9.2	19.9	31.7	754.0	695.0
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>980.3</b>	<b>1,069.9</b>	<b>1,317.3</b>	<b>2,483.2</b>	<b>2,300.2</b>	<b>2,933.0</b>

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes – Dirección General de Telecomunicaciones. Informe de la Gestión 1976-1982. México, DGT, 1983; 34pp.

vez a instancias gubernamentales distintas -SCT y Secretaría de Gobernación- coadyuva a relajar el control sobre los concesionarios.

Pero la amplia y decidida creación de infraestructura tecnológica y técnica para el desarrollo del capital que conlleva la historia de las telecomunicaciones durante un siglo, es también insuficiente para el proceso de acumulación. Después de 1982, ese esquema cambia nuevamente de eje y en el sector introduce un nuevo principio: **si la innovación tecnológica asegura ganancias extraordinarias, es tiempo y forma de desplazar y sustituir al Estado**. Así, y no obstante su alto encumbramiento y solidez, la expansión de los años petroleros se reduce a un proceso coyuntural y atípico, además de efímero, que sostiene la vigencia de la oferta pública de servicios por última vez. Del máximo esplendor que se argumenta en esa fase, se deriva pues un violento retroceso en las telecomunicaciones que cambia todo, y que al resolverse presenta ya al sector con una paternidad diferente.



## Capítulo IV

### CRISIS Y RECONVERSIÓN: HACIA EL NUEVO ROSTRO DE LAS TIC

--- Me voy lejos, padre, por eso vengo a darle el aviso.

--- ¿Y pa ónde te vas, si se puede saber?

--- Me voy pa'l Norte.

--- ¿Y allá pos pa qué? ¿No tienes aquí tu negocio? ¿No estás metido en la merca de puercos?

--- Estaba. Ora ya no. No deja. La semana pasada no conseguimos pa comer y en la antepasada comimos puros quelites. Hay hambre, padre; usté ni se las huele porque vive bien

--- ¿Qué estás ahí diciendo?

--- Pos que hay hambre. Usté no lo siente. Usté vende sus cuetes y sus saltapericos y la pólvora y con eso la va pasando. Mientras haiga funciones, le lloverá el dinero; pero uno no, padre, Ya nadie cría puercos en este tiempo. Y si los cría pos se los come. Y si los vende, los vende caros. Y no hay dinero pa mercarlos, demás de esto. Se acabó el negocio, padre.

--- Y ¿qué diablos vas a hacer al Norte?

--- Pos a ganar dinero. Ya ve usté, el Carmelo volvió rico, trajo hasta un gramófono y cobra la música a cinco centavos. De a parejo, desde un danzón hasta la Anderson esa que canta canciones tristes, de a todo por igual, y gana su buen dinerito y hasta hacen cola para oír. Así que usté ve; no hay más que ir y volver. Por eso me voy.

Juan Rulfo<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> "Paso del Norte". En: *El llano en llamas*. México, Fondo de Cultura Económica, 1975:191pp.



No bien comienza 1982 cuando una crisis profunda, radical, rompe hábitos, estabilidades, remembranzas y cualquier optimismo inmediato. En efecto, los indicadores básicos que representan la situación económica del país en el período apenas si se reconocen: no acostumbraban pintarse con el signo negativo que los caracterizó por ese tiempo, y tal novedad los volvía poco creíbles, excepcionales en la historia nacional. El PIB, por ejemplo, prácticamente no tuvo crecimiento alguno en esos años. Y quizá sólo por un prurito de buena fe y condescendencia, se fija su evolución en el 0.1% como promedio anual a lo largo del sexenio 1976-82<sup>2</sup>.

Otras referencias fueron igualmente negativas. El ingreso per cápita cayó -14.4% entre 1982 y 1987, y el comportamiento de la inversión total decreció a un -4.4% en promedio por año. La agricultura y la industria manufacturera registran por su parte un crecimiento apenas cuantificable: 0.8 y 0.2%, y en el último renglón se constata una rebaja del -2% en el volumen de producción, calculado en millones de toneladas. El desempleo alcanza una cifra de 7 millones de desocupados -más del 20% de la población económicamente activa en 1987- y el poder adquisitivo del salario mínimo descendió en un porcentaje acumulado de 52 puntos durante el lapso 1980-84. Los salarios contractuales resienten una pérdida aún mayor: 67% en sólo cuatro años. En consecuencia, la contribución de esa prestación en el consumo es regresiva: de representar el 48% en 1982, pasa al 34.2 en el 1987. La inflación -índice que como nunca concretaba las dificultades e incertidumbres de la época- arranca con una tasa anual del 81% y para 1987 se duplica y parece tomar un rumbo incontrolable, a tiempo que todos lo evocan como cifra estratégica y a partir de esa percepción, de su ascenso o rebaja hacen depender el futuro todo de la nación y de sus habitantes.

El contraste económico que representan las cifras precedentes respecto al período inmediato anterior, revela algo más que el desgaste de las condiciones materiales del esquema productivo. A la distancia de ese escenario, legos y expertos coinciden en apuntalar una premisa de análisis más completa: la polaridad extrema que arroja tal comparación es una muestra no únicamente de la crisis del modelo de industrialización para el mercado interno que había seguido el país desde los treinta, sino también evidencia las primeras manifestaciones -que surgen no sin conflicto ni agravio- de un nuevo esquema de acumulación estrechamente articulado con el sector externo. El que éste, a su vez, se encontrara también en plena transformación para dinamizar la economía mundial y renovar el eje de reproducción del capital, vino a acelerar el proceso mexicano y a agravar los síntomas de su deterioro. Y una última comparación refuerza todavía más esa línea interpretativa: de 1977 a 1980, el auge de la actividad petrolera impactó gradualmente la conformación del PIB: del 3.8% en 1977 pasó al 7% en 1980, mientras que para el sector industrial generó en ese año el 22.9% del producto total, y si se añade la petroquímica, un rotundo 35%. En

---

<sup>2</sup> Salvo excepciones que se señalan, la totalidad de información económica del sexenio 1976-82 se ha tomado de Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994*. México, Secretaría de Programación y Presupuesto. 1989.

contraste, para el período 1982-87 la actividad dominante fue el pago de la deuda externa: con una transferencia neta de recursos al exterior cercana a los 90 mil millones de dólares, llegó a representar el 6% del PIB de esos años<sup>3</sup>. Tal cotejo redime de otras precisiones: es obvio el tránsito en el destino de la riqueza nacional.

Parámetros de divergencia como los anteriores indicaban pues que el sistema de participación estatal que privilegiaba su rol como facilitador del crecimiento de la empresa privada, había llegado a su límite funcional y carecía ya de los resortes y medios, e incluso del impulso, para renovarse. Si bien ese agotamiento era manifiesto con anterioridad, los recursos financieros que se asociaron al petróleo prolongaron todavía su vigencia pero dilataron la reestructuración, y en los ochenta, la crisis explota con todos los signos posibles de abatimiento. Se hacía necesario entonces reestructurar la gestión estatal, llevarla por otros rumbos. Y para promoverla –y más aún, exigirla– aparecen justo los mismos grupos económicos que mayoritariamente se habían beneficiado del intervencionismo estatal durante más de cuatro décadas. Ahora ese apoyo también les era insuficiente y desde 1982 cuestionan su concurso.

#### A. La reestructuración económica: la apuesta completa por el dinamismo llegado de fuera.

Ya desde los setenta, es evidencia cada vez más clara que la industria manufacturera y el mercado interno, los centros económicos de la acumulación desde los treinta, no tienen la dinámica ni la capacidad necesaria para franquear nuevas etapas de desarrollo y atender a los parámetros que comenzaban a identificarse como los puntales de crecimiento en las sociedades capitalistas avanzadas. La innovación tecnológica y el proceso de aprendizaje empresarial, que se sustentaban ya como los factores decisivos del progreso material en la vanguardia productiva, eran cualidades lejanas de la base y estructura nacionales y el empresariado nativo carecía de la percepción, la conciencia, la cultura inclusive, sobre la importancia estratégica de esos vectores en los parámetros y estructuras del crecimiento material. Ello conducía inexorablemente al atraso respecto a los nuevos parámetros que se reconocían como vitales para la renovación productiva. *“En los años setenta, acota un especialista, el sistema industrial enfrentó serias limitaciones en lo concerniente a la capacidad de profundizar la sustitución de importaciones y articular cadenas de producción locales, así como a la posibilidad de mantener el ritmo de cambio técnico exigido por el desplazamiento de la frontera tecnológica internacional. Una vez lograda la sustitución de importaciones en las actividades más simples, era necesario avanzar hacia etapas de mayor complejidad productiva, lo que requería desarrollar capacidades productivas, tecnológicas y organizacionales, alcanzar escalas de producción apropiadas y aplicar políticas públicas de desarrollo,*

<sup>3</sup> Cfr. Esthela Gutiérrez Garza. “Presentación: el sexenio del crecimiento cero”. En: Esthela Gutiérrez Garza. *Testimonios de la crisis. 4. Los saldos del sexenio*. México, Siglo XXI, 1990;12-13pp. Y: Álvarez, 1987:84-85.

*objetivos que no pudieron cumplirse en forma cabal*<sup>4</sup>. Al perpetuarse la involución de las cadenas productivas y la desarticulación entre ellas, fue tangible la incapacidad estructural para confeccionar productos industriales más complejos, misma situación que obstaculizó el escalamiento de la plataforma productiva de la manufactura hacia niveles superiores. Si bien no todo el andamiaje industrial padecía ese atrofiamiento y se observaba una gran diferenciación entre los protagonistas concurrentes, en general se carecía de la competitividad suficiente para financiar las importaciones propias, desbalance que forjaba el aumento permanente del déficit comercial. En resumen, a principios de los ochenta, fue claro que la política de sustitución de importaciones: *i)* había llegado a su límite y no lograría conquistar la producción de bienes de capital y de insumos estratégicos, vitales para consolidar el proceso de industrialización; y *ii)* en su atraso, comprometía la posición de la industria nacional en los mercados foráneos, ya que al carecer de nivel competitivo frente a las mercancías foráneas, no se participaba en el intercambio mundial. Las exportaciones de entonces se reducían a bienes del sector primario -como era habitual desde el enclave porfirista- y a manufacturas diversas y de variedad tecnológica, que, además, no implicaban el concurso del grueso de los productores mexicanos sino sólo de la fracción más activa y eficiente nacional y extranjera.

El sostenimiento de la economía nacional descansaba pues en pilares ajenos a la dinámica industrial. Los recursos provenientes del sector primario, las exportaciones petroleras que se incrementan en forma sostenida durante la segunda mitad de los setenta, y el endeudamiento estatal, cuyo sostén y garantía reposaba justo en el descubrimiento de yacimientos de hidrocarburos de cuantía y en la explotación sistemática del petróleo, se significaron como las fuentes únicas del ingreso extrafronterizas. Ese flujo fue insuficiente para compensar la demanda económica del modelo, y los indicativos del déficit comercial y de cuenta corriente se incrementan de manera constante durante la década. Entre 1971 y 1982, su promedio anual llegó a los mil 387 y 2 mil 94 millones de dólares respectivamente<sup>5</sup>, cifras ambas que comprometían la vigencia de las fórmulas acostumbradas de equilibrio.

Dentro del andamiaje industrial, se distinguían sin embargo diferencias estructurales de importancia. A lo largo de la etapa de sustitución de importaciones, el crecimiento de la economía alcanzó tasas elevadas, y el producto y el empleo se incrementaron a la vez con estabilidad y suficiencia. Si bien tal dinamismo propició un ambiente de estabilidad macroeconómica y permitió que la manufactura adquiriera importancia relativa dentro del conjunto económico, asimismo segmentó a sus protagonistas porque no todas las ramas productivas se desarrollaron de

---

<sup>4</sup> Mario Capdevielle. "Globalización, especialización y heterogeneidad estructural en México". En: Mario Cimoli (editor). *Heterogeneidad estructural, asimetrías tecnológicas y crecimiento en América Latina*. Santiago de Chile, CEPAL, 2005; 106-107pp. En: [www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/27320/LCW35e.pdf](http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/27320/LCW35e.pdf) Fecha: 10 de enero de 2006.

<sup>5</sup> Datos de Enrique Dussel Peters. *La inversión extranjera directa en México*. Santiago de Chile, Cepal; Serie Desarrollo Productivo. Octubre de 2000; 14pp.

manera uniforme y simétrica, y tampoco las diversas unidades económicas aprovecharon igual el entorno favorable que se les ofrecía. De esta forma, *“... la industrialización mediante sustitución de importaciones dio origen a una estructura productiva diversificada horizontalmente, pero de escasa integración vertical, en que se mantenían la heterogeneidad de la productividad y las remuneraciones, así como una elevada especialización de las exportaciones, en su mayoría de origen no manufacturero. Esta heterogeneidad productiva se manifestaba también dentro de las diversas actividades, entre las empresas de distinto tipo y tamaño que participaban en la producción, así como entre las actividades llevadas a cabo en la región y aquellas equivalentes realizadas en los países desarrollados. La conducta no competitiva de los agentes productivos, determinada en parte por la elevada y permanente protección comercial y por el carácter oligopólico de los mercados nacionales, de tamaño reducido para industrias con altas economías a escala, determinó, junto con el subempleo del factor trabajo, que se alcanzaran productividades muy diversas en las distintas actividades manufactureras, lo que permitió a las empresas más eficientes obtener ganancias extraordinarias”<sup>6</sup>.*

La coexistencia entre empresas avanzadas y otras de mucha menor fortaleza derivó en una estructura productiva que polarizaba a dos grupos diametralmente opuestos. Por un lado, un sector industrial de capital nacional y extranjero dinámico, moderno, que había especializado su producción para el mercado interno y sin competencia compartían ese abasto. El gremio local consolidó su intervención en las ramas tradicionales, de tecnología madura y probada dentro del paradigma tecno-económico vigente, o bien en otras actividades donde la política sustitutiva limitada la ingerencia del ahorro foráneo, como la industria química. Las unidades transnacionales, por su parte, fueron los protagonistas primeros en rubros que incorporaban las nuevas tecnologías llegadas de sus empresas matriz; explotaban casi en exclusiva algunas ramas productivas –la alimenticia en su modalidad industrializada, por ejemplo; la automotriz, desde siempre- y también las industrias de punta mediante la fórmula maquiladora, como fue el caso de la electrónica y la informática donde la intervención foránea sustentó al consumo local e implementó amplias cadenas fordistas para abastecer los mercados internacionales. Su empalme con la economía internacional no únicamente se articulaba mediante los lazos de dependencia matriz-filial inherentes a la propiedad sobre los activos locales, sino también en sumarse y conformar sendas plataformas de exportación de manufacturas con distintos grados de integración nacional. Estos esquemas eran preludio para el arribo de las compañías globales, que mediante una composición especializada a escala planetaria explotan una producción compartida en el mercado, igual de nivel mundial. A la par con las firmas nacionales de gran tamaño, cuyos orígenes incluso se remontan al período posrevolucionario, las unidades de capital extranjero representaron al embrión de los futuros protagonistas directos del modelo exportador.

---

<sup>6</sup> Mario Capdevielle. Op. Cit.; 103pp.

En el extremo contrario al agente trasnacional y a los grandes grupos mexicanos que manejaban a compañías líderes, figuraba el grueso de compañías nativas de tamaño muy diverso –mediano y pequeño en abundancia; muchas de perfil familiar y aún con una producción artesanal para mercados de escala limitada- que integraban el contingente numérico mayoritario de la estructura económica. El colectivo carecía de capacidad, recursos y relaciones para interactuar con los actores dominantes del mercado mundial, y pese a haber obtenido incentivos directos y disfrazados no había logrado consolidar una posición sólida y suficiente para alternar en el mercado mundial e insertarse en las cadenas productivas del caso.

Ante el endeudamiento excesivo que respondía al propósito de asegurar los recursos económicos necesarios para mantener el modelo, el aumento en las tasas de interés por la banca internacional que se decreta en 1981 y la disminución del precio del petróleo, el esquema no se sostiene más. Ante la evidencia, en noviembre de 1982 se firma una carta de intención con el **Fondo Monetario Internacional (FMI)** que planteaba el ajuste de la política económica a cambio de recibir créditos para enfrentar la crisis. La acción comprometida fue el inicio del proceso de reestructuración y en su trayectoria dió cuerpo a Programas específicos, que adquirieron nombres diversos a tiempo que se implementaban y cuyos efectos sobre el reordenamiento de la economía nacional fueron parciales. Nacen pues el **Programa Inmediato de Reordenación Económica (PIRE)**, que arranca en diciembre de 1982; el **Programa de Aliento y Crecimiento (PAC)** debutante en agosto de 1986, y el **Pacto de Solidaridad Económica**, comprometido en diciembre de 1987 y cuyo contenido fue más amplio y de mayor alcance. Ya asistente de calidad, como garante del compromiso; o bien en su papel de institución rectora que impone y administra las acciones a realizar y los parámetros para sopesarlas, el **FMI** organiza el marco de referencia para el ajuste económico<sup>7</sup>. De arranque, se establecen principios para estabilizar la economía y reducir la inflación, y las prioridades son implantar una férrea disciplina fiscal generalizada; disminuir el gasto público y reducir el déficit, y en forma simultánea aliviar el peso de la deuda externa mediante el control estricto de su crecimiento y la negociación con los acreedores para reducir los intereses que se habían generado y no cesaban de aumentar al diferirse los pagos establecidos. Posteriormente, el **PAC** postula el fortalecimiento de esas medidas y enfatiza que el abatimiento del déficit fiscal se hará mediante la venta de las empresas paraestatales no estratégicas y la cancelación de subsidios. Se mandata también el aumento de los ingresos tributarios en un 1.2%, lo que se traduce en el incremento de los precios de los servicios públicos. Para atraer recursos que equilibren la balanza de pagos, igual se instituye la política de promover una mayor inversión foránea mediante la apertura de fronteras y el relajamiento del marco y los controles normativos aplicables. Asociado a ello, en el renglón de la política comercial se instaura la revisión periódica de la estructura arancelaria, para modificar los impuestos que se aplican y simplificar su pago y desahogo administrativo.

---

<sup>7</sup> Se ha tomado como fuente de consulta y orientación el excelente análisis a detalle que elaboró Sergio Berumen en *Los sexenios económicos en México y su inmersión en la globalización*. En: *Proyecciones*, Año I, No 7, Agosto-Septiembre de 2001.

Sobre los mismos principios, el **Pacto de Solidaridad Económica** (Ver **Recuadro 24**) profundiza el ajuste en tres ejes que serán medulares para las telecomunicaciones y en general para las TIC: el reemplazo de los permisos previos de importación por aranceles y la reducción de éstos de un 40 al 20% sobre el valor de lo importado; la desincorporación de empresas públicas y el cambio en la estructura del gasto público, que a partir de la racionalización presupuestal implicó el reordenamiento orgánico de las entidades de servicio. Además, si bien se dispuso un aumento salarial generalizado, al implantarse su revisión y conciliación mensual de acuerdo al índice inflacionario, se releva el protagonismo de los trabajadores en esa concertación y a la vez se prefija un límite a los aumentos posibles en tanto no puede rebasarse ese promedio. Tal restricción ha sido modelo desde entonces en el arreglo patrono-sindical.

Durante el período 1982-88, la política económica que se instrumenta para superar la crisis proporciona los elementos sustantivos del esquema que Enrique Dussel cataloga como una "*variante o 'tropicalización' del modelo de industrialización orientada hacia las exportaciones*", y que designa como "*estrategia de la liberalización*". En su propuesta y praxis específica, el paradigma propuesto se contrapone directamente a la política de sustitución de importaciones, y pretende centralizar en el comercio exterior la fuente y matriz del desarrollo económico. Al sintetizar los elementos conceptuales que el autor establece para clarificar su planteamiento<sup>8</sup>, emergen los vectores que enseguida se abordan y que le son distintivos. Tal aproximación igual permitirá identificar el escenario que acogió la marcha de las telecomunicaciones durante esos años. Así, como líneas rectoras de importancia se manifiestan...

- a. La *estabilización macroeconómica como principio rector del desempeño de la política pública*, al considerar que de lograrse tal equilibrio *se suscita de manera automática el recambio, la transición y la salud microeconómica* del aparato productivo. Esta concepción ha provocado por lo menos los efectos siguientes:
  - i) Que desde la época, la prioridad para el gobierno federal sea *fundamentar el balance anhelado en el terreno macroeconómico*, mismo que para lograrse en la práctica se reduce al control de la inflación y del déficit fiscal. Esta meta exclusiva se sujeta a la implantación periódica de políticas monetarias y crediticias de corte restrictivo, así como en la apreciación del ahorro extranjero como medio para allegarse y obtener recursos económicos frescos. Es por ello que con insistencia se llevan a cabo labores diversas para promover su concurso y se reestructura el marco legal y reglamentario que norma la inversión foránea.

---

<sup>8</sup> Enrique Dussel Peters. *Polarizing México: the impact of liberalisation strategy*. Boulder, Colorado, EU; Lynne & Rienner, 2000. Ver también del mismo autor: *La economía de la polarización. Teoría y evolución del cambio estructural de las manufacturas mexicanas 1988-1996*. México, UNAM y Editorial Jus, 1997.

### Recuadro 30. Retórica del Pacto de Solidaridad Económica

Mensaje Presidencial durante la firma del Pacto de Solidaridad Económica, efectuada en el salón Carranza de Los Pinos el 15 de diciembre de 1987...

"Llegamos hoy a un Pacto que implica la adopción de medidas fuertes, de medidas amargas, dolorosas, que implican sacrificios y esfuerzos para todos; no estamos ofreciendo una "cura mágica" de nuestros males económicos; estarnos pidiendo a la sociedad más esfuerzo y más sacrificio.

El movimiento obrero ha moderado sus demandas de incremento salarial; lo que ahora se pacta en materia de salarios, no es ni mucho menos lo que han demandado los líderes obreros; los líderes obreros querían un aumento mucho más fuerte en materia de salarios.

Los campesinos también hacen un esfuerzo porque aceptan que los precios de garantía simplemente se mantengan a su valor real del año de 1987. Esto implica, pues, también una restricción a la tendencia que traíamos de aumentar precios de garantía por encima de inflación para revertir los términos de intercambio entre el campo y la ciudad.

Los empresarios también hacen un esfuerzo y limitan sus intereses; los empresarios aceptan una política de apertura comercial que va a implicar un enorme esfuerzo de productividad y eficiencia para competir en el mercado mundial; los empresarios también aceptan moderar precios y utilidades.

El Gobierno acepta también restringir su propia actividad; acepta restringir todavía más el gasto público; acepta seguir racionalizando el tamaño del sector público y continuar la política de liquidaciones, quiebras o fusiones o ventas de empresas no estratégicas ni prioritarias. Para el Gobierno también es duro bajar sus propios programas, ya que son programas destinados a servicios públicos y a la ampliación de la infraestructura física e industrial del país.

Todos, pues, hacemos sacrificios, limitamos pretensiones, afectamos nuestros propios intereses; no podemos presentar este Pacto como una solución de los problemas de manera inmediata, pero sí podemos presentar el Pacto y el programa que el mismo implica como un gran esfuerzo de toda la sociedad, que persigue un fin fundamental: evita que caigamos en una situación francamente hiperinflacionaria, que nos dañaría no sólo a la economía sino a la misma sociedad, y de la cual sería muy difícil salir después, más difícil todavía de lo que ahora nos cuesta evitar la hiperinflación, como lo hemos visto en el caso de otros países.

Hemos logrado, en este diálogo, hemos logrado en este Pacto, diseñar un programa que se adecua a las características de la economía y de la sociedad mexicana. Inútilmente se buscará comparar este Pacto y este programa a planes que se han impuesto en otros países; no es un "plan de choque" en cuanto que no hay una congelación total de los precios de economía mexicana; es, además, un programa concertado, insisto porque debo ser muy franco; sé que el Pacto a nadie deja contento, pero sí, el Pacto representa lo que en términos pragmáticos podemos hacer con un esfuerzo adicional que se pide a toda la sociedad".

Fuente: *Memoria Política*. En: [memoriapoliticademexico.org/Textos/7CRumbo/1987PSE.html](http://memoriapoliticademexico.org/Textos/7CRumbo/1987PSE.html) Fecha: 12 de diciembre de 2002.

- ii) Que la *“mayor parte de las políticas sectoriales y específicas sean abolidas en favor de políticas ‘neutrales’ u ‘horizontales’ respecto a la industria, el empresariado y las empresas paraestatales”*<sup>9</sup>. Bajo tal enfoque, se asume que el aparato productivo en su conjunto presenta características estructurales similares cuando no idénticas, y por lo mismo puede ser tratado de manera uniforme. La heterogeneidad empresarial que se ha anotado y que arroja múltiples evidencia cuestiona tal premisa hasta la médula.
  - iii) Que las *políticas industriales se restrinjan a su expresión y lineamiento más general*, para suscitar una *ingerencia horizontal, indicativa apenas*, en los sectores particulares o bien en los agentes económicos participantes. En consecuencia, se diseñan y entran en funcionamiento órdenes y directrices concebidas con independencia y lejanía de la naturaleza y la conformación original y distintiva de los protagonistas reales que asisten a los mercados.
  - iv) Que la *evaluación de las políticas aplicables se encadene y subyugue al desempeño numérico* de los sectores en general y no a la cuantificación de su impacto en la estructura y en las particularidades de sus integrantes. Los afanes por preciar únicamente el perfil cuantitativo de la evolución económica, para establecer una calificación sobre el éxito o fracaso de las medidas aplicadas, es un vicio que desde entonces afecta la valoración social de los conceptos y resortes de la política aplicada. Para las telecomunicaciones, como se ha señalado en el *Capítulo II*, esta deficiencia ha determinado tanto la forma como el contenido de lo que se informa sobre el transcurso del sector, y por lo mismo ha institucionalizado un discurso dominante que al tejerse con una estadística siempre creciente, tiende a identificar esa presentación como la única evidencia posible de progreso y desarrollo.
- b. La *reducción y ajuste del Estado hasta un perfil minimalista*, centrado en el diseño y radiación de una regulación macro, en mucho sustentada en una abstracción universal, imprecisa y sin forma, para evitar un entrometimiento a detalle con la economía, su transcurso y, sobre todo, sus protagonistas. La reprivatización del sistema bancario y financiero iniciada a fines de los ochenta y concluida durante la década siguiente; la desincorporación acelerada de las empresas paraestatales y el recorte de la inversión federal en todo el conjunto económico, y la entronización de la empresa privada como sujeto titular y rúbrica de crecimiento y bonanza, son tres elementos que ejemplifican la tendencia. Resulta evidente destacar que el impacto de este vector es mayor en el caso de los servicios públicos, cuyo rasgo histórico y emblemático en buena parte de ellos es justamente el suministro con base en el monopolio del Estado.

---

<sup>9</sup> Enrique Dussel Peters. “Hacia una política de competitividad en México”. En: *ECONOMIAunam*. Volumen 3, Número 9, Septiembre de 2006; 66pp.



- c. El control de la inflación como elemento nodal de la actividad del Estado y de la política implementada. El manejo del tipo de cambio peso-dólar –que llegó a tomar un perfil flexible a fines de 1994, para adecuarse a la coyuntura sin ataduras- fue considerado como *“ancla antiinflacionaria”*<sup>10</sup>, para prevenir una devaluación que rompiera el equilibrio macroeconómico. El complemento lógico de esta medida es la *flexibilización del marco jurídico-reglamentario aplicable a la inversión extranjera*, en tanto se desea que la economía retorne al crecimiento con la inyección de capitales que no comprometan más los niveles de endeudamiento del país.
- d. La imposición de una política salarial restrictiva y en general autoritaria sobre el trabajo, que llega incluso a desconocer la actividad de aquellos sindicatos de mayor cuestionamiento o combatividad. En especial desde la firma del **Pacto de Solidaridad Económica** y sobre todo durante la gestión 1988-1994, el control de los salarios, y mejor aún, su rebaja y ajuste indexado, tuvo el empeño de contraer la demanda y con ella constreñir el alza de los precios, para evitar los brotes inflacionarios. *“Como se reflejó en los pactos desde 1987, afirma Dussel, sólo un puñado de sindicatos fue aceptado por el gobierno para negociar contratos colectivos en las empresas, mientras que los demás fueron declarados, en su mayoría, como ilegales”*<sup>11</sup>. Como quedaría en evidencia durante el bienio 1989-90, el tratamiento que el Gobierno dispensó al gremio de los telefonistas no fue sólo de privilegio, sino de condescendencia y concertación respecto a sus planteamientos sobre el futuro de **Telmex**.
- e. El desarrollo de un *modelo de crecimiento económico sustento y estructurado en las exportaciones del sector manufacturero privado*, que en consecuencia se transforma en el centro titular de la dinámica de acumulación. Para la viabilidad productiva del modelo resultó imprescindible el liberalizar las importaciones, para que las empresas obtuvieran insumos importados baratos que facilitaran su desempeño como sujetos del esfuerzo exportador.

El arraigo de la *estrategia de liberalización* sintetizada es progresivo. No pierde el paso sin embargo, y en su trayectoria se acomoda a las coyunturas y acorde con el momento enfatiza alguno de sus ejes centrales y apenas explota otros. Entre 1983 y hasta 1985, ante el imperativo de imponer estabilidad financiera y controlar la inflación, se acentúan las medidas encaminadas a corregir los desequilibrios presupuestales y la balanza de pagos. Después, en el bienio 1985-87, se asientan las bases para concretar el programa de apertura comercial y poco a poco es evidente el desmantelamiento de los controles cuantitativos sobre las mercancías llegadas de fuera. Durante el primer año, se imprime mayor velocidad tanto a la reducción de los trámites y requisitos para obtener permisos de

---

<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Enrique Dussel Peters. *La economía de la polarización. Teoría y evolución del cambio estructural de las manufacturas mexicanas 1988-1996*. Op. Cit.;159pp.

importación como a la reforma del sistema arancelario, que se inicia en 1984. El primer movimiento es firme y radical y logra avances muy notables que se resuelven en tiempos muy cortos. Hacia 1982, la cobertura de los permisos llegaba al 100% y en tres años se minimiza para incluir solamente el 37.5% del total de importaciones. En lo básico, la liberalización incluye y regula a los bienes intermedios y de capital, así como a algunos bienes de consumo. La participación de los bienes de capital en el total de las importaciones controladas pasa entonces de 19 a 10% en 1986, cuando en 1982 llegaba a un grueso 31%<sup>12</sup>.

Todos movimientos efectuados buscan acomodar el ingreso de México al **Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT)**, que se data en junio de 1986. De hecho, el conjunto de medidas que se han implementado para esas fechas logra tal profundidad que los controles de la mayor parte del comercio internacional estaban ya liberados, por lo que matricularse en el organismo multilateral fue un proceso casi simbólico. La apertura anticipada y unilateral que encabeza el gobierno puede atribuirse a la prisa e inquietud de las autoridades por lograr la inscripción sin cuestionamiento alguno, que derivó en la imposición para cumplir todas las condicionantes para adherirse antes siquiera de oficializar la solicitud de acceso. Ello demuestra entonces que el programa de liberalización comercial tuvo el empeño de satisfacer las condiciones primarias que acreedores e instituciones internacionales exigieron a la administración federal como prerrequisito para mantener su apoyo en el manejo de la crisis. Bajo tal interpretación, la entrada al **GATT** puede contextualizarse como una señal del gobierno sobre la continuidad que tendría la política comercial, misma que vendría a sumarse a su esfuerzo vigoroso tanto para atraer inversión transnacional como para sumar todo el apoyo posible para avivar y conseguir el boom exportador que induciría el crecimiento. En esta línea no extraña que la liberalización lleve más allá sus fronteras: en el marco de la firma del **Pacto de Solidaridad Económica** se profundiza así la supresión de los permisos previos de importación en el caso de las manufacturas de consumo, y en el corto plazo tal medida puede calificarse como un éxito rotundo: a fines de 1988 únicamente el 20% del valor de las importaciones realizadas requirieron en efecto de esa práctica<sup>13</sup>.

Como escenario y pauta nacional de desarrollo, la estrategia de liberalización fue decisiva en el caso de las telecomunicaciones. Uno a uno, sus cinco ejes de implantación se anidaron en su despliegue y fueron elemento clave en el arreglo específico que el sector tomó en esos años, y en el desempeño operativo que pudo estructurar conforme se alteraban sus procedimientos y fórmulas habituales de funcionamiento, que además habían mantenido

---

<sup>12</sup> Cfr. Jaime Ros y César Bouillon. *La liberalización de la balanza de pagos en México: efectos en el crecimiento, la desigualdad y la pobreza*. Proyecto **Liberalización de la balanza de pagos: Efectos sobre el empleo, la distribución, la pobreza y el crecimiento**. Oficina Regional para América Latina y el Caribe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Abril de 2000.

<sup>13</sup> Cfr. Mariano Velasco Torres. "La política comercial en México: alcances y limitaciones en los objetivos de las llamadas reformas de primera generación, 1982-2002." En: *Aportes BUAP*, Año IX, Número 26, mayo-agosto de 2004. En: [www.aportes.buap.mx/26ap5.pdf](http://www.aportes.buap.mx/26ap5.pdf) - Fecha: 12 de octubre de 2006.

vigencia por varias décadas. Cada vector señalado tuvo su reflejo y correspondencia en los sistemas y servicios. Y de esa interacción constante, de ida y vuelta, germinaron las condiciones necesarias para configurar el nuevo rostro que el sector y sus pilares fundamentales tendrían a partir de 1990.

#### **B. En la fase preparatoria: desplome de la oferta estatal e iguala latente del proveedor privado**

El comportamiento del sector de telecomunicaciones durante la crisis de los ochenta argumenta su tercera etapa histórica, que abarca un breve aunque intenso sexenio que lo transforma en definitiva. A grandes rasgos, se distingue por la erosión del suministro público, que en primera instancia responde al radical ajuste de los recursos económicos dedicados a su funcionamiento, pero también encuentra sus raíces en la praxis particular de la estructura estatal, teñida en demasía por la costumbre de asumir al monopolio como patente de ineficiencia y por lo mismo con poca disposición para un compromiso cierto con los usuarios. *Si quieren el servicio que vengan*, era en mucho la máxima que aplicaba en el comportamiento de la burocracia adscrita a la atención y la asistencia a la ciudadanía, y su simple enunciación remite a todo un cúmulo de actitudes, hábitos y conductas más que lejanas de la responsabilidad que debiera contraer cualquier empleado federal consciente de su función y encargo.

La decadencia de la prestación estatal que se enraíza y agudiza en muy poco tiempo, contrasta de manera radical con la fortaleza de la oferta de servicios de la década precedente, nutrida por la abundancia de las divisas de exportación. El mercado, por su parte, adquiere una enorme dinámica por la nueva imbricación de los sectores productivos nacionales con los extranjeros y la construcción de las plataformas operativas para el comercio exterior, por lo que los sistemas e infraestructuras públicas son cuestionados constantemente por su cobertura, nivel tecnológico y desempeño operativo. La iniciativa privada insiste en que el suministro no puede constreñirse sólo al aporte de los servicios oficiales, consideración que anima y fecunda la hechura de una oferta privada que primero se insinúa marginalmente y después surge con fortaleza, incluso con una soberbia extrema que según su discurso se gesta en el reclamo por la ineficiencia del monopolio público y el hastío que ello implica después de años de mantenerla y soportarla. Con la función autoimpuesta del rescate benefactor, y sobre todo a partir de 1986, emergen pues actores inéditos en la prestación de las telecomunicaciones cuya presencia obliga por un lado a flexibilizar el cuerpo normativo para liberalizar algunos segmentos del mercado, y por otro contribuye a emplazar todo un ambiente donde nada se prohíbe y todo es permitido, si acaso el acto se cobija en la satisfacción de aquellas demandas. Según las normas vigentes, las consecuencias de violar el monopolio público únicamente implicaban la requisa de los equipos utilizados por el infractor, sanción que no lo inhibe e incluso sirve de impulso para mantener su operación porque lo transforma en víctima: él desea responder a la demanda insatisfecha –necesidad que todos reconocen– y las reglas vigentes se lo obstaculizan sin que medien otras iniciativas.

El *limbo* escenográfico que pinta al sector en aquellos años se agrava más aún por la dificultad para satisfacer el doble reto que las telecomunicaciones públicas enfrentaban. El primero refería a la obligación de mantener el funcionamiento de los servicios que ya se proporcionaban, quehacer comprometido frente a los niveles mínimos de inversión que se le asignan a la entidad operadora. Si en el segundo quinquenio de los setenta se había procreado una importante oferta pública que disponía de tecnología de punta, la carencia de recursos económicos suficientes ahora obligaba a utilizar aquel sustrato técnico en extensión y a profundidad, es decir, tanto para tratar de copar la demanda potencial, como para satisfacer los requerimientos presentes y futuros del usuario establecido, del suscriptor que ha contratado y utiliza ya la opción técnica que seleccionó. Así, con lo existente, con lo mucho o poco que se tenía y acumulaba, debía configurarse el mejor servicio posible. El segundo desafío era palpable únicamente al considerar la última adquisición del gobierno: era indispensable habilitar la infraestructura terrestre del sistema doméstico de satélites, rebautizado ya como **Morelos**, que se lanzaría para julio de 1985. El país disponía apenas de seis estaciones transmisoras y aunque en la plataforma terrena se contaban 137 estaciones distribuidas por todo el país, el 93% únicamente estaban habilitadas para recibir televisión y carecían por lo mismo de la facilidad para iniciar o responder la comunicación. El transporte de servicios distintos al televisivo planteaba entonces un dilema regido por el tiempo: después de su lanzamiento, cada día que el sistema no se aprovechara a cabalidad, significaba un desperdicio irreversible ya que debía descontarse de la vida útil de los satélites y ésta no podía prolongarse.

Los requerimientos señalados no son satisfechos y lo que ofrece la autoridad los salda de manera parcial, apenas suficiente. Repleta de carencias y sujeta a ajustes continuos y más tajantes cada vez, la actuación de la DGT es limitada y no logra acercarse siquiera al cumplimiento fragmentario de las metas programadas para el sector. Todo el entorno contribuye a afianzar una premisa que el tiempo y los hechos concretos validan con amplitud y que en ese momento agrava la cuenta pública: *sin recursos suficientes se degrada la oferta en forma natural. Ello deriva en la exigencia de una solución que lógicamente deja fuera al actor que justo ha administrado aquel suministro y lo ha orillado a esa situación deficiente: la entidad estatal.* En consecuencia, la liberalización no es sólo *el paso siguiente y necesario, sino la acción que reclaman todos los sectores porque elimina a la fuente de ineficiencia, el monopolio público, y abre la posibilidad de una renovación en manos del único sector que puede relevarlo, el agente privado.*

La respuesta oficial no puede ir más allá de los contenidos y desplantes de la política de reestructuración productiva puesta a punto. Y en ella las agencias estatales son reducidas a una expresión minúscula y con ella a un rendimiento exiguo. Si bien en el discurso se asegura que el gobierno busca dinamizar a las telecomunicaciones y para ello ejecuta acomodos orgánicos y reglamentarios distintos en las unidades a su cargo y en la estructura de gobierno, las acciones llevadas a cabo más se contextualizan en el ajuste de las entidades públicas propio del adelgazamiento de gasto y la restricción del déficit, que en la voluntad de servicio. La aplicación sin distinciones de la

estrategia macroeconómica no distinguía los sectores que afectaba y las telecomunicaciones tuvieron el mismo trato que todo el andamiaje federal. Así, las maniobras de la administración pública que desde principios de los ochenta moldearon al sector y dieron forma a su oferta, respondieron inclusive al detalle a los planteamientos de los organismos cumbre del capitalismo sobre programas de choque y reconversión productiva. Con ese parámetro, la remodelación de las telecomunicaciones se sujeta férreamente a las premisas que se enuncian a continuación, mismas que de manera integral abonaron el surgimiento de la empresa privada como titular único del suministro. Como vectores preparatorios de esa génesis se numeran pues...

1. Que desde principios de 1982, las telecomunicaciones vienen a ser uno de los sectores donde con *mayor fidelidad se aplicaron las políticas de ajuste macroeconómico, típicas del momento histórico internacional y de los planteamientos emanados por el llamado Consenso de Washington*. La reducción del gasto público para sujetar el déficit fiscal; el predominio de la racionalidad y disciplina financieras; el control cambiario como elemento de ajuste y fomento; la privatización de las entidades públicas y la contracción del financiamiento; la apertura de fronteras para procurarse capital y ampliar la base de exportación, se implementaron en forma intensiva y moldearon la capacidad y facilidades de la oferta de las telecomunicaciones públicas, y su posibilidad de servicio y de evolución. Tales vectores incidieron de manera directa en la constitución y en las particularidades distintivas del sector, y en la interacción cotidiana con sus interlocutores.
  
2. Que las manifestaciones concretas de la política de ajuste macroeconómico en el sector, *se significaron por el adelgazamiento permanente y pronunciado de los recursos de inversión y de gasto corriente; de las estructuras de servicio, y de la planta laboral dedicada*. La aplicación rigurosa, vertical y autoritaria de tal consigna, dejó de alimentar tanto el mantenimiento de los servicios operativos, como la consolidación de las nuevas opciones de comunicación e intercambio que apenas se habían liberado, lo que derivó en la merma del suministro y en la contracción drástica de su compromiso público. Tanto las plataformas de conducción de señales como los servicios terminales y su cadena de valor, efectivamente resintieron las barreras señaladas y no pudieron evolucionar más, al cerrarse cualquier alternativa posible de financiamiento o subsidio.
  
3. Que la apertura de fronteras también decretada igual obliga en el sector, y *tanto en el aprovisionamiento de bienes y sistemas como en la provisión de servicios, se registra un movimiento progresivo de liberalización que facilita e incluso propone y estimula el concurso de los proveedores internacionales*. Tal ordenanza dislocó las cadenas de valor de la oferta pública que tan celosamente se guardaron por más de cincuenta años, y afectó además a los sistemas de siempre y asimismo a otros originales que habían debutado recién. Para zanjar el ingreso de proveedores adicionales, hubo incluso que modificar la reglamentación secundaria.

4. Que el derrumbe de la oferta estatal y la apertura de la economía que lo agrava, *propicia que el período 1982-1988 funcione como una etapa de tránsito entre la provisión monopólica de los servicios, y el esquema privado de prestación.* Durante el sexenio, la *intervención de los particulares* brinda sus primeros proyectos con base en la explotación de ventanas de negocio ciertas, y de inicio *se insinúa y opera en contra de la regulación vigente* para mantener sus exhortaciones de mercado. Más tarde, llega a ser altiva, retadora, y *aprovecha e interpreta a su favor el marco normativo* para obtener la autorización de intervenir mediante las fórmulas acostumbradas y la interpretación laxa del marco reglamentario. Por último, las maniobras que el capital privado lleva a cabo en esos años vienen a ser antecedente fundamental en el cambio de los *ordenamientos jurídico-políticos aplicables al sector, que sobre todo a partir de 1990 modifican la estructura regulatoria y promulgan nuevas reglas del juego* que consideran y legalizan ya el papel protagónico de personas físicas y morales en la explotación intensiva de las telecomunicaciones.
  
5. Que la vocación del capital privado es diferente a la que anima la inversión pública, por lo que la ruta de las telecomunicaciones nacionales a partir de su concurrencia tiene como perspectiva única de desarrollo *el lograr economías de red, máxima que acota su funcionalidad de servicio público y de interés general.* El inversionista privado busca capitalizar sus activos en el plazo más corto posible y con el mayor rendimiento, por lo que su oferta se estructura y expande con base en las capacidades, sistemas y potencial de socios extranjeros, sobre todo estadounidenses, que arriban al país con motivo de la apertura. Ello provoca que el proceso de reestructuración iniciado profundice la dependencia tecnológica enraizada desde los sistemas pioneros, situación típica en la historia toda del sector. Ilustra el punto el uso indiscriminado del esquema llave en mano, mismo que soporta al servicio mediante la importación de un *paquete completo, monolítico y cerrado* que se implementa en sitio y no admite modificación alguna en el ámbito tecnológico, administrativo y/o comercial. En consecuencia, la alianza de negocios con proveedores foráneos reconocidos es uno de los vectores dominantes, que tiende a perpetuarse porque las firmas foráneas están más que deseosas de acceder a la explotación del mercado virgen que se les ofrece, y las entidades locales pueden abrir esa opción con todo el apoyo de las estructuras económicas y políticas.
  
6. Que obligada por la apertura y opuesta a la oferta privada que nace y a sus asociados extranjeros, la prestación estatal carece del rendimiento productivo suficiente para mantener su predominio, por lo que *se subordina a la estructura transfronteras y solamente proporciona aquellos servicios de menor contenido tecnológico, cuando no la simple conexión terminal.* Tal jerarquización supone una *maquila de servicios en tanto la estructura mexicana desarrolla los segmentos productivos de menor valor de la cadena completa.* Como tendencia estructural, la subordinación aludida se ejemplifica tanto en los sistemas de larga data como el télex o el envío de remesas, y asimismo en los de avanzada, cuya evidencia más clara

es la división de tareas implícita en la coordinación de satélites domésticos entre México y los Estados Unidos para la prestación de servicios en esas plataformas en los dos países de inicio y después igualmente para Canadá.

El entrelazamiento progresivo y sistemático de los seis vectores conforma el escenario de las telecomunicaciones en el sexenio 1982-1988. Durante la etapa, el sector se desenvuelve en un entorno crítico, donde en forma permanente se cuestiona su constitución formal y operativa, y se vacila respecto a su permanencia como oferta única. A la distancia, es claro que esas consideraciones fueron el preludio de la reconversión de los servicios del Estado, objetivo que encontrará su impulso y configuración definitivos en los años que siguieron. En el período, el gobierno del sector adoptó la política económica trazada para espolear la reestructuración y el cambio en el modo productivo, y al trasladarla a las telecomunicaciones las sujetó a un ambiente de restricción constante que vino a acreditar el porvenir deseado para todo el aparato público: su metamorfosis plena de la que habrían de resurgir con una paternidad distinta, sin rasgos ni identificaciones sobre su origen estatal. En la orquestación de ese propósito, la secuencia de situaciones y testimonios que enseguida se describen, tuvieron la finalidad de abrir brecha para culminar ese objetivo. Por ello, su interpretación debe arraigarse en la historia, ir más allá de lo que argumentan los hechos, y asumirse como el conjunto de evidencias que al sembrar entonces el futuro de las telecomunicaciones, procrearon las virtudes y defectos que hoy las distinguen y tanto estrechan su utilidad social.

#### 1. De ajustes y reducciones: el financiero que cohibe la oferta, el orgánico que intenta conservarla

En el período 1982-88, las condicionantes financieras definen el comportamiento de la inversión dedicada al sector. Parte de los obstáculos y carencias que frenan su desarrollo tienen en efecto esa estirpe. La insuficiencia de recursos; la drástica reducción del poder adquisitivo del presupuesto finalmente disponible; el rápido incremento en los costos de los bienes y servicios necesarios para el suministro; la constante devaluación de la moneda respecto al dólar –misma que en el período de 1983 a 1988 llega al 81.56%- que afecta las compras de bienes y contratación de servicios del exterior, conforma el marco económico en el que se desenvuelve la administración de los servicios públicos durante esos años. A manera de indicador envolvente, un último dato es fundamental en el escenario: entre 1983 y 1988, la tasa de inflación de la economía alcanza en promedio un superior 94.3%, lo que devalúa las operaciones e intercambios por lo menos en el mismo porcentaje. El deterioro es persistente y si algo engendra en las telecomunicaciones es incertidumbre sobre el destino que tendrá la oferta estatal. Para los actores implicados, sobre todo los trabajadores, no se trata ya del estado y situación de los servicios públicos: ahora el tema es mantener la cohesión, la que sea posible; la unidad que pueda conservar su integridad operativa.

Al realizar un acercamiento más puntual sobre la marcha de las inversiones federales adscritas a la **DGT**, puede cuantificarse las consecuencias y los impactos reales de la crisis. Como se ha señalado, uno de los componentes centrales en la estrategia oficial para sortearla fue el ajuste permanente del gasto público, para detener el proceso inflacionario y frenar las compras al exterior. Y para la **DGT**, tal ordenanza tuvo un impacto decisivo en tres frentes delimitados. Éstos se manifiestan en:

- i.* La *escasez de la inversión adscrita respecto a las necesidades de financiamiento*, incongruencia que remite a la política de asignación efectuada en dos niveles orgánicos distintos: del gobierno federal hacia una de sus instancias, la **SCT**; y de ésta para sus unidades administrativas subordinadas, en este caso, la **DGT**.
- ii.* La *disminución de los montos disponibles durante el ejercicio presupuestal*, situación poco controlable por la administración central en tanto dependía de la evolución de la economía y de los resultados obtenidos por la política aplicada. Al reducirse y devaluarse en forma periódica la inversión anual se adelgazaron de manera significativa los recursos etiquetados. Si bien esta restricción se estructuró en las dificultades inherentes al desarrollo de la crisis económica, también respondió al manejo político y administrativo que los titulares de la Administración Pública imprimieron en sus decisiones para decretar los ajustes. El poder federal *determinó en efecto el quienes y el cuanto* de los ajustes, y con ello influyeron en el destino de la oferta de servicios y en su configuración material. Incluso, puede decirse que a partir de esa época y como producto de los afanes por lograr estabilidad macroeconómica, las telecomunicaciones son concebidas como un sector industrial más, sin relevancia, trascendencia, o rasgos especiales, y por ello se les ha sujetado a las mismas disposiciones y mandatos que cualquier otro agente económico. Tal percepción ha sido tan penetrante y convincente que incluso formó parte del sustrato ideológico-argumental que guió el proceso de privatización de **Telmex**: de manera implícita, se le trató como una empresa más, igual a tantas otras que fueron desincorporadas de la estructura estatal. Poco importó que su vocación fuera bien distinta a cualquier otra; no tuvo peso alguno que se le evocara como instancia decisiva tanto para el desarrollo social como para el crecimiento de los individuos que integran una colectividad.
- iii.* La *pérdida de poder adquisitivo de los mismos recursos, debido a la devaluación de la moneda y por el efecto inflacionario*. Estos procesos fueron impredecibles también y evolucionaron con escaso control de autoridades y funcionarios. En consecuencia, el poder de compra de la inversión asignada disminuyó en forma gradual y sustantiva, a tiempo que la inversión se estrechaba y mientras en el entorno económico la crisis y a sus manifestaciones más radicales proseguían.



Los efectos combinados de los tres vectores fueron desde luego directos y negativos, y deben cuantificarse en la expansión y en el mantenimiento de los servicios. La exploración a detalle de las cifras disponibles testimonia ese impacto y precisa las particularidades de la evolución del gasto, en suma restrictiva. De esta forma, el estado de los servicios, las múltiples carencias que los tipificaron en la época, tienen ese fundamento y procedencia.

*a. El ajuste radical de la solicitud original de inversión.*

La merma permanente a los recursos no generó únicamente un efecto inmediato, sino además un impacto diferido, que tuvo incluso una mayor trascendencia. En el diseño de los programas de inversión originales, la DGT incluía todos los requerimientos a cubrir y desarrollar con el financiamiento público, por lo que esa estructura presupuestal reflejaba tanto las actividades de mantenimiento de sistemas y estructuras, como el desarrollo de nuevos proyectos. Al comprimirse ese primer presupuesto, las acciones no realizadas debieron postergarse al ejercicio siguiente, el que a su vez también fue ajustado y generó un círculo vicioso de muy difícil desenlace: si la inversión original comprendía las acciones a llevar a cabo y los recursos que implicaba, la postergación de las mismas conlleva no sólo su cancelación temporal que incide ya en el deterioro del servicio, sino su reprogramación forzosa que implica una erogación más elevada porque ahora deben adicionarse los recursos suspendidos y los necesarios para el nuevo ejercicio. De repetirse el aplazamiento, el artificio se refrenda pero con un agregado esencial: con cada aplazamiento, lo programado se vuelve una demanda urgente que de no cumplirse compromete la operación o la mejora de los servicios. Se gesta así una demora constante de proyectos que con el tiempo aumentan su complejidad financiera, ya que siempre demandarán más recursos que los adscritos de manera original. Al reflejar estas dilaciones en los seis años del período, el incremento porcentual de las solicitudes de inversión evoluciona a un promedio del 123.6%, cifra si bien elevada igual comprensible en tanto incluye todas las necesidades de recursos de los períodos anteriores que se repercutieron en el ejercicio siguiente. En tal supuesto, el crecimiento no es extraordinario: simplemente representa de manera drástica la insuficiencia de recursos que se padece en toda la gestión. En tanto la tendencia se profundiza, aparece una enorme disparidad entre la inversión solicitada y la finalmente obtenida: durante todo el sexenio se pretendieron recursos por 457 mil 105 millones de pesos, y en realidad pudieron gastarse 132 mil 63 millones, es decir, el 28.8% del requerimiento primario. En forma por demás contrastante, en el último año del período únicamente se permite la ejecución del 26.9% de los montos pretendidos, cuando justo en la solicitud asociada se había programado incluir las menguas presupuestales de los cinco años precedentes. En 1987 se obtiene el mejor promedio por una razón de coyuntura: ante el compromiso de adquirir los equipos para transmitir el mundial de fútbol, se adelantó la inversión de ese año para comprometerla en 1986 (*Cuadro 31*).

Cuadro 31

**Inversión\* dedicada al sector de telecomunicaciones en el período 1983-1988**  
(Cifras en miles de millones)

Años	Solicitada (1)	Autorizada (2)	Variación 2/1	Ejercida (3)	Variación 3/1	Actualizada <sup>1</sup>	En dólares <sup>1</sup>
1983	8,116	3,503	43.2%	2,900	35.7%		192.96
1984	17,512	10,033	57.3%	7,345	41.9%	6,066	396.61
1985	32,668	13,687	41.9%	13,012	39.8%	5,055	419.36
1986	55,464	14,613	26.3%	12,056	21.7%	2,623	189.00
1987	60,714	42,108	69.4%	40,700	67.0%	2,916	289.52
1988	282,631	76,053	26.9%	56,050	19.8%	1,300	244.80
Promedio	457,105	159,997	35.0%	132,063	28.8%	3,592	30,326

(\*) No incluye la adscrita a Teléfonos de México. Salvo excepciones anotadas, todas las cifras se manejan en pesos mexicanos.

(1) La actualización a precios de 1983 se realizó conforme la inversión autorizada; la conversión en dólares se efectúa sobre los montos ejercidos. En cada caso, las estimaciones se han realizado con base en los índices que se explican; respectivamente:

	Variación en % de la inflación respecto al año anterior	Tipo de cambio nominal promedio anual, pesos por dólar
1983	103.75	150.29
1984	65.46	185.19
1985	57.75	310.28
1986	86.23	637.87
1987	131.83	1,405.80
1988	114.16	2,289.58

Fuente: Dirección General de Telecomunicaciones. *Programa Omega, Segunda Parte*. Mimeo, Noviembre de 1988.

**b. La desgaste del poder adquisitivo de los recursos autorizados.**

Aunque se observa que en el período 1983-88 los presupuestos autorizados a precios corrientes evolucionan de los 3 mil 503 millones de pesos a los 76 mil 50 millones, al inducir en esas cifras los índices de inflación se obtiene el escenario real del gasto, mismo que está lejos de aumentar en tal progresión. Los montos a ejercer presentan una disminución sostenida cuando se justiprecian a precios de 1983. Si bien en el bienio 1983-84 la inversión casi se duplica –en tanto evoluciona de los 3.5 mil millones a los 6 mil 66– a partir de 1985 la reducción es abrupta y sostenida: 5 mil 55 millones en ese año, y sólo 2 mil 623 millones de pesos en 1986. Para 1987, la inversión aumenta hasta los 2 mil 916 millones de pesos –cifra que representa únicamente el 48% de los recursos autorizados para 1984– y un año después desciende más aún al obtener un registro de un mil 300 millones de pesos. Esta última asignación es apenas la mitad de lo registrado en 1983. El análisis de actualización de precios indica así que la autorización de inversiones tuvo una tendencia de –17% en 1985; de –52% para 1986; durante 1987 se presenta un incremento del 11% para las adquisiciones de equipo previstas para la transmisión del campeonato de fútbol, y finalmente, para 1988, se polariza el decremento y arriba ahora a un superior - 48%. Si se establecen comparaciones, resalta que en ese año solamente se permite el ejercicio del 43.5% de la inversión de 1983, esto es decir, 1.3 mil millones de pesos versus 3.5 mil millones.

**c. La sostenida devaluación de los recursos destinados a la importación.**

La retracción de los dineros a comprometer condicionó también la compra de bienes y la contratación de servicios de procedencia extranjera, por lo que el proceso de suministro estuvo sujeto a las variaciones de la moneda en el mercado cambiario. La dependencia hacia el exterior cobró entonces la factura, y al ajustar la disponibilidad financiera periódicamente, la inversión se retrae en monto y en especie, cuando no en definitiva es cancelada porque carece de sentido mantenerla ante la penuria de lo que podrá adquirirse. El presupuesto debió pues absorber alzas continuas en costos, y en lugar de compensarlas con mayores recursos, la disminución de éstos contrajo todavía más el poder de compra. El *Cuadro 32* señala el monto de las necesidades que debían cubrirse con moneda extranjera cada año, y al repercutir la evolución de la paridad cambiaria, se observan dos tendencias: *i)* entre 1983 y 1986, la cantidad disponible en dólares no aumenta sino que se reduce; y, *ii)* La excepcionalidad de 1987 sube el monto disponible respecto al del año anterior, pero en los últimos doce meses del período la inversión vuelve a contraerse.

Los factores económicos mencionados atrofian el desempeño del sector en cantidad y calidad. Los programas de conservación, por ejemplo, debían realizarse anualmente con equipos, refacciones e insumos que han sido adquiridos con recursos presupuestales de ejercicios anteriores. Al carecer de presupuestos suficientes, las redes y

## Cuadro 32

**Destino de las inversiones ejercidas en el período 1983 –1988**

	<i>Inversión Ejercida<sup>1</sup></i>	<i>Crédito Externo<sup>1</sup></i>	<i>Paridad Peso / Dólar</i>	<i>Monto ejercido en Dólares<sup>2</sup></i>
1983	2,900	890	150.29	59.22
1984	7,345	5,111	185.19	275.98
1985	13,012	8,206	310.28	264.47
1986	12,056	9,589	637.87	150.32
1987	40,700	32,254	1,405.80	229.43
1988	56,050	43,013	2,289.58	187.86

(1) En miles de millones de pesos.

(2) En millones de dólares de EEUU.

Fuente: Elaborado a partir de: Dirección General de Telecomunicaciones. *Programa Omega, Segunda Parte*. Mimeo, Noviembre de 1988.

servicios se afectan en dos tiempos: tanto en forma inmediata, en el día a día, cuando no alcanzan a cubrirse todas las necesidades presentes, y también de manera diferida, ya que se altera el programa completo de asistencia preventiva que pierde oportunidad y coherencia si no se dispone de los insumos y materiales indispensables. Una situación de emergencia apenas si puede solventarse en tal escenario crítico, y no fue inusual que los servicios salieran de operación sin poder predecirse cuando se lograría recuperarlos. Estas manifestaciones que contribuían a generar una pésima imagen del servicio público, fue sólo una de las aristas del problema. Además, producto de la insolvencia presupuestal, en los tres temas que se describen a continuación se presentó también un escenario de crisis y emergencia.

**d. La insolvencia para cubrir los contratos de mantenimiento.**

En promedio, el 31% del presupuesto total de conservación de aquel entonces se destinaba a comprometer esos servicios, y fue evidente que producto de la misma crisis económica los proveedores aumentan sus precios hasta en un 100% anual. Ello significó que sólo pudieran fincarse las tareas de mantenimiento más urgentes, en detrimento de una acción programada y de perfil preventivo. Quizá el caso más representativo de aquellos años sea el correspondiente al centro **Infonet**: las compañías proveedoras del mantenimiento incrementaron sus facturas hasta en un 120%, aduciendo el impacto de la inflación en sus operaciones. Con ello, en los últimos dos años de la gestión, la acción única de conservación fue la limpieza exterior del sistema, que se realizaba por semana; todo lo restante fue cancelado.

- e. *La incapacidad económica para soportar la compra de insumos complementarios y el desarrollo de actividades de soporte (Vgr. transporte hacia las instalaciones externas).*

Buena parte de los equipos y sistemas instalados hasta esa época presentaban una antigüedad promedio de hasta 15 años. Ello implicaba que las refacciones y materiales de mantenimiento debían obtenerse bajo pedido específico, porque no se encontraban en almacén necesariamente. La problemática financiera impidió que estas adquisiciones pudieran llevarse a cabo de manera completa, lo que derivó en la cancelación de pedidos o en ajustes en especie, que obligaron a decidir las prioridades de la actividad y dejaron siempre sin atender a otras instalaciones.

- f. *La falta de una capacitación suficiente y a profundidad para el personal a cargo de las funciones de conservación.*

El alto grado de especialización técnica de la infraestructura de telecomunicaciones demanda recursos humanos con la apropiada instrucción y conocimientos sobre el manejo y operación de los sistemas, mismos que no son abundantes. Además, el sector presenta una de las tasas más altas de innovación tecnológica, por lo que la actualización de los recursos humanos era imprescindible. En general, la insuficiencia presupuestal provocó que estas actividades no se desarrollaran cabalmente. En la red **Telepac**, por ejemplo, nunca pudo realizarse una labor sostenida de capacitación, y tampoco se logró contratar al personal idóneo para la operación del servicio. Con ello, se limitaba su desempeño porque no era posible ofrecer asistencia técnica con solidez y prestancia.

Asociado a los recursos humanos, se destaca asimismo que las reducciones, ajuste y devaluación de la inversión tuvieron una secuela importante en el apartado de gasto corriente, en especial para el renglón de personal. La congelación de salarios y contención de prestaciones que se impusieron en todo el ejercicio, provocó un adelgazamiento forzoso de la planta básica de técnicos y operarios de los sistemas y servicios. En lo general, tal estrangulamiento fue propiciado principalmente por:

- g. *Los niveles salariales que se ofrecían, mismos que no estaban acordes con las funciones, tareas y responsabilidades del personal adscrito a las áreas operativas y técnicas.*

Una muestra reveladora de tal situación se presentó en el servicio télex: de los 13 especialistas que conformaban la planta original a mediados de 1977, únicamente permanecieron tres hasta 1986, quienes recibían cargas de trabajo excesivas y con ello se propiciaba la desatención y el bajo rendimiento. Esta fuga de recursos –que no podía detenerse y contrarrestarla hubiera significado la erogación de montos extraordinarios- fue más costosa aún al comprobar que la capacitación del recurso se llevó a cabo en el extranjero y con cargo al presupuesto federal.

*h. La rotación y ajuste en cantidad y calidad de los recursos humanos disponibles.*

El problema fue resultado tanto de la poca competitividad de los salarios respecto al mercado externo de trabajo, como de las medidas de austeridad puestas en práctica, que propiciaron una radical disminución del número de plazas disponibles y la migración del personal más calificado. Los programas de retiro voluntario, de desconcentración y de jubilación con apoyo económico y trato especial, generaron una constante migración de los recursos humanos más preparados que ya no pudieron sustituirse. En 1987, por ejemplo, la **DGT** sufrió la congelación del 3% de su plantilla de personal, lo que significó la desaparición de 113 plazas en el ámbito central. Cabe apuntar además que los salarios no sólo se mantuvieron muy por debajo de la oferta de empresas del sector privado, sino aún presentaron desventaja respecto a otras dependencias del aparato oficial. En este sentido no es ocioso mencionar que en 1987 el promedio de los salarios del personal de la **DGT** representó apenas la sexta parte del promedio correspondiente a los trabajadores de **Telmex**.

En cuanto a la ampliación y expansión de las telecomunicaciones, las consecuencias prácticas de la insuficiencia económica golpearon de frente justo donde más importa a las estructuras de gobierno: el cumplimiento cuantitativo de las metas programadas para el período, que como siempre fue establecido sólo en términos numéricos. Como en cada inicio de sexenio, el Gobierno Federal estableció sus objetivos de trabajo que se presentaron en el **Programa Nacional de Comunicaciones 1984-1988 (PNCT)**. De ese ordenamiento, se derivan los **Programas Operativos Anuales (POA's)**, que traducían los objetivos del **PNCT** en propósitos a concretar en los doce meses calendario considerados. Durante el período de referencia, en este instrumento se repercutieron ajustes y cancelaciones –que incluso llegaron a sucederse cada mes– por lo que en cada período anual se generó una primera disminución entre el compromiso sexenal correspondiente y el aplicable en cada ejercicio periódico. De este último indicador se refieren las metas cumplidas, renglón que presenta diferencias importantes tanto con las metas sexenales como respecto a las de cada año.

El análisis comparativo de los tres indicadores, arroja pues las evidencias del impacto de las carencias financieras en el desempeño cuantitativo de esos años (**Cuadro 33**). Como es evidente, se presentan profundas diferencias entre las tres categorías. La primera registra el escenario ideal de las necesidades que debían cumplirse para proseguir el desarrollo de las telecomunicaciones, mientras que el segundo rectifica o ratifica tales previsiones conforme a los avances específicos que se alcanzan en cada año del período. Por último, el reporte de los resultados concretos remite no sólo a la eficiencia operativa del organismo que realizó el programa, sino también al entorno socioeconómico en el que ese se desarrolló. Sólo en la *red federal de microondas* se registra una correspondencia aproximada entre la programación original, lo planeado en forma efectiva para cada año del período, y lo finalmente concluido. En los sistemas y servicios restantes, las reducciones fueron drásticas e

impidieron la progresión de la capacidad disponible y de las facilidades a proporcionar al mercado. Para el *télex* – firmemente establecido, con 30 años de funcionamiento y fuente de ingresos principal para la DGT– y para la *red Telepac*, la restricción presupuestal resultó terminante: limitaron la expansión de manera decisiva y el encargo casi pudo cumplirse de manera simbólica únicamente.

Cuadro 33

*Cumplimiento de Metas Programáticas durante el período 1982 –1988*

Sistema / Servicio	Unidad de medida	Metas		Cumplidas
		PNCT	POA's	
Red de microondas	<i>Enlace</i>	32	30	28
Sistema de satélites	<i>Estación Terrena</i>	893	124	47
Telefonía rural	<i>Comunidad</i>	4,930	604	386
Servicio télex	<i>Líneas</i>	29,140	7,116	3,922
Red Telepac	<i>Puertos de conexión</i>	5,000	4,181	400

Fuente: Elaborado a partir de: Dirección General de Telecomunicaciones. *Programa Omega, Segunda Parte*. Mimeo, Noviembre de 1988.

La persistente insuficiencia financiera no fue el único elemento que dificultó el desempeño de las telecomunicaciones. El estilo gerencial; la voluntad política de gestores y funcionarios, que lo mismo privilegia o relega; estimula o castiga, conforma un segundo elemento que influyó en conformar la presencia débil y maltrecha de los servicios públicos de telecomunicaciones de aquellos años. Por anecdótico que parezca, es preciso reseñar que los juicios personales de la alta jerarquía burocrática influyeron en forma determinante sobre el sector. Tanto en las instancias ajenas a la SCT como en el propio entorno interno de poder, permeó la idea de concebir e instrumentar medidas que arrinconaron a los sistemas y servicios, y los condenaron a la inanición económica. En el caso de las dependencias de gobierno globalizadoras –**Secretaría de Hacienda**, y la extinta **Secretaría de Programación y Presupuesto**– prevalecía desde luego el compromiso con la estrategia del régimen y sin contemplaciones ni alegatos se estranguló la inversión, demostrando obediencia pero también un gran desconocimiento. Y ahí surgen como representativos los permanentes interrogatorios sin sentido que responsables de las áreas presupuestales realizaban para conocer el impacto que tendrían las reducciones financieras: en alguna de esas conversaciones surgió la pregunta sobre el necesario ajuste que debía realizarse en los transpondedores del **Morelos I**: lacónicamente, se respondió que nadie de la DGT estaría dispuesto a viajar al espacio para inhibir esos dispositivos conforme se sugería.

Dentro de la propia **SCT** también predominó la perspectiva de agotar al sistema de telecomunicaciones. En detrimento de los recursos que la **DGT** pudo absorber, muchos millones de pesos se dedicaron a fortalecer a las entidades desconcentradas creaciones del régimen –el **Servicio Postal Mexicano**, por ejemplo- que recibieron un tratamiento de privilegio con el pretexto de lograr su consolidación. Otra muestra por demás radical se enuncia al atender la asignación final de los recursos, que igual reproduce la decisión de fortalecer a uno y debilitar al otro. Aunque en los registros de la inversión de 1985 se consigna la cancelación de una partida por 150 millones de pesos, el destino real de esa suma fue la adquisición de 21 satélites inflables que pomposamente adornaron los centros **SCT** de toda la República. Tal desviación, irracional aún en un ambiente financiero de abundancia, es todavía de mayor trascendencia al mencionar que golpeó de frente la expansión y modernización de las estaciones radiomarítimas, que desde entonces comenzaron a declinar hasta desaparecer no obstante su profundo sentido social.

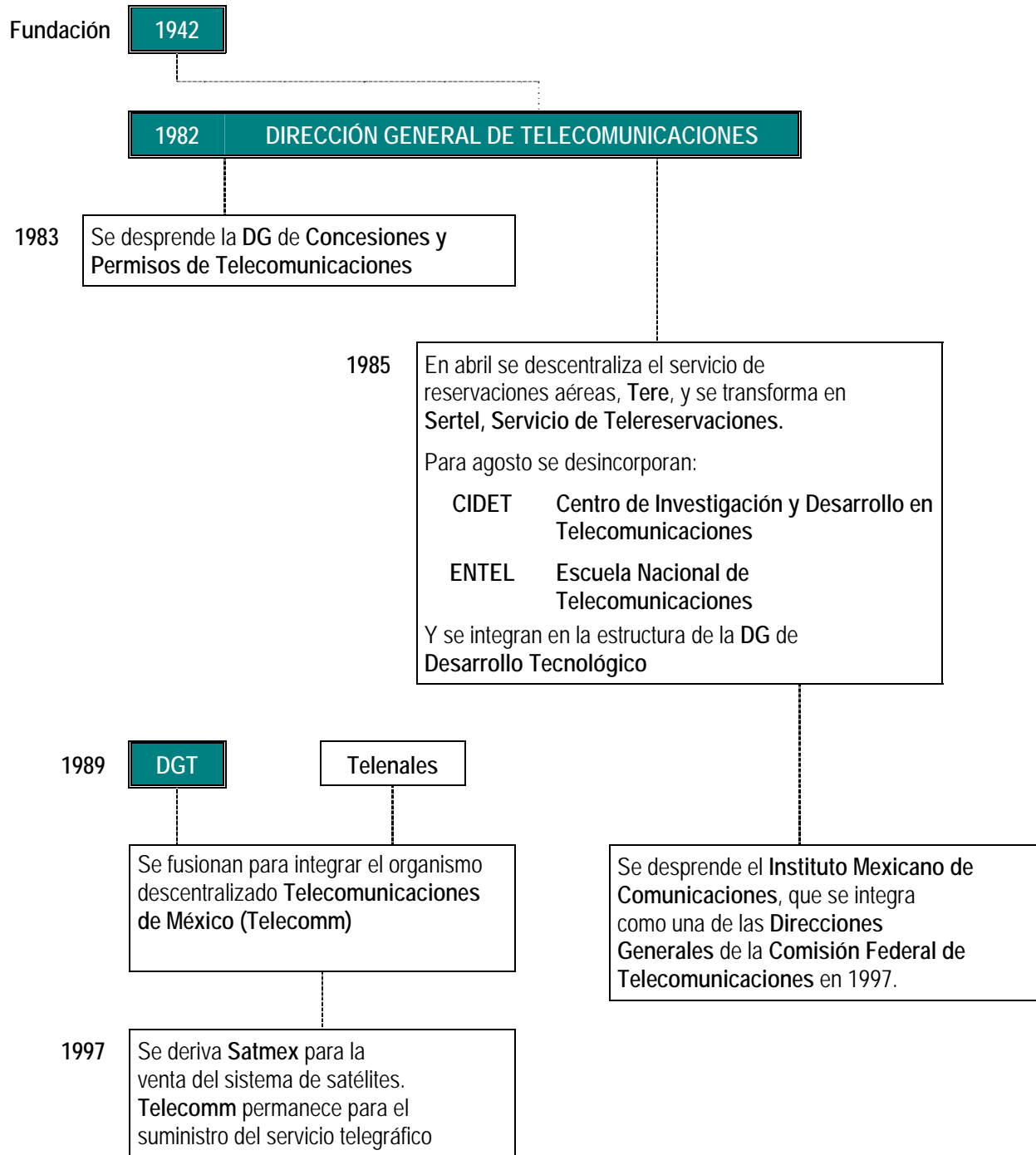
Más si la insuficiencia financiera y el tratamiento a la agencia estatal fueron problemas que dificultaron el accionar operativo de los servicios, otros factores derivados de la posición de monopolio a la vez fueron determinantes. La prestación única y dominante de los servicios funcionó como un lastre cada vez más pesado que por años generó una estructura anquilosada, de poca agilidad y sin capacidad para responder a los cambios y modificaciones que se sucedían permanentemente en el mercado. La comercialización de las facilidades disponibles prácticamente no existía, por lo que la oferta siempre fue lejana a la demanda; y con plena conciencia de ello. El resultante fue que la vocación de servicio se relegaba más cada día, y el interés público perdía su razón de ser porque carecía de sustento.

Justo la búsqueda de dinamismo en las entidades de servicio opera como otro peldaño para concretar la política económica orquestada para combatir la crisis. Según sus promotores, se emprende la reestructuración orgánica de todo el aparato de gobierno para facilitar el desahogo administrativo y de gestión de la demanda y del suministro de los servicios estatales, lo que equivaldría a responder con acierto a los cambios del mercado. Lo que el discurso omite señalar es que el proceso se fundamenta también en el reajuste del andamiaje burocrático propio de las políticas de restricción del gasto, que instrumentó en medidas de ahorro como el retiro voluntario; la reducción de plazas de confianza, e igual la desaparición orgánica de unidades administrativas completas. De esta forma en el segundo quinquenio del período 1980-1990 se detectan las primeras manifestaciones de esa vertiente y se llevan a cabo movimientos distintos de descentralización que modificaron la estructura federal del sector y rompieron su constitución monolítica que se traducía en potestad como autoridad máxima (*Cuadro 34*). Hasta mayo de 1983, la **DGT** contaba dentro de su esfera de facultades el desahogo de las funciones normativas; de otorgamiento de concesiones y permisos, y a la vez las referentes a la producción directa de los servicios. Este abanico de responsabilidades se traducía en el cumplimiento de dos obligaciones centrales: planear, crear y operar la



Cuadro 34

*Evolución de la estructura orgánica de la DGT en el periodo 1983-1997*



Fuente: Elaboración propia.

infraestructura pública de telecomunicaciones y regular al conjunto de las vías alternas al Estado que pudieran constituirse y que se consideraban también vías generales de comunicación. El primer movimiento de ajuste rompe esa unidad y el 25 de marzo de 1983 tanto se modifica la **Ley Orgánica de la Administración Pública Federal** como se promulga el **Acuerdo Secretarial** del caso para generar la **Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones**. La nueva unidad se desprende de la estructura de la **DGT**, donde lograba un nivel de **Subdirección General**.

Si bien el propósito general de la separación fue el delimitar claramente las funciones de regulación de las correspondientes a la operación, y con ello interactuar con el mercado con mayor agilidad, al no precisarse lineamiento alguno de coordinación entre la Dirección General matriz y la que la surgía, y al abundar las solicitudes para la prestación pública de servicios, en la práctica se presentaron situaciones contradictorias que surgían de decisiones de coyuntura y que revelaban la carencia de una base de entendimiento que cohesionara la política aplicada. Así, por ejemplo, se autoriza que **Telmex** incursione en el servicio de transmisión de datos para servir la frontera norte del país a través de **Telnor**, y tal alternativa correspondía a la **DGT**, que incluso tenía el monopolio sobre ella. Igual situación se produce en el servicio télex y de telefonía rural, cuya explotación se permite a una compañía privada quien puede ya, con la regla a su favor, competir con las únicas instituciones públicas autorizadas para ello. Estas contradicciones contribuyen a instalar aquel limbo regulatorio señalado, plenamente discrecional y sin planeación ni estrategia, sostenido por la interpretación laxa de la reglamentación aún vigente y por el afán de congratularse con los nuevos proveedores, que surgen por todas partes. Cabe decir que en franca paradoja, tal entorno se justificó en su momento bajo el ideario de fortalecer la función reguladora del gobierno –premise repetida con insistencia ya en los noventa, para las telecomunicaciones y para la economía toda– en tanto era preferible registrar y sancionar esas autorizaciones, que permitir de facto su funcionamiento. Esa reflexión no se sostiene en la práctica, ya que solo introdujo desorden al no existir reglas específicas y permitir todo lo que se solicitara. Con ello únicamente se fortaleció a los grandes grupos económicos, que justamente por su poder financiero intentaban diversificarse hacia el sector. El caso de **Televisa** y su ingreso en el teletexto que más tarde se aborda es muestra clara de ello.

A la modificación de marzo siguen otras más que emplean ahora la creación de nuevos órganos de suministro, que se configuran como unidades descentralizados y asimismo desconcentradas. En su momento, estos enroques en específico pretendieron matizar la erosión de la oferta pública de servicios al generar organismos con mayor autonomía respecto a la estructura federal, ya que fueron dotados de capacidad para la captación y el ejercicio de recursos económicos frescos, y para concentrar áreas de trabajo común para uniformar esfuerzos y acciones. De esta forma, el 14 de abril del mismo 1985, se genera el órgano desconcentrado **Servicio de Telerreservaciones (SerTel)**, con lo cual el personal y los recursos materiales y financieros respectivos se separan de la **DGT**. Después,

toca el turno a la estructura de administración y gobierno, y en agosto del mismo año el **Reglamento interior de la SCT** ordena la desincorporación de las unidades de investigación **Cidet** y de capacitación, **Entel**, mismas que desde ese momento se integran a la **Dirección General de Desarrollo Tecnológico** de la propia Secretaría.

1986 es un ejercicio parco en modificaciones ya que únicamente genera un desenlace: el 20 de agosto se crea el organismo descentralizado **Telégrafos Nacionales (Telenales)**, que se desprende de la Dirección General del mismo nombre. El Decreto que determinó esa secuela es claro al presentar las razones que la justificaban. *“La descentralización, se escribe en el Diario Oficial, es una forma de organización administrativa del Estado, prevista en la carta fundamental y en las leyes de la materia, que le permite desarrollar con eficacia y eficiencia las funciones que tiene encomendadas para el cumplimiento de sus fines... [por ello]... para la prestación del servicio de telégrafos, exclusivo del Estado, y de otros servicios diversos, conviene crear un organismo descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, al que se encomiende la prestación, organización, operación y control de los citados servicios y se den facultades suficientes para que, con autonomía de gestión, pueda aplicar sistemas que mejoren la productividad y eficiencia de dicha prestación...”*<sup>14</sup>

Conforme la línea argumental que se evoca, la desincorporación pretendía que el organismo abordara otros mercados a partir de la conquista de una mayor productividad en su desempeño. La evocación a *servicios diversos* tiene sin duda esa motivación, así como las referencias a la autonomía de gestión, la eficiencia y el patrimonio propio. Con el tiempo, el organismo no logra rebasar su encomienda original, y antes de fusionarse con la DGT en 1989 su única diversificación fue el absorber al telegráfico internacional, servicio por demás atractivo en tanto operaba las remesas del exterior que se manejaban en dólares. Para octubre de 1988, el servicio se integra en efecto a **Telenales** pero la competencia de otros proveedores todavía ilegales entonces evita que gane la parte de león del servicio.

La acción última que afecta a la estructura orgánica de la agencia estatal es terminante. El mandato del Poder Ejecutivo contenido en el **Decreto sobre Racionalización de Estructuras para las Dependencias y Entidades de la Administración Pública** del 5 de enero de 1988, determina un recorte póstumo en la DGT que le cercena siete unidades administrativas. La elección de los responsables recayó en las instancias siguientes:

- \* *Dirección de Teleinformática;*
- \* *Gerencia de Teleinformática Técnica;*

---

<sup>14</sup> Poder Ejecutivo Federal. *“Decreto por el que se crea el organismo descentralizado denominado Telégrafos Nacionales”*. En: **Diario Oficial de la Federación**, 20 de agosto de 1986.

- \* *Departamento de Organización y Métodos;*
- \* *Departamento de Transmisión Digital;*
- \* *Departamento de Mercadotecnia;*
- \* *Departamento de Sistemas Telegráficos; y,*
- \* *Departamento de Relaciones para la Telefonía Rural.*

El ajuste tiene un gran impacto en las actividades de la Dirección General porque obligó a realizar un mayor esfuerzo por parte del personal y los órganos administrativos que absorbieron las funciones adscritas a las áreas desaparecidas. En total, se cancelan 58 plazas federales, y al observar la lista de asuntos que se dieron por terminados puede adivinarse ya que el organismo preveía centrar su operación futura sobre las redes de tecnología más moderna y con énfasis en las actividades de transporte. La eliminación de la mercadotecnia y la telefonía rural es también significativa. El **Cuadro 35** expone el impacto de la reestructuración orgánica medido en la conformación de las estructuras operativas. El adelgazamiento fue mayor y no necesariamente afectó sólo a unidades sin importancia administrativa.

#### **Cuadro 35**

##### ***Ajuste orgánico de la DGT durante el período 1982-1988***

Órganos	Estructuras		Diferencia
	1982	1988	
Dirección de Área	4	4	0
Subdirección	17	8	-9
Departamento	72	61	-11

Fuente: Elaboración propia.

Las limitaciones del servicio público que se suscitan y desprenden de la problemática económica, igual vinieron a respaldar otros ejes políticos emanados de la estrategia para superar la crisis, y que también afectaron al sector: la apertura de fronteras para bienes y sistemas de las TIC, y el relevo de la empresa privada en el usufructo de sectores productivos antes de explotación exclusiva del Estado. La primera línea desembocó en la liberalización de los mercados terminales en los servicios télex y de comunicación vía satélite. La segunda devino más bien en la gestación del entorno propicio para la asistencia de los actores privados. Al margen de la reglamentación, o bien interpretándola con ventaja, efectivamente surgen distintos proveedores a terceros que facilitan los servicios de

mayor requerimiento, sobre todo para el medio empresarial. Tal intervención –tímida en ocasiones; oculta algunas otras, y sin duda todavía poco profesional y embrionaria– se revelará con el tiempo como la acción pionera que coadyuvó en la modificación de las bases operativas del sector. De principio, la participación privada se sustentó en la solicitud formal para suministrar servicios públicos, sobre todo con base en la introducción de nuevas tecnologías. Algunos de estos requerimientos se autorizan para responder a necesidades explícitas de la demanda, como fue el caso de la industria maquiladora instalada en la frontera norte del país, que reclama enlaces transfronteros y que **Telmex** se apresura a suministrar. La funcionalidad que se instaló a tiempo con la operación de estos sistemas robusteció la reestructuración productiva en marcha a nivel nacional, que tornaría a las telecomunicaciones en lo particular, y a las **TIC** en lo general, en sectores emblema de la integración asimétrica del país al sistema mundial y de la emergencia de los grupos financieros que van a encabezar esa transición. Así, uno de los rasgos primeros que va a distinguir al sector revitaliza fórmulas viejas e instala nuevas dependencias: si el programa de desarrollo fronterizo de 1965 había creado a la industria maquiladora para aprovechar las ventajas competitivas locales, ahora se conforma un esquema similar aunque sustento en el funcionamiento de uno de los sectores económicos de punta, la maquila de servicios. Y esa función se adjudica en dos frentes, disímbolos entre sí: tanto en el servicio de mayor importancia para la **DGT**, el télex, como en el sistema que el Estado crea en su última intervención como operador único de las telecomunicaciones: los satélites nacionales **Morelos**.

<p><b>2. Sobre la nueva triangulación: entre el atraso tecnológico del télex y las ventajas de su infraestructura terminal.</b></p>
---

Inaugurado hacia fines de los cincuenta, el desarrollo del télex argumenta con una claridad meridiana el prototipo del servicio público de telecomunicaciones, tanto por su clímax como por su decadencia. En su momento histórico y por algo más de 30 años, evidenció en efecto al esquema estatal de prestación, en tanto que el Gobierno Federal por mediación de la **DGT**, se encargó de todo su proceso de implantación, desde la concepción, los diseños técnico, mercadológico y comercial, hasta la conservación y reemplazo de los equipos terminales. En esta progresión, las ventajas tecnológicas del servicio lo llevaron a imponerse como sistema dominante en la comunicación de textos. Después, conoció una intensa expansión que únicamente arrojó datos positivos por tres décadas, y ya a fines de los ochentas fue desplazado por nuevos esquemas de vanguardia tecnológica, que lo superaron en eficiencia y sobre todo en costo.

Como primer sistema de intercambio de textos, el télex se presentaba con una ventaja decisiva: permitía que los clientes usaran los equipos terminales en sus propios domicilios y sin problema alguno, en tanto la instalación, el mantenimiento y facturación del mismo eran responsabilidad del organismo prestatario; incluso, la dotación del

teleimpresor se arrendaba: la DGT los adquiría del proveedor original en lotes abundantes, y los entregaba al receptor final mediante el pago de una renta mensual fija. El usuario solamente requería solicitar la conexión y aprovecharla en cuanto se habilitara. Con tal flexibilización, pronto el télex fue el mecanismo ideal para optimizar el desempeño productivo de muchos sectores mediante el intercambio de datos.

El inicio de operaciones del télex se remonta a 1957, con un retraso de 22 años respecto a Alemania, donde se genera la matriz tecnológica del sistema. Por dos décadas, el servicio incrementa progresivamente su oferta y con los recursos generosos y el afán público de expandir las infraestructuras del sexenio 1977-82, llega su esplendor operativo. En el período, se instalan 13 mil 702 nuevas líneas y se conectan 7 mil 78 teleimpresores, lo que representa un crecimiento extraordinario tanto en el suministro como en el aprovechamiento del sistema. Mención especial requieren las comunicaciones internacionales. La central localizada en México disponía de 746 líneas troncales que representaban el 97.4% de la capacidad disponible para el tráfico transfronteras. Ello permitía desarrollar 32 enlaces directos con igual número de conectantes, los que conformaban la plataforma para establecer comunicación hasta con 24 países de todo el mundo.

## 2.1 De caídas y retrocesos: el desgaste y atrofiamiento de la oferta estatal.

De la abundancia emerge el recule y desde 1983 se produce un marcado atrofiamiento del télex. El crecimiento de las líneas instaladas durante el sexenio presenta un incremento porcentual promedio del 3.71, índice muy por debajo del promedio histórico de expansión desde 1959, que se mantiene casi en los 18 puntos. Respecto a abonados, en los seis años se integran 5,502, cifra que representa un crecimiento del 6.3% promedio y que revierte otra tendencia histórica: durante el período 1959-1982, el promedio de ese indicador llegó hasta un superior 19.8% (*Cuadro 36*).

El ajuste constante en la inversión es uno de los elementos determinantes en la caída del télex. Al postergarse el mantenimiento de la red para privilegiar la expansión, se generó un cuello de botella porque ni una ni otra actividad pudo desahogarse por completo. Casi todas las centrales instaladas tenían un promedio de vida superior a los 10 años, y al integrar dispositivos ya en vías de obsolescencia se dificultaba aún más la conservación. Al no conseguir las refacciones requeridas, la red debía mantenerse con partes de equipos desmontados y ello disminuía progresivamente su eficiencia. En los circuitos de la red, la conmutación era lenta y provocaba saturación, lo que alargaba los tiempos de respuesta y de conexión y no permitía aprovechar la cobertura de 191 localidades conectadas, que se logra en la expansión de los ochenta. Además, se limitaba la prestación de servicios que demandaran mayor velocidad de transmisión, por el mismo motivo.

Cuadro 36

<i>Servicio télex: indicadores básicos por sexenio en el período 1957-1988</i>
--

	Líneas Instaladas		Nuevos Abonados Conectados	
	Incremento Porcentual Promedio			
1957-58	230		180	
1959-64	940	21.9	629	28.8
1965-70	3,020	22.1	1,844	22.7
1971-76	1,890	6.2	2,753	12.6
1977-82	13,702	21.6	7,078	15.1
1959-82	19,782	17.9	12,484	19.8
1983-88	4,824	3.7	5,502	6.3

Fuente: Elaborado a partir de: Dirección General de Telecomunicaciones. *Gestión 1982-1988*. México, DGT, Agosto de 1988; 34pp.

En conjunto, la problemática apuntada redundaba no sólo en el mal funcionamiento de la infraestructura, sino incluso en la inhabilitación de los tramos de menor uso y para poblaciones completas, sobre todo las del sueste del país, como Mérida y Cancún, que constantemente quedaban fuera de servicio. Por otra parte, la totalidad de la infraestructura de conexión de abonados dependía de las facilidades, cobertura y tiempos de respuesta de **Telmex**, lo que atrasó su desarrollo y acrecentó la demanda, sin posibilidades de satisfacción<sup>15</sup>. Asimismo, el télex debía enfrentar el surgimiento de sistemas alternativos y de avanzada tecnológica, como el fax.

La demanda insatisfecha del servicio registra proporciones significativas. Distintas evaluaciones realizadas a finales de 1988, indicaron que el número de solicitudes que no se habían cubierto alcanzaba alrededor de los 2 mil usuarios, de los cuales cerca del 40% se localizaba en el sureste y la región central del país. Buen número de esos pedidos era de empresas extranjeras, que demandaban comunicación internacional y en específico a Estados Unidos. El requerimiento de servicio sólo pudo atenderse en un 23%, por lo que se estimaba que poco más de mil 500 peticiones engrosaban una larga lista de espera, que no dejaba de nutrirse con más solicitudes.

<sup>15</sup> En este declive del servicio no faltaron los elementos coyunturales, que también revelan la erosión estatal. Para satisfacer la demanda registrada, desde 1987 la DGT inicia un esfuerzo de desarrollo tendiente a implementar el sistema *fonotélex*, que permitía la conexión del usuario mediante la red conmutada, lo que eliminaba la necesidad de instalar una línea telefónica dedicada. Aunque la experiencia y el plan piloto fueron exitosos, el proyecto se detuvo ya que los pocos recursos económicos disponibles debían dedicarse al sistema tal y como funcionaba.

Ante el desgaste de la oferta estatal la penetración de otros agentes fue un enroque esperado. La iniciativa privada busca aprovechar economías de alcance, y en un esquema que posteriormente vendrá a reproducirse, los nuevos oferentes *emplean y aprovechan la infraestructura del Estado para sobreponer y comercializar sus alternativas de servicio*. Para ello recurrieron desde luego a la matriz norteamericana bajo dos modelos de negocio: obtener los ingresos económicos que producía el tráfico télex México–Estados Unidos, y habilitar una nueva plataforma para el intercambio de datos con base en innovaciones tecnológicas que permitieran triangular la comunicación y aprovechar la extensión de la red estatal como infraestructura terminal, para el acceso local del usuario. Las empresas participantes en estas opciones figuraron con nombre y apellido: fueron los pioneros de una liberalización que en algunos meses irrumpiría con tonos irreversibles.

## 2.2 Los nuevos agentes: en busca de la capitalización inmediata.

Sólo cuatro años después de su debut, el télex era ya la fuente principal de ingresos de la DGT. Históricamente, la contribución del servicio oscilaba entre el 45 y el 60% de la suma total. En promedio, por ejemplo, durante el período 1982-87, el 51% de los ingresos globales tuvieron su origen en el intercambio télex. Tanto por las cuotas de compensación establecidas con los conectantes extranjeros como por facturarse en dólares, los ingresos del servicio internacional representan un porcentaje mayoritario, y las cifras correspondientes al tráfico con Estados Unidos se significan como la parte medular. En los seis años considerados, el 62.1% promedio de los haberes del télex provenían de esa fuente. Con ello, el 31.8% del global de ingresos –esto es, poco más de 492 millones de pesos– llegaron como producto de esa modalidad (*Cuadro 37*).

Las cifras anteriores animaron intenciones y propuestas. Si los mayores ingresos provienen de la comunicación transfronteras, parece razonarse, es posible desarrollar una rápida imbricación que genere un esquema alternativo de comunicación y con él pueda captarse ese ingreso sustantivo con base en menores costos. La opción debía sustentarse en premisas técnicas y de negocios suficientes, destacando de comienzo las siguientes:

- i) Aún cuando el sistema télex presentaba limitaciones técnicas y tecnológicas de importancia, *su explotación comercial no estaba cubierta y menos agotada*. Una oferta novedosa dirigida a segmentos específicos del mercado podía tener posibilidades rentables y, más aún, traducirse en ingresos extraordinarios por su direccionamiento preciso hacia el universo de usuarios no atendido.
- ii) Con un *sistema de transmisión de datos de mayor desarrollo tecnológico y de menor costo* podían superarse las desventajas evidentes de la oferta pública, desplazarla en el mercado de consumo y obtener con ello tanto el tráfico ya existente de los usuarios suscritos, como aquel potencial de nuevos conectantes.



Cuadro 37

*Ingresos totales de la DGT y por el servicio télex internacional en el período 1982-1987*  
(Cifras en miles de millones a precios corrientes)

Años	Ingresos Totales (pesos)	Servicio Télex		Tráfico Internacional (minutos)	A Estados Unidos	
		Ingresos	% del Total		Tráfico (minutos)	Ingresos (pesos)
1982	\$915	\$519	56.7	11,422	7,302	\$331.7
1983	\$991	\$550	55.5	12,597	7,813	\$341.1
1984	\$1,127	\$575	51.0	13,905	8,567	\$354.2
1985	\$2,129	\$1,238	58.1	13,268	8,329	\$777.1
1986	\$2,040	\$974	47.7	11,774	7,891	\$652.7
1987	\$2,434	\$893	36.7	12,553	6,997	\$497.7

Fuente: Elaborado a partir de: Dirección General de Telecomunicaciones. *Programa Omega, Segunda Parte*. Mimeo, Noviembre de 1988.

- iii) Al convivir con sistemas télex norteamericanos y con fronteras geográficas cada vez más porosas al tráfico de telecomunicaciones, el reto técnico se simplifica: había que *conducir el tráfico a las compuertas de cualquier operador estadounidense*, y una vez logrado el desplazamiento, proceder a su distribución al destino deseado, que incluso podría llevar *de regreso* al territorio nacional los mensajes y comunicaciones. Con esta *exportación inmaterial de tráfico rutinario*, se habría ganado ya la parte económica sustantiva, en tanto el intercambio télex de mayor volumen y de mayor ganancia en el servicio público era justo la modalidad internacional México–Estados Unidos.
- iv) La implantación funcional de este *sistema de traslado* no requería inversión alguna en tanto los sistemas de paternidad estatal podían operar interfaces abiertas, que permitirían configurar un *arreglo tecnológico superior al del télex en velocidad, almacenamiento y conmutación y a menor costo*, que podía operar como red de transporte para suministrar el servicio de manera indirecta.
- v) La configuración a desarrollar *tendría un carácter virtual y estaría normado por la eficiencia tecnológica, ya que debía generarse en cuanto fuese requerida para la transmisión – recepción de mensajes*, y mantenerse en estado latente de no necesitarse. Tal estado de *hibernación* facilitaba tanto el costo de funcionamiento del sistema alternativo, como su inhabilitación en caso de emergencia o de inspección.

- vi) El Estado *carecía de los medios para ejercer una acción punitiva o inhibitoria*. La evidente demanda insatisfecha del servicio podía sustentarse como *una razón de mercado con suficiente peso para detenerla*, sobre todo ante el entorno de liberalización que ya permeaba al país. Además, las penas o castigos por esa triangulación no iban más allá de la requisa de facilidades, y éstas no eran más que equipos de cómputo con un valor económico relativo.

En concordancia con las seis premisas señaladas, al margen de la normatividad aplicable o bien interpretándola con ventaja, se identifican proveedores distintos de servicios a terceros, que en principio pretenden copar la demanda que la DGT no ha satisfecho, y también erigirse como alternativa viable para el usuario real y desde luego para el potencial. En tiempos diversos de aparición pública y asimismo con resultados dispares, los protagonistas y su oferta marginal se conformaron con base en cuatro modalidades específicas...

- a. *Oferta de servicios de valor agregado a la red*. Supuso que cualquier conectante al servicio ofreciera información específica en temáticas determinadas, sobre todo de entretenimiento y deportiva. Para ello, a través del mismo servicio, se ofrecía un número télex para iniciar la consulta y por la misma vía se generaba la respuesta. Para registrarse en el servicio se proporcionaban los datos básicos y la factura se remitía por correo, para su pago mediante depósito en una cuenta bancaria. En la factura se incluía el pago que el proveedor del servicio debía hacer a la DGT por el uso del télex; por su parte, el cliente debía pagar asimismo el tráfico que había generado para comenzar su consulta, también a la DGT. Esta alternativa explotaba las *economías de alcance de la red*—es decir, a través de un mismo proceso se generaban varios productos o aplicaciones— y en esa línea el universo de usuarios posibles llegaba casi a los 18 millones, total de suscriptores que tenía el servicio a finales de 1988.
- b. *Arrendamiento de tiempo de conexión*, sobre todo para el enlace internacional. Esta variante implicaba que el poseedor de la línea y de los equipos de transmisión se transformase en un intermediario y distribuidor de mensajes entre los usuarios que se lo demandaran, obteniendo de ello una renta mensual o incluso por mensaje canalizado. Para acceder al servicio, sólo se requería marcar un número telefónico, proporcionar la clave del suscriptor receptor y el texto del mensaje; por igual se incluía la recepción de télex, que se entregaban mediante el pago correspondiente. En tal modalidad, el oferente funcionaba como *intermediario* entre quienes no tenían el servicio —y en consecuencia actuaba como emisor— y el total de conectantes, quienes podían ser los receptores del mensaje. Tal esquema era funcional cuando existían necesidades urgentes de comunicación punto–multipunto sin que importara el costo.

- c. *Renta de un circuito dedicado con conexión a un operador norteamericano*, que funcionaba como el enlace entre México y el exterior. La empresa arrendadora concentraba los mensajes nacionales<sup>16</sup>, los canaliza a la compuerta foránea a través del enlace dedicado y de ahí se retransmitían hasta su destino final, que inclusive podía ser alguna locación mexicana. La compañía oferente obtenía ganancias por el envío del mensaje y repercutía los costos de transmisión al usuario final, a quien se le facturaba en forma mensual o por unidad transmitida. El esquema funcionaba igual que la opción anterior. La gran diferencia era la tarifa aplicable por parte del proveedor. Al concentrar tráfico y remitirlo por una infraestructura de mucha mayor velocidad que la ofrecida por la red télex, disminuía el costo de transporte, lo que permitía ofrecer menores precios al usuario final.
- d. *Firma de acuerdos de representación con empresas norteamericanas para la oferta de sus servicios en México*, utilizando las conexiones internacionales de la red de conmutación de paquetes **Telepac**. Mediante el concurso de los operadores estadounidenses asociados en el servicio, se ofrecía no únicamente el servicio télex sino otros más de transmisión de datos, como un rudimentario correo electrónico, el envío de fax multidestino, o la consulta a bancos de información. Uno de los conectantes que convino acuerdos de esta naturaleza fue **Tymnet Communications Compañía**, que administraba el suministro de mensajería electrónica **Ontyme**. En México, el servicio se proporcionó mediante la participación de **Sistemas Cibernéticos, SA (SICISA)**, quien se encargó de contratar a los usuarios, asignar los nodos de **Telepac** y facturar por el servicio. Otros conectantes fueron **GTE Telenet Communications Company**, que ofertó su servicio **Telemail** a través de **Pentamex** en 1985; y **Swift Global Company**, que se asoció con el **Grupo Castle** hacia las mismas fechas. Además de estos casos, las compañías nacionales **Telepro**, **Intercos** y **Disónico** aparecieron en el mercado con convenios semejantes, aunque con escaso éxito económico y menos penetración comercial.

En las cuatro modalidades descritas, se involucran empresas nacionales. Quizá la más exitosa haya sido el **Grupo Castle**, que se desempeñó en las tres líneas señaladas y pudo mantener su propuesta hasta 1998. En este y todos los casos, la oferta de servicios se produce mediante el concurso de la infraestructura pública del télex, que exclusivamente opera como red terminal, para el acceso del usuario receptor. A la distancia, es claro que esta funcionalidad inauguraba el valor agregado en los servicios de telecomunicaciones, situación que no se preveía en la legislación aplicable entonces. De hecho, la incorporación de esa modalidad de servicio fue una de las primeras modificaciones que se efectuaron al producirse la liberalización del mercado. No es casual en esta línea que el

---

<sup>16</sup> El concepto se denominó "store and forward" ("almacenar y avanzar") y permitía retransmitir en un solo envío utilizando la configuración de "paquetes" de información, con lo que optimizaba el tiempo de transmisión. El **Grupo Castle** implementó el servicio más exitoso bajo esta modalidad, que incluso mantuvo su operación hasta 1998.

**Grupo Castle** haya sido la primera empresa en obtener un permiso para ofrecer servicios de valor agregado, en 1997: simplemente legalizó lo que ya operaba.

Hasta 1988, las alternativas señaladas se concretaban a espaldas del Estado, violentando pues las disposiciones normativas que prohibían la prestación pública sin autorización expresa del Ejecutivo, y la comercialización de facilidades autorizadas exclusivamente para el uso particular de los titulares de cada contrato o permiso. Sin embargo, tales transgresiones valen bien poco frente a la realidad de mercado, donde resalta que los oferentes privados son por demás competitivos: un cálculo conservador realizado en 1987, señaló que por una *comunicación a Estados Unidos vía télex de 16 minutos, la DGT cobraba un mínimo de 24 dólares; en tanto, los prestadores alternos podían reducir ese costo hasta sólo un dólar.*

### 2.3 La oferta de papel del Grupo IUSA.

Una quinta variante de intervención privada en el servicio télex se lleva a cabo al flexibilizar la regulación aplicable. El Grupo **IUSA** (Industrias Unidas, SA), que tendrá una intervención estelar en el nacimiento y despegue de la telefonía celular en los noventa, solicita y obtiene para su empresa **SOS (Servicio Organizado Secretarial)** la concesión para ofrecer el servicio en todo el país. La autorización se logra a partir de imponer una interpretación amplia de la concesión que la misma firma obtuvo desde 1953, y que le permitía ofrecer el servicio radiotelefónico a escala nacional. En el sentido con que después el mismo gobierno federal definiría a los servicios de valor agregado, la empresa propone que la transmisión télex se considere como una *señal añadida* a la conducción de voz, por lo que no se violaba la regulación vigente si se le permitía proporcionarlo con base en su propia infraestructura radiotelefónica. La autorización procede y en 1986 se adiciona la concesión original permitiendo que **SOS** suministre mensajería electrónica; conducción de datos y consulta remota de información. Para ello, la empresa ya había suscrito un acuerdo técnico y operativo con el conectante norteamericano **Graphnet**, mismo que le permitiría conjuntar facilidades y proporcionar los servicios señalados en el ámbito internacional.

La oferta de **IUSA** no logra mayor relevancia por un solo factor: tanto **Telmex** como la **DGT** rehúsan de facto interconectar sus infraestructuras con el debutante, pese a existir la disposición administrativa que las obligaba. Esta primera experiencia es antecedente obligado de la situación que se produciría a partir de 1997, ya en la operación telefónica: la entidad dominante tendrá siempre la ventaja frente a los competidores: simplemente se apodera de la prestación original y no consiente su uso.

Más con la negativa a la interconexión a **SOS** y con el enroque que siguió, la **DGT** intenta proseguir en su mercado natural, y para ello propicia que la normatividad aplicable se relaje. Desde los orígenes del servicio, la institución se

había encargado de proporcionar al usuario el teleimpresor, que funcionaba como equipo terminal de la red. La persistencia en mantener esta política a través de los años la condujo a una encrucijada de tres vertientes. Por una parte tenía que encargarse de la conservación y el buen estado de los equipos, por lo que debía mantener una planta propia de técnicos y profesionales, y lotes suficientes de refacciones e insumos. En segunda instancia, requería adquirir teleimpresores suficientes para atender a los nuevos usuarios y remplazar asimismo las terminales obsoletas o inservibles. Esta necesidad la obligaba tanto a establecer una relación de dependencia durable con el proveedor original de los equipos, el fabricante alemán **Siemens**, como a dedicar los recursos financieros necesarios para estas compras. Como tercer punto surgía el freno natural a la innovación tecnológica de los equipos terminales, en tanto ni la **DGT** ni **Siemens** tenían incentivo alguno para actualizar la tecnología disponible.

La salida fácil resuelve el dilema: para fines de 1987, la **DGT** desregula el equipamiento terminal de la red mediante dos acciones: permite la conexión a la infraestructura de equipo homologado, y se retira del aprovisionamiento de los teleimpresores, que ahora pueden importarse con un arancel favorable debido a la apertura de fronteras. De esta forma, por un tiempo **Siemens** maneja el parque existente. El resultado de esta primera liberalización fue de total desventaja para el organismo estatal: poco más de 4 mil usuarios cancelan el servicio. Con ello, los ingresos de la **DGT** se reducen significativamente.

El surgimiento de la oferta privada en el télex testimonia las primeras muestras de la sujeción del mercado de telecomunicaciones a la competencia, transcurso que afectó a toda la estructura pública de servicio. Ello implicó el desarrollo de los procesos productivos de cada uno bajo los esquemas de rentabilización propios del capital, lo que derivó en su emergencia como mercancía – servicio sujetos a la oferta y demanda. La contraparte de esta mercantilización fue el relevo de los parámetros de servicio social y de interés público en el desenvolvimiento posterior del sector. A partir de entonces, habrían de instalarse tanto otros criterios para evaluarlo como reglas diferentes a cumplir y satisfacer. Y esta última premisa fue decisiva en el sistema satelital, que de agente protagonista se transforma solamente en comparsa.

### 3. El sistema doméstico: los pasos vacilantes del inicio y la maquila de servicios satelitales.

La historia del servicio arroja varias lecturas. Lo misma ilustra con precisión terminante la sólida estructura estatal para su prestación monopólica, que la diligencia del propio Estado para desarmar ese esquema y adaptar el contrario, a tiempo que el nuevo discurso negaba justamente todos los beneficios que el mismo edificó para justificar el suministro público. La retórica que acompaña ese tránsito, es entonces prolífica pero a la vez aburrida: basta

analizar las premisas que glorificaron el monopolio de Estado para obtener las que lo critican: simplemente se cambia el signo de todos los enunciados para que surja ese contraste.

Otra lectura es puntual y si se asumen las leyendas que la acompañan plantea un transcurso armónico, inteligente incluso, que llega como fruto y resultado de la más fina planeación técnica. Siempre según el discurso, las primeras experiencias en la cobertura nacional se establecen casi como práctica piloto, y por lo mismo se concretan a través de la contratación con satélites extranjeros que no comprometen su prolongación. Una vez confirmada su factibilidad técnico-económica, se procede a afianzar ese alquiler para obtener un soporte constante y al tiempo se inicia la reflexión para concebir la capacidad propia, aquella que permitirá conquistar soberanía sobre una herramienta tecnológica ya catada a satisfacción y a suficiencia. La compra de los satélites propios es rédito entonces de un enorme conocimiento acumulado, que se desenvuelve sobre el firme terreno de la experiencia diaria.

Como hilo conductor permanente, las dos interpretaciones acotadas bien pudieran estructurar por completo el análisis. No obstante, en el tema no es posible obviar la larga lista de acomodos, hechos y arbitrajes que ligan a la televisora dominante, **Televisa**, con la comunicación vía satélite, y con ella, al aparato estatal de las telecomunicaciones. El más simple arqueo efectivamente arroja el constante protagonismo de la empresa, y su demanda también permanente de mejores instrumentos y plataformas tecnológicas para la distribución de sus emisiones. Y ante tal urgencia, igual surge la respuesta puntual y precisa que el Gobierno Federal siempre puso en marcha para satisfacerla ampliamente. En consecuencia, ambos vectores se entrecruzan como variables decisivas, y en más de una oportunidad son referencia obligada, como es palpable en las páginas que siguen.

Mas como en amalgama que cuestiona al discurso dominante, el despliegue doméstico de la comunicación vía satélite enseña y testimonia con claridad terminante la *subordinación gubernamental al proyecto de desarrollo de los capitales televisivos*, tomando para ello el rol que la modalidad de acumulación impusiera: si en los primeros tiempos solamente se requirió su concurso con el designio de *implantar la infraestructura física y operativa necesaria*, el Gobierno dedicó los *recursos necesarios para concebirla y desarrollarla*. Y si después, es ya atractivo intervenir por los márgenes de ganancia que pueden obtenerse, el Estado *genera la reglamentación* que no sólo legitima su retiro del sector, sino que *busca y promueve el relevo privado, protege y garantiza su participación*, y todavía la *exige al presentarla como el sostén único e imprescindible del crecimiento y expansión del sector*. Estos argumentos visiblemente estructuran las dos etapas que se distinguen en las telecomunicaciones nacionales vía satélite. A grandes rasgos, para esta área de actividades se cosecha en efecto:

- i) El pleno *intervencionismo del Gobierno Federal para la procuración nacional del servicio, y la titularidad del Estado en la conexión extrafronteras* de los sistemas operativos. Tal papel protagónico abarca poco más de

15 años, y se manifiesta desde la utilización de los primeros servicios domésticos en 1980 arrendados a varios operadores foráneos, hasta la compra y manejo de un sistema propio hacia 1985, misma plataforma que incluso alcanza su tercera generación, aunque ya bajo la paternidad privada. También, se precisa en el largo y sostenido peregrinar internacional para concertar y negociar acuerdos distintos; esta última función sigue siendo relevante, y es la única ya que encausa la intervención del Estado.

- ii) La *participación cada vez más dominante del capital privado en el sector*, primero mediante la instalación y explotación del segmento terrestre del sistema nacional, después con la adquisición de la totalidad de los activos estatales dedicados, y finalmente, como socio de empresas extranjeras que poseen las facilidades técnicas y tecnológicas para suministrar el servicio en el ámbito doméstico, y asimismo a nivel mundial.

Las dos premisas señaladas cobran forma en el período y con rapidez se corre de un esquema a otro. Aunque las formas migren, sin embargo, el sustrato económico siempre es el mismo y las define a ambas.

### 3.1 Génesis y expansión de los servicios satelitales domésticos.

La retórica oficial siempre ha planteado el tema como una sucesión de hechos concatenados con gran fortuna. Ensamblados como por coincidencia virtuosa y curtidos en el tiempo con el tinte apolítico de la recomendación técnica, tales acontecimientos toman un perfil exacto, imparcial además. La frase siguiente es tributaria de ese enfoque: *“la experiencia obtenida en el decenio de los setenta en el uso de satélites para comunicaciones internacionales, planteó la posibilidad de utilizar servicios satelitales con una cobertura doméstica. La demanda de servicios de conducción había saturado la red de microondas, que también mostraba ya algunos signos de obsolescencia; además, se consideraba que nuestro país tenía una gran extensión territorial y una complicada orografía. Antes tales premisas, se consideró la opción de utilizar la tecnología vía satélite para satisfacer las necesidades de telecomunicaciones”*<sup>17</sup>. Aunque centrado en una época anterior a la decisión de adquirir un satélite propio, el discurso asienta las tres premisas que insistentemente han acompañado las explicaciones oficiales sobre el involucramiento del país en la praxis satelital con fines domésticos. Como silogismo digno de nutrir la enseñanza de los principios de la lógica formal, se afirma en efecto...

---

<sup>17</sup> Salvo excepciones que se señalan, la sección se ha desarrollado con base en documentos de la **Dirección General de Telecomunicaciones** (*Programa Omega. Versión final*, mimeo; 1988;142pp); de **Telecomunicaciones de México: Generación de Satélites Mexicanos, Volumen I y II**. México, Telecom, Octubre de 1992; 704pp (de donde se toma la cita; 115pp); y *Sistema Satelital Mexicano*. México, Telecom, marzo de 1995; 58pp; y del **Instituto Mexicano de Comunicaciones (IMC)**. *Informe de la situación de las telecomunicaciones en México*, mimeo, IMC, Septiembre de 1995; 73pp.

- i) *Que los requerimientos del servicio de conducción de señales habían crecido a la época...*
- ii) *Que para cubrirlos, la red de microondas era insuficiente, tanto por su ocupación como por su grado de obsolescencia;*
- iii) *Que la difícil conformación geográfica del país era un factor a considerar en la planeación del sistema que habría de solventar la demanda registrada; y,*
- iv) *Que por los tres motivos anteriores, la tecnología satelital surgía como opción viable para conformar un sistema de conducción de señales capaz de resolver la demanda de servicio; de complementar la red de microondas, y de evitar la difícil ordenación del mapa orográfico del territorio.*

El razonamiento a cuatro tiempos es la base de la reflexión de uno de los funcionarios superiores del sector, el Director General de Telecomunicaciones, quien lo utiliza para explicar el primer movimiento que en su cuenta personal se lleva a cabo para prestar servicios vía satélite en el ámbito nacional. Según la autoridad, una solicitud a **Intelsat** de marzo de 1980 inaugura en efecto el expediente, y en ella se requiere la mediación del organismo multinacional para rentar capacidad en un satélite doméstico estadounidense y lograr con ello cobertura del territorio mexicano para estructurar el suministro doméstico. Tal alternativa, por su parte, tenía una indudable ventaja técnica sobre otras opciones porque resolvía de inmediato el diagnóstico realizado sobre las telecomunicaciones...

*"... el problema de la incomunicación en las zonas rurales es muy serio...*

*–dice en un dictamen formal que enseguida encuentra el remedio–*

*"y resolvimos que se dotaría de telefonía a todo poblado de 500 habitantes para arriba...*

*[Para cumplir el propósito debía considerarse que]...*

*"la red de microondas acaba de cumplir los 12 años; teóricamente le quedan tres de vida útil...*

*[en consecuencia]...*

*"lo único posible era rentar un canal o parte de la capacidad de los satélites disponibles pertenecientes a empresas privadas estadounidenses...*

*[...]... expusimos el problema y planteamos la posibilidad de que nos rentasen para uso nacional, doméstico, alguno de los satélites sin uso. Tras algunas pláticas, se llegó al acuerdo de que se moviera un satélite a nuestra área, siempre que asegurásemos la ocupación de un cierto número de canales. Cuantificamos la demanda interna y vimos que las necesidades actuales eran superiores de cinco a seis repetidores, y firmamos..."*

*–concluye ejecutivo<sup>18</sup>.*

---

<sup>18</sup> Entrevista a Clemente Pérez Correa. "Comunicación y progreso". En: *Ciencia y Desarrollo*. Junio. 1981:11pp.



Aunque el raciocinio se viste de preocupación social, de solvencia técnica y parece rotundo y acabado, su lectura frente a situaciones objetivas establece de entrada una gran incongruencia entre el discurso retórico y el discurso de lo real. En la misma entrega, el entrevistado libera otra premisa de pretensión especializada que cuestiona hasta la médula su reflexión primera. Conforme el experto además del contrato de arrendamiento de capacidad satelital, la DGT decide... *“... el reacondicionamiento y la ampliación de la red de microondas, para destinarla exclusivamente a telefonía. La televisión se canalizaría utilizando el satélite...”*<sup>19</sup>

Los primeros cuestionamientos son evidentes. Si se reconocía que la red de microondas estaba por concluir su vida útil, ¿cómo se le destina a prestar un servicio como el que se describe, de tan alto interés social? El reacondicionamiento y la ampliación que se anunciaban, ¿eran tan profundas y completas que revertían su obsolescencia? Si exclusivamente la red iba a usarse para telefonía rural, ¿cuánto más tendría que extenderse para cubrir todas las localidades sin servicio, más de 150 mil para la época, que justo por la dificultad de acceso terrestre se mantenían sin conexión? ¿Cómo, en suma, dedicar a un servicio social primario una infraestructura en decadencia, sin la cobertura necesaria, y cuya utilidad para la prestación del mismo forzaría a optimizarla en tamaño y calidad como nunca antes se había realizado?

El replique a las interrogantes planteadas no se encuentra en la exposición del funcionario porque otras evidencias indican que la prestación supuesta de la telefonía rural era el añadido, el factor legitimador, al interés que en verdad motivaba el arriendo de los canales satelitales: la conducción de señales de televisión. Tal certeza aparece con la consulta de documentos oficiales, que incluso la ofrecen por dos vías. La primera de ellas despunta al reparar en el informe de resultados de la telefonía rural de los años subsiguientes, donde no se incluye reporte alguno sobre la integración de comunidades vía la red de microondas. Las metas cumplidas, teñidas ya de la insuficiencia económico-presupuestal del sexenio 1982–1988, dan cuenta solamente del desarrollo de proyectos específicos de radiotelefonía o tecnología alámbrica, que no tuvieron relación alguna con la red y en ambos casos se enlazaron a las facilidades de interconexión más cercanas que **Telmex** ofrecía en la zona. Así, si acaso se planteó la posibilidad anunciada por el burócrata, no tuvo desenlace alguno y pronto quedó al margen como solución técnica.

La segunda referencia testimonial queda expuesta en documentos gubernamentales, que claramente entregan otra contestación a los interrogantes planteados. Un estudio dedicado a la historia de los sistemas vía satélite en el país llevado a cabo por **Telecomm** en 1992, resalta no únicamente la respuesta posible a las preguntas anotadas, sino a la vez elementos adicionales que precisan el desarrollo nacional de los servicios satelitales domésticos. Y de comienzo, destaca que éstos no se inician en 1980, sino con algunos años de anterioridad y no en el contexto de la incomunicación rural... *“En febrero de 1977 –acota el documento– a solicitud de los programadores de*

---

<sup>19</sup> Ibidem.

*televisión, la DGT inicia los estudios y gestiones necesarios para utilizar satélites internacionales para la distribución de señales de TV dentro de la República Mexicana. Como resultado se solicitó a Intelsat poner a disposición de México parte de la capacidad de un satélite para distribución doméstica de televisión; al evaluar los costos derivados se abandonó la solicitud... Sin embargo, este análisis sirvió para que desde 1978 se pensara seriamente en el lanzamiento de un satélite propio, llegando el proyecto a un grado tal que en 1979 México solicitó a la UIT la asignación de una posición orbital...<sup>20</sup>*

El argumento viene a ser una premisa de primer orden en tanto es el comienzo de toda una serie de acciones institucionales encaminadas a conseguir tanto la plataforma satelital como la infraestructura de estaciones terrenas que la complementa. Y en tal encomienda el apoyo al consorcio televisivo es cabal. En una primera etapa, incluye el desahogo de negociaciones internacionales, firma de contratos y pago de servicios; gestiones ante organismos internacionales y compra de equipos, materiales e insumos para habilitar las unidades terrestres que se anhela completar. La segunda fase habrá de alistar una iniciativa mayor: la compra del sistema propio de satélites domésticos que como tantos otros bienes supuso la contratación de deuda externa, misma que pronto toma la dualidad de siempre: en la bonanza petrolera era una entrega más que apenas comprometía frente a los grandes préstamos de la época; en la crisis económica que siguió, un lastre más que pesado porque aumentó la magnitud y volumen de una deuda ya de por sí bastante recargada.

### *3.11 El segmento espacial: tras la huella que enlaza y unifica.*

Si en 1977 los escarceos con **Intelsat** finiquitaron abruptamente al conocerse el monto que implicaba la renta de transpondedores, el interés y voluntad del programador televisivo no desistieron: hacerse de capacidad espacial permitiría, de una vez por todas y de un solo plumazo, llegar hasta donde el mercado publicitario deseaba ir, hasta aquella frontera estatal o municipal incluso, donde le interesaba deslizar su mensaje y propuesta. Esa voluntad origina el primer movimiento que Estado y consorcio desarrollan en el uso de satélites para uso doméstico. Insiste

Telecomm:

*“En marzo de 1980, una vez más a solicitud de los programadores de televisión, se estableció contacto con Intelsat para rentar, por su conducto, capacidad en un satélite doméstico norteamericano para transmitir señales de televisión hacia los Estados Unidos. Paralelamente se iniciaron las gestiones necesarias ante la FCC, con el propósito de transmitir señales de televisión mexicanas hacia Estados Unidos, para su posterior distribución en las zonas de concentración*

---

<sup>20</sup> Telecomunicaciones de México. *Generación de Satélites Mexicanos, Volumen I y II*. México, Telecom, Octubre de 1992; Vol. I:14pp.

*hispana. El 12 de mayo de 1980 a través de la estación terrena Tulancingo III, se iniciaron las transmisiones hacia EU del canal 2, en un transpondedor del Westar III de la Western Union...<sup>21</sup>*

El movimiento remite ya al accionar del consorcio en Estados Unidos, donde busca establecer un enlace permanente para canalizar su programación originada en México a una red de distribución en Estados Unidos. En tanto intercambio de gobierno a gobierno, el suministro es autorizado por la FCC y más tarde se concreta el arrendamiento con el Westar IV de la Western Union. *“Se firma un contrato federal por seis canales con Comsat en 1980, informa al respecto la DGT, que permite llevar la señal de Televisa hasta 167 ciudades estadounidenses”<sup>22</sup>*. Al cumplir con éxito su desempeño operativo, la maniobra es soporte para llevar a cabo dos acciones más, teñidas como siempre en el discurso oficial como recursos técnicos y por tanto neutrales, fríos, mecánicos, propios de la voluntad de adquirir las mejores herramientas técnicas para el desarrollo de su función... *“Estas mismas señales cubrían parte del territorio nacional, por lo que se decide establecer una red nacional de estaciones terrenas para la distribución de televisión por satélite. La desventaja principal de los satélites domésticos norteamericanos era que sus niveles de potencia disminuían rápidamente hacia el sur, ya que de acuerdo a las disposiciones internacionales, la máxima potencia se debía transmitir en territorio americano para evitar al máximo radiar hacia países vecinos”<sup>23</sup>*.

La estructura punto a multipunto que proponía la plataforma satelital atendía además la tendencia ya presente en la época y hoy todavía vigente: la aguda centralización territorial tanto de las agencias publicitarias –interlocutores primordiales para el desarrollo de la actividad principal de la empresa, que las aglutinaba en la ciudad capital– como del destino del gasto publicitario, que desde 1960 se canaliza hacia la televisión como escaparate principal. *“En 1975 –apunta un estudio de la Universidad de Guadalajara– se estimaba que al menos el 60% del total del gasto publicitario se originaba en la capital... [asimismo] de las 178 agencias de publicidad incluidas en el Directorio de Agencias y Anunciantes de Medios Publicitarios Mexicanos en 1984, el 74% eran agencias de publicidad de México. De las 46 restantes, diez eran de la ciudad de Guadalajara y ocho de Monterrey. Así, las dos ciudades más importantes del país después de la capital darían cuenta solamente de alrededor del 10% de las agencias importantes en el país”<sup>24</sup>*. Respecto a la centralización de la televisión como medio publicitario principal, basta observar la evolución de los porcentajes que absorbe del gasto publicitario total: del 36.8% que concentra en 1966 evoluciona al 68% diez años después, y puede afirmarse que tal tendencia no ha perdido vigencia (*Cuadro 38*).

<sup>21</sup> Ibidem. Vol. I:11pp.

<sup>22</sup> Clemente Pérez Correa. Op. Cit; 12pp.

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> El estudio se encuentra en la red separado por capítulos. Los datos incluidos se presentan en el dedicado a la publicidad en México. Disponible en: [www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/3\\_1987/48-53.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/3_1987/48-53.pdf) Fecha de consulta: 21 de junio de 2006.

Cuadro 38

**Gasto y destino publicitario en México**  
Años seleccionados del periodo 1961 –1986

Años	Total	Televisión	(%)	Radio	(%)	Impresos	(%)
1961	1,500.0	95.1	6.3	530.8	35.3		
63	1,766.7						
64	1,583.7						
66	2,470.0	910.0	36.8	250.0	10.1	780.0	31.6
68	2,446.2	973.7	39.8	452.5	18.5	738.7	30.2
1970	2,683.7	1,058.7	39.5	498.7	18.6	816.2	30.4
72	3,086.2	1,210.0	39.2	590.0	19.1	943.7	30.6
74	4,330.0	2,242.5	51.8	681.2	15.7	1,133.7	26.2
76	5,647.5	3,725.0	66.0	901.2	16.0	721.2	12.8
77	6,240.4	4,225.8	67.7	974.8	15.6	780.3	12.5
79	10,638.3	6,453.2	60.6	2,474.9	23.3	1,507.8	14.2
1980	13,778.3	8,343.6	60.5	3,204.1	23.2	1,950.9	14.1
81	19,278.8	11,675.6	60.6	4,483.5	23.2	2,730.0	14.2
82	50,320.6	30,474.6	60.6	11,700.9	23.2	7,129.7	14.1
86	150,000.0	102,000.0	68.0	18,750.0	12.5	15,000	10.0

Fuente: Universidad de Guadalajara; nota 26.

Exigida pues por la operación y el negocio, el esquema satelital igual poseía una ventaja dual: cubría el territorio nacional y a la vez la región estadounidense: así, con una maniobra única se aseguraban ambas competencias. Ante tales circunstancias, el consorcio presiona de nueva cuenta y logra que en septiembre de 1980 el Gobierno Federal inicie pláticas con Intelsat *“a fin de que uno de sus satélites fuera reubicado en una posición tal que garantizara la cobertura uniforme del territorio nacional. La solicitud fue aprobada en diciembre de 1980 y en junio de 1981 se colocó el satélite Intelsat IV F3 en la posición de 53 grados W, a fin de suministrar a México la cobertura requerida”*<sup>25</sup>. El arrendamiento incluyó tres transpondedores por un período de cinco años, con un costo anual unitario de 100 mil dólares. Se aprovecharon para distribuir cuatro señales de televisión, incluyendo dos del consorcio (*canal 2* y *canal 7* de su filial **Cablevisión**), y los *canales oficiales 7* y *13*, ya en funcionamiento entonces. Otro medio transpondedor más se utilizaba para un servicio privado de telefonía, solicitado por **Petróleos Mexicanos** para comunicarse al norte del país. El segmento espacial estaba pues contratado.

<sup>25</sup> Telecomunicaciones de México. *Generación de Satélites Mexicanos, Volumen I y II*. México, Telecom, Octubre de 1992; Vol. I:14pp.

### 3.12 *El ancla terrestre: del acuerdo compensado al direccionamiento de locaciones y coordenadas.*

Toda la amplia gama de diligencias, formalidades y procedimientos que el Gobierno activa para obtener el segmento satelital que urge al consorcio, se complementa con la asignación de recursos federales para instalar la infraestructura terrestre de recepción. En 1980, no sin bombo y platillo, la SCT y Televisa firman un convenio para habilitar 90 estaciones en todo el territorio, y aunque el compromiso es compartir en partes iguales el esfuerzo, finalmente la DGT desarrolla 67 instalaciones y la televisora 39 (*Cuadro 39*). Tal desequilibrio no evitó que el consorcio determinara los sitios de residencia de la totalidad de estaciones, ni tampoco que en plena euforia sobre el acuerdo las dos partes compartieran visiones, halagos y reconocimientos teleológicos. *“Este ejemplo de comunidad de esfuerzos es muy importante y trascendente”*, enfatiza el vicepresidente ejecutivo del consorcio, *“...[.y...] dentro de lo que contempla el Plan Global de Desarrollo es una muestra clarísima de que no son promesas, sino que se están viendo las cosas realizadas a su tiempo, en su momento, que son hechos reales, palpables”*. La respuesta es también elocuente: *“... se están uniendo los esfuerzos de los concesionarios de un servicio público federal con la propia autoridad normativa... [ellos]... obviamente tienen interés en extender sus servicios, pero no se concretan solamente a hacer peticiones o solicitudes, sino a ofrecer su pleno apoyo para cooperar en el desarrollo de esta infraestructura, que seguirá siendo manejada por SCT...”*<sup>26</sup>.

Lo que ni uno u otro vocero menciona es que el consorcio obtuvo ganancia doble. En otra de sus incursiones periódicas en la explotación de segmentos distintos de la cadena productiva de la radiodifusión, acomoda su ingerencia en el montaje de las estaciones terrenas suscritas y acomoda a la empresa joint venture que ha formado con el proveedor estadounidense **Scientific American**, denominada **Digisat**. El contrato inicial que se firma con SCT compromete la instalación de mil unidades<sup>27</sup>, cifra que nunca se logra y se acredita sólo en papel. No obstante, de las 71 estaciones habilitadas en 1982, 59 fueron de la marca **Scientific American**, que cosechó así tanto presupuesto federal como de la televisora. El resto de las unidades fue proporcionado por la japonesa **Nippon Electric**, firma que en un principio se perfilaba como el proveedor dominante.

Al registrarse ejemplos como el anterior, resultaba lógico suponer que la televisora fue la matriz del nuevo peldaño de la comunicación satelital: la compra de un sistema propio de cobertura doméstica, movimiento que quizá por accidente o bien con toda intencionalidad, se anuncia el mismo día que el presidente de **Televisa** refiere no sin pesar las carencias de la infraestructura de distribución de la televisión mexicana. La confrontación entre las dos declaraciones que siguen es entonces significativa...

<sup>26</sup> Pedro Alisedo. "El gobierno pone en manos de Televisa a 15 millones de personas más". En: *Proceso*, Número 206, 13 de octubre de 1980; 9pp.

<sup>27</sup> Roberto Vizcaíno. "En manos privadas el uso irrestricto de satélites". En: *Proceso*, Número 239, 1º de julio de 1981; 13pp.

Cuadro 39

**Estaciones terrenas de la red nacional vía satélite.**  
Período 1980–1990

Años	DGT		Televisa	Otros Usuarios	Total	
	Internacionales Anual	Locales Acum			Anual	Acumulado
1980 <sup>1</sup>	3				3	3
1981 <sup>2</sup>	3	35			35	38
1982 <sup>3</sup>	3	32	39		71	109
1983 <sup>4</sup>	3	20			20	129
1984 <sup>5</sup>	3	4		4	8	137
1985	3				0	137
1986 <sup>6</sup>	5	8	10		15	152
1987 <sup>7</sup>	2	10	27	19	48	200
1988 <sup>8</sup>	2	12		46	48	248
1989	12				0	248
1990 <sup>9</sup>	12	13			13	261

- (1) Se firma un primer convenio SCT-Televisa para instalar 90 estaciones terrenas para la conducción de señales de televisión vía satélite.
- (2) La DGT habilita la primera etapa de la *Red Nacional de Estaciones Terrenas*, consistente en la instalación de 4 estaciones transreceptoras y 31 receptoras de señales de TV.
- (3) Se inaugura la segunda etapa de la Red con la instalación de 71 estaciones; 39 son habilitadas por Televisa y el resto por SCT. Las 9 estaciones faltantes ya no se instalan.
- (4) Con presupuestos de 1981 y 1982, la DGT pone en operación 20 estaciones más para TV.
- (5) La DGT instala 4 estaciones y recibe 4 más de usuarios extranjeros que ceden la unidad al Gobierno Federal. Todos se enlazan al servicio IBS de Intelsat para la conducción transfronterizas.
- (6) Se conforman por 7 estaciones transreceptoras adquiridas e instaladas con motivo del campeonato mundial de fútbol; cinco se ubican para canalizar tráfico internacional. Se adicionan también 8 unidades instaladas por Telenales para su red privada e igual cedidas.
- (7) Las 27 se dedican al programa de telefonía rural vía satélite, única acción en la modalidad satelital que dedica la DGT para el servicio. El sistema opera en banda "Ku". Los usuarios privados suman otras 19 a la red bajo el mecanismo de cesión de activos.
- (8) Se libera el mercado de estaciones terrenas y el usuario ya no debe transferir la instalación. La explosión que se produce a lo largo del año se sustenta en esa disposición.
- (9) Al fusionarse la DGT con Telenales para integrar Telecomm, se instalan 13 estaciones para conformar una red de transporte, que se pretendía ofrecer al público como carrier. Hasta 1997, la red no tiene usuarios y la iniciativa se desecha.

Fuente: Elaborado a partir de la información de Telecomunicaciones de México. *Sistema Satelital Mexicano*. México, Telecom, marzo de 1995.

*“... Los países como el nuestro tienen grandes lugares, grandes extensiones de terreno donde habitan pocas gentes... Para nosotros es una pena que el canal 2 llegue a Los Ángeles, o Miami, o Nueva York, y no pueda cubrir el estado de Oaxaca, o no llegue a Puerto Vallarta, a Cancún, y a tantos lugares que existen en México y que tienen una serie de carencias que todos conocemos...”*

*“La NASA pondrá en órbita, en 1985, dos satélites adquiridos por el gobierno de México, informó la empresa constructora Hughes Corporation... El propósito de estos sistemas es establecer un sistema moderno, amplio y eficaz de telecomunicaciones, más avanzado que el actual, para una gama mayor de servicios y usos que cubran todo el territorio mexicano, especialmente la televisión...”<sup>28</sup>*

Resulta evidente que al primer señalamiento corresponde en línea recta el segundo, y con el perfil terminante de la acción que corrige y enmienda el diagnóstico de desequilibrio que tanto se lamenta. El discurso establece un silogismo contundente: a la incomunicación de las zonas alejadas se contraponen una tecnología capaz de modernizar, de golpe y de una vez por todas, al aparato difusor en su conjunto, y con ello, es ya posible unificar todos esos puntos distantes y desconexos que se listan en nuestro país. A través del aire –parece resumirse– se cristaliza y se expande la unidad nacional de manera instantánea y eficaz; completa, en pleno progreso y avance. Ahora la tecnología viene a ser el antídoto a las carencias y a la escasez, el factor de solvencia a los atrasos propios de nuestro devenir social.

El último argumento se revitaliza ante las explicaciones que SCT resumió al justificar la compra del sistema propio de satélites, en 1980. El testimonio resulta primordial porque sitúa la adquisición del sistema exclusivamente en el terreno técnico y echa mano de premisas que nunca se comprueban o bien que son contradictorias con otras afirmaciones que ha expresado la misma fuente. De esta forma conviene citar cada parte de la exposición que SCT plasma en su estudio dedicado. *“Para la época –dice de comienzo– la red federal de microondas había alcanzado niveles de saturación y bajos índices de confiabilidad debido a la obsolescencia. Había dos posibles alternativas: rehabilitación o sustitución de equipos de la red, o utilización de satélites, optándose por esta última opción. Los principales elementos que se consideraron para la decisión de emplazar un sistema satelital propio fueron...”*

---

<sup>28</sup> La primera declaración es de Emilio Azcárraga Milmo, presidente del grupo Televisa hasta 1997. El segundo texto reproduce el boletín de prensa que la agencia estatal Notimex emitió como la primera información pública sobre la compra del sistema satelital. Curiosamente, ambas se publicaron en *Excélsior*, 20 de febrero de 1983.

- a. *En primer lugar, ocupar las posiciones orbitales solicitadas desde 1981 (tres para el sistema Ihuicahua), que ya se disputaban los Estados Unidos y Canadá, posiciones ventajosas en el arco orbital que permiten una mejor recepción en tierra...*<sup>29</sup>

El enunciado deshecha lo que el mismo documento afirma: la solicitud de posiciones orbitales se llevó a cabo en 1979, en el contexto de la negociación de **Televisa** para renovar las plataformas tecnológicas del servicio de conducción de señales de televisión, que llevaron a indagar los sistemas satelitales y a requerir la posición orbital para la ubicación del dispositivo propio. Esta lógica, además, se invierte en el razonamiento oficial: fue el país quien hizo la solicitud y una vez asignada la posición no podía negociarse más ni ser cuestionada por terceros. La mejor prueba de que esta asignación permanecería hasta que el país así lo decidiera se constituye con la subasta de la última posición orbital asignada al país en el 2006, que nunca se ocupó y la **UIT** mantuvo en reserva por más de 20 años.

Del enunciado se desprende también otra argumentación cuyo soporte único es el determinismo acostumbrado. *Si no la ocupamos nosotros otros lo harán*, reza tal máxima. Y tal urgencia ha conducido el esfuerzo de equipamiento por el simple hecho de no perder la ocasión –única y momentánea, conforme el discurso– que oferta la tecnología. *“En los próximos tres años –se avala con ese enfoque– estarán operando satélites de difusión directa, es decir, televisión extranjera que llegará sin control a los hogares mexicanos, principalmente en la parte norte de la república: la única solución para contrarrestar estos programas es tener nuestro propio satélite, que al mismo tiempo resolvería la urgencia de ocupar un lugar en el arco espacial”*<sup>30</sup>. Aunque el tiempo ha rectificado por completo el argumento de oportunidad que se ofreció entonces y trajo los servicios **DTH** al país con el mismo protagonista como emisor titular, su evocación resulta útil porque dibuja el argumento determinista a plenitud. Poco importa el plan nacional que soporte la adquisición de un sistema como el propuesto: lo fundamental es evitar la penetración transnacional y apoyar el desarrollo del proveedor nacional, aunque la programación que vehiculan ambos sea incluso la misma.

- b. *“En segundo lugar –continúa Telecomm– la problemática que representaba la incapacidad de Telmex para proveer las líneas privadas necesarias para satisfacer la demanda de circuitos...”*

Tal tesis es el único supuesto que implica a la operadora telefónica, a la época segunda entidad proveedora de servicios de telecomunicaciones. Según el dicho, el considerar sus requerimientos conduciría a una planeación más

<sup>29</sup> Telecomunicaciones de México. *Generación de Satélites Mexicanos, Volumen I y II*. México, Telecom, Octubre de 1992; Vol. I:314pp.

<sup>30</sup> Clemente Pérez Correa. “Las telecomunicaciones y la teledifusión vía satélite”. En: *Comunicaciones y transportes*. México, IEPES, 1983:33pp.



completa, integral, de la **DGT** y de sus esfuerzos en torno al sistema satelital. Sin embargo, esa lógica no se sostiene frente a la propia realidad del **Telmex** de entonces. Desde mediados de 1980 –esto es, al mismo tiempo que las evaluaciones supuestas de la **DGT** sobre la conveniencia de contratar el sistema propio, e incluso antes– se anuncia que la firma habrá de migrar hacia el formato digital en su red de comunicaciones, lo que implica innovaciones técnicas fundamentales en la capacidad a ofrecer para el consumo nacional. Las innovaciones que ello suponía en reducción de costos; de espacio físico necesario para la instalación; de facilidad de uso y de diversificación del suministro hacia nuevos servicios, son cualidades que no pueden conciliarse con la incapacidad supuesta para resolver la demanda de servicio. En esa época, el sistema telefónico encuentra su mayor expansión, y la empresa operadora ha mantenido un crecimiento sostenido desde su conversión en organismo paraestatal mayoritario. El número de líneas instaladas se multiplica a una tasa porcentual promedio del 8.3% desde 1971, y llega en 1976 a un máximo del 14.7%. Para ello, entre 1977 –año en que **Telmex** maneja el 98% de los servicios telefónicos– y 1980 se invirtieron poco más de mil 652 millones de dólares. A esta inyección de recursos frescos se adiciona la puesta en operación de la plataforma radiomóvil especializada para automóviles, que se proporciona a través de la filial **Radiomóvil DIPSA**; el sistema opera en las bandas de radiofrecuencia de 450-470 y 470-512 megahertz (MHz) y será el antecedente para el otorgamiento de la segunda concesión nacional en telefonía celular, entregada a **Telcel** y aún vigente. Otro dato que refuerza sus recursos operativos es la instalación de los primeros enlaces con fibras ópticas en la ciudad de México, así como la inauguración en Tijuana de la primera central electrónica digital de larga distancia, a través de su compañía asociada **Teléfonos del Noroeste (Telnor)**, que se realiza a fines de 1981. Así pues, quizá como en ninguna otra época, **Telmex** se encontraba en la mejor posición de servicio, situación que no guarda correspondencia con el diagnóstico de la **SCT** o por lo menos lo vuelve discutible como aval en la compra del sistema propio.

c. *“En tercer lugar, la obsolescencia de la red federal de microondas, y que ya para esas fechas tenía graves problemas de operación...”*

d. *En cuarto lugar, se adujo una saturación del espectro de la red federal de microondas*<sup>31</sup>

Las dos últimas consideraciones remiten al argumento de base que se conformó para alquilar capacidad de satélites extranjeros un año antes. Su pertinencia técnica pudiera ser exacta pero debe mencionarse que la adquisición de los satélites propios no anuló la actualización de la red. De hecho, en el sexenio 1982-1988 el sistema es la única infraestructura que mantuvo correspondencia entre las metas programadas y la realizadas, y si en el primer caso se estableció la modernización de 32 enlaces de microondas, pese a los constantes ajustes en la inversión que se

---

<sup>31</sup> Telecomunicaciones de México. *Generación de Satélites Mexicanos, Volumen I y II*. México, Telecom, Octubre de 1992; Vol. I:318pp.

sucedan en cada período, se logra cumplir la meta en 28 unidades, esto es, casi la totalidad programada. Cabe mencionar que los trabajos realizados en el sistema permitieron aumentar la capacidad en cada uno de los enlaces que se reformaron, mediante dos esquemas básicos: la utilización de rangos de frecuencias superiores a los tradicionales –lo que justificaría la saturación de espectro que se menciona– y el aprovechamiento de equipo digital, que al comprimir las señales permite el incremento de canales. Es sustantivo enfatizar que estos trabajos demandaron poco más de 800 mil dólares a precios corrientes, cifra inferior por mucho a la cantidad erogada para adquirir el satélite propio. Esta consideración implica entonces un cuestionamiento básico: si con la cantidad gastada pudo modernizarse poco más del 30% de la capacidad total de la red, la actualización completa no hubiese rebasado los 3 millones de dólares, esto es, el 2% de los 150 millones de dólares que en el papel se dedicaron a adquirir la estación espacial.

Reales o ficticios; exagerados o correctos, los argumentos anteriores solventaron la compra del sistema doméstico. El proyecto satelital se decide e implementa desde la más alta estructura jerárquica del Gobierno Federal, y en octubre de 1980, la Presidencia de la República autoriza y encomienda el desarrollo de las indagatorias necesarias para adquirirlo y la **DGT** inicia formalmente el proyecto. La instrucción era congruente con el entorno de abundancia que vivía la Administración Pública Federal producto de los ingresos petroleros, por lo que se sumó como otra más de las actividades de expansión de los servicios públicos de telecomunicaciones.

Las tareas de diseño y concepción del sistema demandaron incluso la creación de un área especializada dentro de la **SCT**, denominada **Unidad de Proyectos Especiales**. Tal instancia contrató a la norteamericana **Western Union** –propietaria de un sistema propio- y a la francesa **Sateil Conseil**, con amplia experiencia en el medio, como firmas consultoras para el diseño de los términos de referencia del proyecto. Por más de 14 meses se trabajó en la propuesta de especificaciones técnicas. Hacia fines de 1981 se lanza la convocatoria y casi un año después se firman los contratos de fabricación y lanzamiento, según las tareas que se detallan en el **Cuadro 40**. El costo que se señala, representa el crédito original pactado, y no el total que se erogó para adquirir el sistema (**Recuadro 41**).

Cuadro 40

<i>Desagregación de los costos de inversión del sistema de satélites "Morelos"</i>
--

Compañía	Concepto del Contrato	Costos*	
		Iniciales	Finales
Hughes Communications International	<i>Fabricación de dos satélites y de los sistemas de control y monitoreo</i>	92.0	91.5
MacDonell Douglas Corporation	<i>Fabricación del módulo de asistencia de la carga útil</i>	11.3	11.8
NASA	<i>Servicios de lanzamiento</i>	24.0	19.1
COMSAT General Corporation	<i>Supervisión de todo el proyecto</i>	2.4	2.5
Inspace Inc. Asemex	<i>Seguros</i>	9.7	26.5
<b>TOTALES</b>		<b>139.4</b>	<b>151.4</b>

(\*) Millones de US dólares a precios corrientes.

Fuente: Elaboración propia.

<b>Recuadro 41. Evolución del financiamiento externo para el Sistema Morelos</b>
--

Desarrollo del financiamiento del Sistema de Satélites Morelos...

Aunque el monto de 150 millones de dólares es en efecto un erogación exacta, en esa suma no se refleja sin embargo el costo total del sistema, ya que la compra del mismo se efectuó mediante un crédito externo. Y como en muchos otros temas, en éste se reprodujo la misma lógica perversa que incrementa cualquier préstamo con comisiones, intereses, avales, que obligan a manejar dos cantidades: lo que se contrata y lo que en verdad se adeuda. La compra del sistema "Morelos" se revela también como un buen ejemplo de esta secuencia, que extrae todos los recursos financieros posibles del compromiso pactado.

Correspondió a Nacional Financiera el contratar el apoyo financiero. En 1983, la SHCP autoriza la negociación del crédito por un monto de 150 millones de dólares, suma que se divide en dos cantidades gestionadas ante distintas instituciones. Por una parte, el **Private Export Funding Corporation (PEFCO)** otorgó el crédito mayor por 127.5 millones de dólares, que se contratan a un plazo de 9 años. La cantidad restante -22.5 millones- se finca con un grupo selecto de bancos bajo el liderazgo del **Citibank, N.A.**

Ambos montos estuvieron a disposición de la SCT en febrero de 1983, provocando intereses desde ese momento. Su amortización se inicia a partir del 30 de marzo de 1986 y concluye, para el primer préstamo, el 30 de septiembre de 1995; para el segundo, el 30 de septiembre de 1989. Los intereses generados durante esos vencimientos, la comisión de aval, y la propia amortización, producen los primeros recargos: 79.3 millones de dólares. Así, el crédito original contratado se incrementa hasta los 229.3 millones, casi 80 millones más que lo pactado en el compromiso primero. Entre rebajas, nuevos préstamos, recargos por pagos incumplidos; administración y garantías, y otras variables, surgen nuevos débitos y el **eslabón crediticio evoluciona hasta los 277.9 millones de dólares, esto es, casi el doble de la cifra original.** Esta cifra incluye 97 millones de dólares que se generaron sólo en movimientos financieros. Es decir, el costo real del sistema fue de 180.9 millones de dólares; lo demás fue la ganancia de la banda internacional.

Al costo señalado deben sumarse las erogaciones pre-operativas, esto es, tanto para analizar la viabilidad del sistema como su eventual diseño y modalidad, que llegaron a los 2.3 millones de dólares. Con esta adición, la inversión que requirió el sistema arriba a los **280.2 millones de dólares**, un poco menos del doble de la cifra que se manejó oficialmente.

El calendario de pagos que estableció las erogaciones a realizar indica además que hasta 1990, esto es, sólo cinco años después del lanzamiento de ambos dispositivos, el costo del sistema ya se había cubierto. A partir de entonces, y hasta 1995, la banca acreedora recupera, multiplicada, la inversión original que contrató doce años antes.

Fuente: Elaboración propia con base en los documentos citados en la nota 17.

### 3.2 *De usos y pedimentos: sondeo y tanteos para concretar el servicio local.*

Para agosto de 1985, la totalidad de servicios que se cursaban por **INTELSAT** son transferidos al primer satélite nacional, el **Morelos I**. En noviembre, el sistema queda completo al orbitarse el **Morelos II**. Ambos tienen una configuración híbrida, esto es decir, disponen de dos bandas de frecuencias, la "C" y la "Ku" para el enrutamiento del tráfico.

A la adquisición del sistema se aparejan otros acontecimientos más reveladores que la propia compra. En febrero de 1983, y en evidente preparación del advenimiento de los satélites, el Ejecutivo remite la modificación al párrafo cuarto del Artículo 28 Constitucional, para incorporar a la comunicación vía satélite como área estratégica, cuya explotación queda reservada de manera exclusiva para el Estado. La propuesta y posterior alteración, parecía encontrarse en enfrentamiento directo con el nuevo Artículo 25 Constitucional, modificado también un año antes, y que justo había redefinido al Estado como rector de la vida económica, con lo que se eliminaba su papel de productor directo de bienes y servicios. Bajo tal entorno, correspondía al Estado emitir y vigilar las reglas por las que habrían de conducirse los particulares en su actividad económica, en sus relaciones entre sí, y entre los particulares y el Estado. Con este cambio, resultaba difícil insertar una actividad que apenas nacía, y que en consecuencia demandaba gran cantidad de recursos financieros que el Estado difícilmente podía aportar, y que, con la alteración Constitucional efectuada, estaba obligado a dedicar.

La progresión concreta del aprovechamiento del sistema "**Morelos**" una vez en órbita, parece cuestionar la consistencia del cambio constitucional. La oferta del primer satélite se erguía en la abundancia, mientras la demanda aún no se concretaba. Al propio debut del **Morelos I**, las señales que se canalizaron sólo absorbieron el 7% de la capacidad total, y ya se constituían como el mercado cautivo del sistema. Casi un año después, apenas se rebasa el 15%, porcentaje que se mantendrá hasta fines del año. El testimonio del encargado directo del sistema en esos días, apunta que esa ocupación representaba la demanda real existente, que por lo mismo ha sido totalmente cubierta... *"Podemos describir tres servicios –declara a El Nacional, aún vocero del gobierno- en el caso de Teléfonos de México se ha instalado equipo para habilitar una ruta telefónica alterna en cinco ciudades: México, Tijuana, Guadalajara, Monterrey y Hermosillo; y PEMEX también opera un enlace privado entre el Distrito Federal y Ciudad del Carmen... La transmisión de datos se trabaja en etapa experimental, y en televisión, las redes de canal 2 y de los canales 7 y 13 utilizan el satélite, y se está transmitiendo una señal de televisión por cable desde Tijuana a la Ciudad de México..."* A pesar de la pobreza de este índice, tanto el funcionario como el editor no evitan envolverlo en el triunfalismo habitual. El primero sugiriendo que lo reducido del porcentaje se fundamenta en la optimización de la tecnología de transmisión al satélite, lo que permite disminuir notablemente la capacidad necesaria para reflejar la señal a tierra en cada transpondedor. El segundo,

introduciendo un adverbio de tiempo en el titular que ampara la nota, que tiende a traducirse como el primer logro del sistema doméstico: *“Ya se utiliza el 15% de la capacidad”*<sup>32</sup>, publica en efecto el diario y con ello sugiere un antes en el que no había aprovechamiento alguno. Lo que el funcionario y el editor olvidan es que el sistema funciona como un recurso finito, no renovable, y con tal característica la subutilización se revela como desperdicio. La misma prensa explota esta premisa y en apenas 24 horas rompe el triunfalismo del alegato oficial. En una serie de tres artículos de **El Financiero**, se cuestiona el desarrollo del sistema. El primero de ellos resalta de nueva cuenta el porcentaje oficial, aunque con una perspectiva diferente: *“Satélites Morelos, un proyecto subutilizado que emplea apenas el 15% de su potencial”*; encabeza. *“Satélites Morelos, un despilfarro de 20,548 dólares diarios”*<sup>33</sup>, concluye.

El uso del sistema era pues una cualidad a crear. Todos los anuncios y especulaciones que se desataron los meses anteriores sobre los clientes potenciales, debían ahora corporizarse en algo más que intenciones. La infraestructura terrena instalada no permitía fincar un mayor empleo: en ese 1986, de las 152 estaciones disponibles únicamente 10 podían desempeñarse como transmisoras. El equipamiento necesario para habilitar las rutas telefónicas había sido difícil y azaroso, resultando por fin en la instrumentación de apenas 3,228 canales entre cinco ciudades del norte y centro de la república. **PEMEX** proseguía con su servicio en términos muy limitados, y aunque si bien el esquema operativo de **Infosat** era ya el definitivo no se vislumbraba su mayor desarrollo. Otros sistemas se insinuaban como con pena: redes privadas para **El Nacional**; para el **ISSSTE** y **Banamex**, y un nuevo protagonista coqueteaba buscando copar al mercado nacional desde una sola estación emisora localizada en el centro del país: los radiodifusores.

Para el corto plazo, el entorno tampoco anunciaba un cambio de timón que pudiese incrementar el uso del sistema. El país padecía una crisis económica inédita que afectaba a todas las estructuras productivas y las telecomunicaciones no pueden abstraerse de ese entorno crítico. En específico, esta problemática afectó al segmento terrestre: si el plan sexenal de planeación comprometió la instalación de 893 estaciones, en los programas operativos efectivos ese total se redujo hasta las 124 unidades (13.8% del total), y, en forma efectiva, sólo pudieron habilitarse 47 estaciones. Esta cifra representa un pobre 5.2% de la suma global concebida al inicio de la administración. A la problemática económica-financiera se agregaba también el cuerpo reglamentario aplicable, que limitaba la intervención de los particulares. Apenas ocho días antes de que los servicios satelitales migraran al **Morelos I**, el 21 de agosto de 1985, se promulga el **Reglamento a los párrafos Segundo y Tercero del Artículo 11 de la Ley de Vías Generales de Comunicaciones**, que es el primer ordenamiento jurídico que marcó las

<sup>32</sup> M. Abad. “Ya se utiliza el 15% de la capacidad del Morelos”. En: *El Nacional*, Julio 29 de 1986.

<sup>33</sup> F. Samaniego. “Satélites Morelos, un proyecto subutilizado que emplea apenas el 15% de su potencial”. En: *El Financiero*, Julio 30 de 1986. EL cálculo sobre el despilfarro económico que se plantea es inexacto, ya que se fundamenta en un costo total del sistema de 150 millones de dólares y, como señala el Recuadro, esa cifra fue la publicitada y no la real.

directrices para utilizar los satélites nacionales. En lo general, se ratifica lo determinado en el Artículo 28 Constitucional, por lo que se especifica que el establecimiento de los sistemas de satélites, su operación y control, la prestación del servicio público de conducción de señales, así como la instalación y explotación de estaciones terrenas de señales internacionales y nacionales, son áreas reservadas en forma exclusiva al Gobierno Federal.

Para promover el aprovechamiento de la estación espacial sin violentar las normas auto impuestas, en 1987 el Gobierno Federal expide una modificación al reglamento del Artículo 11. La nueva regla permite ahora que empresas privadas instalen sus propias estaciones terrenas, y no dependan más de las que puedan habilitarse con recursos públicos. La medida se recibe de manera favorable y algunos usuarios dirigen sus propias inversiones y avivan al segmento terrestre con nuevas aportaciones. Los radiodifusores; **Banamex**; **Bancomer**, **Probusa**, instrumentan redes privadas de diversas tecnologías, cobertura, capacidad y configuración. **Televisa** repite la experiencia de 1980 y proporciona los receptores de televisión para la difusión del canal 4 en 25 localidades y del 5 a 18 más. Sin embargo, al prevalecer en la reglamentación el sentido de infraestructura única y centralizada bajo la conducción del Estado, los particulares deben ceder la propiedad de esas instalaciones: el **Artículo Cuarto** (Fracción II) del propio Reglamento, y el **393** de la **Ley de Vías Generales** los obligaban a ello. Las instalaciones desarrolladas se sustentaron entonces en la necesidad impostergable de sus promotores, pero en general la propuesta no tuvo el arrastre que imaginaron sus organizadores. Limitado entonces en todos los frentes posibles, el despegue del sistema satelital debe dilatarse y esperar. O bien mejores épocas, o quizá nuevas funciones.

### 3.3 Sobre fórmulas y esquemas operativos: la prestación nacional y la subordinación transfronteras.

Para principios de 1989, el desaprovechamiento del sistema era comentario y rumor de voceros, críticos y oficiosos. Su desperdicio era aún más evidente porque al modificar la Constitución y responsabilizar al Estado de su usufructo, se habían desbrozado por completo las versiones y supuestos que atribuían a **Televisa** la paternidad única del proyecto. Si el Gobierno había decidido desmentir esa premisa con una ordenanza regulatoria superior, en los hechos se palpaba que quizá la opción televisiva hubiese sido una ruta más racional para proyectar el uso del sistema.

No obstante, habría que esperar seis años para que surgiera un eje de interpretación sobre esos hechos. Al considerar el entorno económico del país de esa época, y las evidencias del cambio en el motor de la acumulación de capital que se sucedían, es posible por lo menos el contextualizar tanto aquel desperdicio de recursos como el inmovilismo del Estado para corregirlo. Y el argumento proviene del propio Ejecutivo Federal. Para el 16 de enero de 1995, la Presidencia remite en efecto al Congreso de la Unión su propuesta para modificar de nueva cuenta el párrafo cuarto del Artículo 28 Constitucional, con el propósito de permitir la intervención de capitales privados en la

explotación de los servicios vía satélite. Con ello, se reformula la jerarquía institucional del segmento: si en 1983 se le calificó de estratégico, deviene ahora en prioritario únicamente, y en la fundamentación del requerimiento se traslucen no sólo los motivos y propósitos de esa rebaja conceptual, sino también los principios que motivaron la primera modificación y los sucesos que propició tal enmienda. Así, conforme al discurso, la renovación del planteamiento no significaba retroceso alguno. Más bien podía entenderse como un esfuerzo para proseguir la liberalización del sector porque las premisas enunciadas impiden otra óptica de entendimiento. *“Al igual que los ferrocarriles –razona el Ejecutivo- en 1983 la comunicación vía satélite se incorpora a la Constitución General, en calidad de área estratégica reservada de manera exclusiva al Estado. La razón fundamental de esta adición fue que, dada la escasez de posiciones orbitales y la falta de certidumbre sobre el uso de los servicios satelitales, resultaba conveniente que la distribución de señales y datos vía satélite, la llevara a cabo sólo el Estado. Además, en los primeros años de operación, el sistema presentaría una rentabilidad baja, en tanto que generaba la demanda y la cultura para su aprovechamiento, que lo hacía muy poco atractivo para la participación privada...”*<sup>34</sup>

Los silogismos que se enlazan en la cita anterior permiten entender el significado económico-político no exclusivamente de los hechos que se desencadenaron después de la aprobación de la solicitud en marzo de 1995, sino por igual de los registrados con mucha anterioridad, incluso diez o doce años antes. Los fundamentos que esgrime la propuesta presidencial asumen de *comienzo que la comunicación vía satélite es un negocio que debía generarse, y que correspondía al Estado el concebir, suscitar –o incluso imponer- todas aquellas medidas prácticas y concretas que la impulsaran hacia su realización productiva.* Bajo esta premisa, la revisión de los sucesos y actividades que se llevaron a cabo en el ámbito y entorno de acción del Gobierno Federal durante los ejercicios previos a 1995, conforman una praxis que fue diseñada y extendida con el único propósito de generar un entorno suficiente y maduro de capitalización que fomentara, permitiera y animara la concurrencia de inversiones privadas en la comunicación satelital. Es ahí donde encuentra sostén la transición de estratégico a prioritario que se evoca: *en 1985 no existían condiciones para la reproducción y era urgente que el Estado mantuviera el control del sector; cuando ya era posible que el capital se realizara, fue tiempo de recular tal intervencionismo y aflojar las sujeciones de la regulación.* Para ello, el Gobierno Federal desarrolló los mecanismos y procedimientos conocidos. Ajustó y remodeló sus estructuras de mando y de gestión; negoció propuestas e iniciativas; fincó acuerdos y certificaciones. Aceptó requisitos y considerandos, y eliminó cualquier propuesta o planteamiento que siquiera se insinuara contraria a su objetivo primario: generar certidumbre a los capitales posibles. El mantener un entorno favorable a la capitalización, significaba de principio el reconocer que el país había iniciado ya una gran apertura al exterior para vincularse a los capitales externos, y que tal reestructura encuentra en la *internacionalización de las*

---

<sup>34</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Iniciativa de Decreto por el que se Reforma el Cuarto Párrafo del Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.* Enero 16 de enero de 1995; mimeo; 9-10pp.



*telecomunicaciones uno de los asientos para lograr la acumulación.* Así, se pretende intervenir en los esquemas internacionales de servicio, y a partir de esa imbricación promover el crecimiento interno de los sistemas nacionales. Tal es el sentido de negociar acuerdos de coordinación con sistemas extranjeros: *insertar los satélites nacionales en el circuito transfronterizas, y buscar la proveeduría de servicios con base en las ventajas competitivas que pudieran lograrse en esa interacción.* No obstante, las primacías nacionales a aportar eran limitadas. Podían contarse con facilidad porque no eran más que la transmisión de programas televisivos de un viejo conocido.

### **3.31 La coordinación entre el sistema "Morelos" y los satélites nacionales de Estados Unidos.**

El proceso se inicia en 1985, apenas dos meses después del lanzamiento del **Morelos I** y cuando todavía cumple su protocolo inicial de pruebas operativas. El movimiento tuvo una duración total de seis años, y se significó por la concertación y renovación de compromisos mutuos para proporcionar servicios de manera conjunta e institucional, entre entidades reconocidas de los dos países. En tanto los satélites tenían una vida útil determinada, la coordinación se impuso con una vigencia específica, definida para cada estación incluida. Por orden cronológico se sucedieron entonces...

- i)* Un primer convenio de coordinación que se celebra en octubre de 1985, y del cual emanan tres convenciones posteriores. Comprende la concertación comercial y técnica para conjuntar hasta **26 satélites**, total que lista a **24 estadounidenses** y a los **dos únicos mexicanos**. Su vencimiento es variado, y oscila entre los años 1993 y 1999.
- ii)* El segundo y tercer pacto de coordinación, que se implementan respectivamente en octubre de 1987 y julio de 1989. Consideran en cada caso a los satélites **Galaxy III** y **Spacenet II** de Estados Unidos; el acuerdo culmina en 1993 para ambos.
- iii)* La cuarta acción conjunta, que se produce en septiembre de 1989 y se genera para **prolongar por diez años más la coordinación establecida en 1985** entre los 26 satélites. Estados Unidos agrega sin embargo **siete satélites más**, y el término de la alianza se fija a lo largo del período 1993-2003.
- iv)* Finalmente, la última coordinación que se produce en 1991 -entre julio y agosto- y también asocia al Canadá como país signatario aunque sin aportar unidad alguna. Los **cuatro satélites** que se adjuntan pertenecen a Estados Unidos, y la conclusión del acuerdo se establece para el 2001 (**Cuadro 42**).

Cuadro 42

<i>Satélites domésticos de EU y de México autorizados para coordinar sus facilidades operativas</i>
---

Etapas	Satélite	Bandas de Frecuencias	Término de la Coordinación
1ª	1 Westar V	C	1993
	2 Westar IV	C	
	3 Galaxy III	C	
	4 SBS IV	Ku	
	5 Telstar 302	C	
	6 ASC-I	C, Ku	1995
	7 Satcom K-I	Ku	
	8 Spacenet III	C, Ku	
	9 Gstar I	Ku	1996
	10 Gstar II	C	
	11 SBS I	Ku	
	12 SBS II	Ku	
	13 SBS III	Ku	
	14 ASC II	C, Ku	
	15 Galaxy I	C	1999
	16 Comstar D-4	C	
	17 Spacenet I	C, Ku	
	18 Satcom I-R	C	
	19 Satcom III-R	C	
	20 Satcom IV	C	
	21 Aurora I	C	
	22 SBS V	Ku	
	23 Telstar 301	C	
	24 Galaxy VI	C	
1	Morelos I	C, Ku	1994
2	Morelos II	C, Ku	1998
2ª	25 Galaxy II	C	1993
3ª	26 Spacenet II	C, Ku	1993
4ª	27 Satcom II-R	C	1993
	28 Satcom K-2	Ku	1995
	29 Telstar 303	C	
	30 Gstar III	Ku	1997
	31 SBS VI	Ku	1999
	32 Galaxy IV-R	C	2003
	33 Galaxy V-R	C	
5ª	34 Satcom C-1	C	2001
	35 Satcom C-3	C	
	36 Satcom C-4	C	
	37 Satcom C-5	C	

Fuente: Elaboración propia con base en los documentos citados en la nota 17.

La evidente desigualdad entre el aporte de México y el de Estados Unidos sólo puede interpretarse como el **reconocimiento explícito de un papel marginal y subordinado en la prestación de servicios de telecomunicaciones entre ambos países**. En este esquema, la contribución nacional se estructura en las situaciones siguientes, que son percibidas en el discurso como las grandes ventajas del acuerdo:

- a) La asignación de tres posiciones orbitales –dos ocupadas desde 1985 y la tercera se utiliza para estacionar al **“Solidaridad I”**- de gran valor estratégico regional, tanto por la escasez e insuficiencia del recurso, como por su ubicación en el arco orbital de mayor demanda mundial, ya que incluye a Estados Unidos y Canadá como presencias nacionales insoslayables con quienes compartir el uso y aprovechamiento del espacio.
- b) El dominio y usufructo de dos satélites nacionales con cobertura de desborde en las regiones limítrofes de la frontera sur de Estados Unidos, donde -a través de una configuración adecuada de potencia de transmisión en el satélite y capacidad de recepción en tierra- podrían ofrecerse servicios de telecomunicaciones para cualquier sector productivo.
- c) La ventaja competitiva que ya se concretaba en la transmisión de señales de televisión de México a las comunidades hispanas de Estados Unidos, que justo se concentraban geográficamente en las poblaciones alcanzadas por el desborde de la emisión satelital. El servicio respondía a un mercado cierto, estructurado y constante, por lo que era previsible que tomara un rol protagónico al celebrarse una coordinación transfronteras. Asimismo, se constituía como una primera *exportación de servicios*, significativa tanto por los ingresos que ingresara como por el precedente a establecer. Tal premisa reforzaba todavía más al testificarse que el operador nacional que la hacía posible, **Televisa**, había alcanzado ya una sólida presencia de negocios en Estados Unidos desde 1973.
- d) El vislumbrar que la paridad cambiaria del peso con el dólar podría generar ingresos extraordinarios por vía tarifaria, en tanto era previsible que en la conversión de ambas divisas, los precios del servicio de conducción de señales fueran significativamente menores en México que los aplicables por los operadores norteamericanos comprometidos en los acuerdos. Ello contribuía además en la estrategia de exportación que se había implementado para superar la crisis.
- e) La oferta de capacidad satelital en la banda de frecuencias “Ku” (cuatro transpondedores de 108 MHz.), que retomando la experiencia norteamericana, en México se había destinado a la conducción de señales de datos. Por ello, esa facilidad podría ser aprovechada de inmediato por los usuarios estadounidenses, ya equipados con infraestructura terrestre para la explotación de esas frecuencias.

Si los cinco argumentos señalados tenían validez estratégica y económica para los capitales nacionales, su operación práctica y tangible debía asegurarse desde la mayor instancia política posible, misma jerarquía que se garantizaba con la modificación constitucional de 1983 que confería al Estado la exclusividad en el manejo de los temas satelitales, y la operación del precepto al Gobierno Federal. **El negocio debía crearse**, y para ello, la Administración Pública concerta de manera directa la coordinación de facilidades satelitales. La titularidad del Gobierno en esta secuencia fue indispensable, en tanto México era miembro signatario permanente de la **Organización Internacional de Comunicaciones por Satélite (Intelsat)** desde 1972, con una participación inicial del 1.5% del capital social del organismo. Reconocida de manera universal como la única entidad capacitada para proporcionar servicios satelitales transfronteros, la coordinación demandó su autorización ya que se preveía que el organismo resultara afectado económicamente por perder los ingresos derivados de los servicios que dejaría de prestar entre los dos países. Por el nivel de la negociación y para certificar su aplicación y obligatoriedad en el territorio nacional, fue evidente el requerimiento de blindar al proceso con la mayor investidura institucional posible. Y esto se garantizó con el involucramiento y el protagonismo estelar de las autoridades federales.

Pero no solamente en la conducción de las negociaciones con Estados Unidos y con **Intelsat** se solicitaba la dirección y el soporte oficial. Al tiempo de la orbitación del **Morelos I**, las propuestas y demandas de servicios satelitales entre ambos países hacían legión en las oficinas gubernamentales, y ello demandaba su desahogo y finiquito. A los representantes de **Televisa** que ya acostumbraban frecuentar **SCT**, se unían ahora nuevos actores que sin reservas anunciaban sus ofertas y proposiciones, y éstas siempre se centraban en sistemas y alternativas para canalizar el tráfico transfronteros. No resulta anecdótico mencionar que en estas visitas los grandes operadores de servicio de Estados Unidos, se hicieran acompañar por delegados de su Embajada. Incluso, llegó a plantearse que la primera etapa en la implantación de negocios de telecomunicaciones en México era el encuentro con esos funcionarios: no sólo sabían qué hacer, sino también a quien dirigirse para que se hiciera.

### ***3.32 El suministro subordinado: la maquila de los servicios de menor contenido tecnológico.***

El entorno del negocio estaba, pues, listo, a punto. Y mediante la **Dirección General de Concesiones y Permisos** que emitía las autorizaciones, y la **DGT**, que acordaba las bases técnicas de operación, se establecen ahora convenios genéricos para la *interconexión de facilidades y extensión de redes de comunicación de un país a otro*, eufemismo que amparaba la prestación de servicios en uno de los dos estados por operadores reconocidos del otro. Así, desfilan empresas que explotan el sector y establecen las alianzas del caso. Se cuentan entre ellas a los grandes proveedores de sistemas de telecomunicaciones como **MCI**, y firmas de aparición reciente, que explotaban la comunicación de satélites a partir de la ventaja tecnológica, como es el caso de **HIT-STARS**, pionera en el empleo de telepuertos.

En el período 1988-1992, las dos compañías disponían de estaciones maestras en Houston, Texas, para el curso de tráfico de alta velocidad vía sistema **Morelos** entre empresas de México y de Estados Unidos. Dirigiendo su oferta hacia empresas norteamericanas, alcanzaron un desarrollo relativo: no más de cinco usuarios en cada caso en los tres primeros años de su operación. En consecuencia, la ocupación de la capacidad en ambos satélites fue mínima –apenas 0.2 Mhz de la banda “Ku” en cada caso- y los ingresos que generó el acuerdo tampoco revistieron un gran significado económico. **HIT-STARS** ofrecía enlaces digitales desde capacidades muy bajas hasta los 2.048 Mbps, velocidad que comprometió en el contrato firmado con **Disney Productions**, para la conducción de una señal de televisión eventual de México a EU. Por su parte, **MCI** diversificó más sus operaciones, y proporcionó su oferta tanto en la ciudad de México como en Cuernavaca, Morelos. Si bien en esta población, comercializó sus facilidades a través de la representación **Lyracomm**, que posteriormente aparecería como el brazo comercial del sistema de satélites **Panamsat**.

Pero si el uso de los **Morelos** fue poco significativo en la coordinación de satélites, para los dispositivos norteamericanos el convenio representó ventajas estratégicas que no dejaron de aprovechar. Las bases aparentes de reciprocidad que se negociaron en las cuatro rondas celebradas, nunca llegaron a establecerse no sólo por el desbalance entre el número de unidades que cada cual aportaba, sino también porque entre los esquemas de comunicación satelital de ambos países mediaban diferencias abismales en los índices de productividad de los operadores de cada sistema. Una evaluación realizada hacia fines de 1988 demuestra con claridad tal diferencia: la **Hughes Communications Incorporated (HCI)** –propietaria de las series de satélites **Galaxy**, **Westar** y **SBS**, 14 de los cuales se incluyeron en la coordinación con México- aparecía como el líder en un rudimentario pero ilustrativo indicador de productividad, ventas por empleado, donde alcanzó los 325 mil dólares por año. Tal registro superaba a la **AT&T** -que aportaba los satélites **Telstar** mediante la filial **Skynet International**- y a **GE Americom**, poseedora de la serie **Satcom**, que llegaban a un promedio de 243 mil dólares cada una. La empresa con el menor registro era **GTE Spacenet** –que concurrió a la coordinación con cinco satélites de sus series **Gstar** y **Spacenet**- y llegaba a los 120 mil dólares en promedio. Si bien esta cifra se ceñía apenas como la mitad de las obtenidas por sus dos antecesoras, resultaba en extremo superior a la estimación aplicable a la **DGT** de México, contraparte de todos los operadores señalados en el proceso de coordinación: apenas 3 mil dólares en el mismo indicador, esto es, sólo el 2.5% del aporte de la empresa norteamericana listada en los últimos sitios. Esta disparidad desbordante se evidenciaba también en las abismales diferencias en infraestructura: hasta 1992, en Estados Unidos existían 11 compañías que operaban segmentos satelitales diversos, y cerca de 900 prestadores de servicios, entre los que destacaban 65 intermediarios que comercializaban segmento espacial de terceros. Estas empresas se apoyaban en más de 5 mil compañías dedicadas al desarrollo y fabricación de equipos relacionados. Tal fue el potencial que el norte puso en la mesa al coordinar sus satélites con los nuestros.

La comparación asimétrica que revelan los datos consignados, exponía a la vez un argumento que ni siquiera por elemental había sido respetado por los funcionarios mexicanos que promovieron los acuerdos: si se carece de la infraestructura terrena para aprovecharla, poco importa la capacidad espacial. Al advenimiento de los satélites propios, frente a las diez estaciones transmisoras de México, la contraparte incluía a operadores satelitales sólidos y solventes, debidamente armados con sus empresas filiales que aportaban las anclas terrenas para proporcionar servicios integrales. Los casos de la **Hughes** y de **AT&T** remitían en efecto a esa integración vertical. Así, se enfrentaba a compañías que con años de conocimiento acumulado y experiencia práctica habían conformado paquetes completos de servicio, en los que la comunicación satelital aparecía como complemento de una infraestructura terrena completa y diversificada, y segmento en el que residía entonces la posibilidad de su aprovechamiento estelar y plenario. El **Cuadro 43** apunta la oferta que esas compañías proporcionaban, y que estaba lejos de presentarse únicamente como conducción de señales. Incluía ya el valor agregado que la informática aportaba para crear aplicaciones específicas, como las dedicadas a la industria periodística que **GTE Spacenet** incluía normalmente; o la transmisión de emisiones televisivas de negocios, que prestaban **Skyenet** y **Hughes** aportando tanto los estudios y cámaras necesarias para la transmisión de video, como las estaciones remotas de no más de dos metros de dimensión que se habilitaban temporalmente en las instalaciones del usuario receptor. Si bien la tecnología que estructuraba estos suministros podía adquirirse y utilizarse también por agentes nacionales, la superioridad seguiría manifestándose en tanto nunca se alcanzaría la eficacia de uso del creador y fabricante de la matriz tecnológica, que justo se conforma por el sólo hecho de haberla concebido, diseñado, y asimismo aprovechado para curtir su funcionalidad como firma especializada.

Y como en cualquier proceso económico inmerso en la lógica del capital, las **diferencias en productividad se tradujeron en una integración subordinada al esquema transnacional de comunicación satelital**, en la que los protagonistas nacionales solamente podían encargarse de las **aplicaciones de menor contenido tecnológico** – como la conducción de señales televisivas o de llamadas telefónicas- mientras las de **mayor complejidad técnica por su valor agregado debieron cederse al operador norteamericano**, como de hecho se demuestra en los casos señalados. De esta forma, ya en la misma inclusión de los servicios básicos que motivaron la coordinación de satélites, parecen reconocerse tales ventajas comparativas y la definición establecida remite al concurso de uno u otro participante. Aunque ni en forma velada o evidente se estableció acuerdo alguno que lo detallara, fue evidente que la competencia de México se ceñía a dos esquemas: *recepción incidental de programas de video y de audio, y transmisión de programas de video para su distribución en el otro país*. Por su parte, los protagonistas estadounidenses comandaban la última categoría, que, amplia y abierta, bajo la designación genérica de *servicios empresariales*, hacía caber cualquier combinación posible de alternativas de avanzada. Si la carta del Ejecutivo fue abrir las fronteras del negocio satelital para impulsar el desarrollo de esas comunicaciones en el ámbito local, la sola ventaja que podía tenerse era el servicio de distribución de señales de televisión para la

Cuadro 43

*Oferta principal de los operadores propietarios de los satélites bajo Convenio.*

OPERADOR	SERVICIOS
<b>HUGHES AIRCRAFT COMPANY</b>	
	<b>Hughes Communications Inc.</b>
<p>GALAXY; SBS; WESTAR; y, DBS</p>	<p>Televisión por cable; TV permanente y ocasional para Radiodifusión; Voz; datos y video en esquema Hubs – VSAT's Televisión de negocios Transmisión de audio y de datos Radiodifusión directa por satélite</p>
<b>AMERICAN TELEPHONE AND TELEGRAPH</b>	
	<b>ATT Skynet / Tridom</b>
<p>TELSTAR</p>	<p>Skynet Direct: Transmisión digital punto a punto. Transpondedor Skynet: Uso ocasional y completo para TV. Televisión de negocios Skynet: Transmisión unidireccional punto – multipunto.</p>
<b>GE AMERICOM</b>	
<p>SATCOM</p>	<p>Venta de transpondedores</p>
<b>GTE SPACENET</b>	
<p>GSTAR y SPACENET</p>	<p>Recopilación de noticias por satélite; Videoconferencias; Televisión de negocios; Canales de servicios (video; audio, etc); Skystar network (Hub compartido); Pre-press Express (difusión noticiosa)</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los documentos citados en la nota 17.

comunidad hispana. Y a cambio de lograrla, se había aceptado el intervenir en un **esquema de conectividad regional**, en la que nuestra infraestructura nacional vía satélite funcionaría como **un sistema terminal**, que únicamente **facilita y permite la conexión al valor agregado del sistema**, y no la **producción propia de ese añadido**. Así, se nos orillaba a la **prestación per sé de la conducción de señales**, mientras consumíamos los **servicios y aplicaciones de mayor contenido y mejor rentabilidad económica**. Nosotros tendíamos el camino mientras otros aportaban los vehículos para transitarlo. El aporte nacional fue dedicado a **maquilar los servicios de nuestros asociados**, y creer que los producíamos juntos, que se alcanzaban rendimientos iguales para cada contraparte.

Para las empresas norteamericanas, la coordinación de satélites se significó entonces como la búsqueda y hallazgo de los procedimientos institucionales para proporcionar servicios vía satélite en el mercado local, corolario lógico a la ya prevista liberalización del esquema internacional de comunicaciones que aportaba **Intelsat**, y a la propiedad y manejo de la plataforma tecnológica requerida para cubrir grandes extensiones territoriales, y suministrar conectividad con una infraestructura terrestre similar a la utilizada para enlaces nacionales. El movimiento fue así estratégico, a largo plazo, para asegurar el acceso y usufructo del mercado regional. Este hecho resalta al establecer dos hechos específicos, que marcaron las dos últimas sesiones de coordinación de satélites:

- \* La **inclusión en el acuerdo de satélites norteamericanos que aún no habían sido lanzados**. En la celebrada en septiembre de 1989 se consideraron en efecto al **Galaxy V-R y IV-R**, que serían orbitados respectivamente en 1991 y en 1992. De igual manera, en la coordinación de agosto de 1991 quedan integrados los **Satcom C-3 y C-4**, cuyo lanzamiento se preveía para finales de 1992 o principios de 1993. Con ello, para los cuatro satélites, el término de la coordinación que se pactó habría de prolongarse hasta el nuevo siglo, lo que garantizaba la prestación de servicios por parte de esos proveedores hasta el trienio 2001-2003, esto es, 10 años después de sus fechas de lanzamiento.
- \* La **definición clara de las zonas regionales de servicio**, en tanto los operadores de los cuatro satélites aún no lanzados en las fechas de coordinación eran también sus fabricantes (**Hughes y General Electric**, en cada caso), por lo que **incluyeron haces de cobertura en banda "C" dirigidos al territorio mexicano**. Tal propósito suponía incluso que los nuevos dispositivos podrían suministrar servicios nacionales por un período de cinco años, ya que la vida útil de los dos satélites del sistema **Morelos** no rebasaba 1998.

La apertura del mercado nacional de comunicación vía satélite se apostó pues sobre la pretendida fortaleza del operador televisivo. Y al supeditarla a esa contribución quedó ceñida al interés de una empresa voluble, escurridiza, sin memorias ni lealtades; displicente incluso. Su aporte no estaba garantizado, ni siquiera era seguro; más bien se



caracterizaba por ser oportunista, aparente y coyuntural, por sucederse sólo mientras le fuera ventajoso. El tiempo diría entonces la duración del compromiso. Y lo equivocado que fue también el suponerlo para involucrarse en una negociación sin otra ventaja.

#### 4. El teletexto: descubrimiento y montaje del valor agregado.

Si la crisis de 1982 generalizó la emergencia en todo el país, para la comunicación social, y en lo particular para los medios electrónicos, pareció favorecer la situación contraria. La mayoría de las historias sobre el desarrollo de la televisión, concuerdan en efecto en la descripción de la década de los ochentas como etapa de realizaciones muy concretas, específicas, cuyo simple planteamiento contrasta con los profundos desequilibrios presentes en el país. Sobre todo, destacan las acciones que los gobiernos tanto en el ámbito federal como estatal, despliegan para dotarse de un mayor control sobre la industria, cuando no de una vocería propia que radica desde luego en la creación de estaciones con financiamiento público. En 1977, por ejemplo, se crea la **Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC)**, cuyo oficio primero es vigilar la aplicación de la normatividad aplicable en las industrias que integra. En 1981, nace la **Unidad de Televisión Educativa y Cultural** de la **SEP**, que habría de producir y transmitir programas educativos, y para 1982 inicia transmisiones el **Canal 22**, en la banda de UHF y bajo la administración de **TRM (Televisión de la República Mexicana)**, organismo también estatal. La permanencia de esta unidad será efímera sin embargo ya que en 1983, en marzo, aparece el **Instituto Mexicano de Televisión** y desahoga una consistente vocación integradora: asimila al **Canal 13**<sup>35</sup> y su red nacional de 44 repetidoras; los canales **22 de la ciudad capital; 8 de Monterrey; 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez**. También la llamada **Productora Nacional de Radio y Televisión (Pronarte)** que manejaba la imagen oficial, y la propia **TRM**.

El movimiento federal se adiciona al que toma cuerpo en coordenadas estatales. Al debut de la década, *“el gobierno del estado de Veracruz establece su estación televisora, el Canal 4+ (Cuatro Más) que será el*

<sup>35</sup> Integrado en la estructura estatal desde 1972, como narra Fernando Mejía Barquera. *“El 15 de marzo de 1972, dice, luego de operar durante casi cuatro años como empresa privada, el Canal 13 pasa a ser propiedad del Estado. La operación se realiza a través de la institución financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX)... [..] La adquisición del Canal 13 constituye la primera de una serie de acciones efectuadas por el gobierno del presidente Luis Echeverría encaminadas a fortalecer al papel del Estado como emisor a través de los medios de comunicación. Dentro de esas acciones destaca la creación, el 29 de abril de 1972, de la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México (llamada más tarde, en 1980, Televisión de la República Mexicana)”*. Cfr. “Anexo: Cronología de la televisión mexicana”. En: Miguel Ángel Sánchez de Armas (coordinador). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana. Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación-Televisa; 537-538pp.

*primero de una serie de sistemas regionales en diversos estados de la República*<sup>36</sup>. El ciclo continúa en 1981 con canal 12 de Tlaxcala; 6 de San Luis Potosí y 12 de Puebla. Un año después se cuentan Canal 28 de Monterrey en UHF y el 3 de Pachuca, y ya para 1983 sale al aire Canal 7 de Villahermosa, en Tabasco. Más tarde, en el bienio septiembre-octubre de 1984 debuta formalmente el Sistema Michoacano de Radio y Televisión y Canal 6 de Hermosillo.

1985 parece ser simbólico porque atestigua dos tendencias que se postulan distintas y no obstante se complementan. De apertura, el arraigo de la participación del poder formal en los medios, que se traduce en una presencia ya institucionalizada y con careo por todo el territorio. De esta forma, los modelos en boga vienen a descentralizar la comunicación estatal, y con ello los emisores locales complementan y refuerzan claramente la originada en las instancias centrales. Y como para confirmar el punto, en no más de seis meses los dos animadores se robustecen...

- \* En enero, se funda el Sistema Quintanarroense de Comunicación Social que opera tres estaciones de radio y una de TV, canal 7+ (Siete Más); y,
- \* Tres meses más tarde, en mayo, germina el desplazamiento más importante de la infraestructura federal en el sistema televisivo: se genera Imevisión, empresa dependiente del Instituto Mexicano de Televisión (IMT), que suma sus cinco señales y otro más que despunta apenas, canal 7, que absorbe la red de TRM compuesta por 99 estaciones repetidoras y logra con ello presencia nacional. Imevisión absorbe también Pronarte y todas sus facilidades operativas, lo que completa la cadena de valor estatal al enlazar producción y distribución. En junio, al orbitarse el primer satélite del sistema Morelos, la secuencia culmina con la difusión efectiva del mensaje gubernamental, que se integra como uno de los primeros servicios difundidos por la plataforma doméstica.

El retoque institucional y la solvencia del andamiaje de distribución, se alimentan desde luego de los propósitos gubernamentales de racionalización y reordenamiento de las instancias públicas. No obstante, también puede afirmarse que responden a la necesidad de la estructura económica por legitimar la resolución que opera para resolver el conflicto de clases que ha generado la crisis, mediante el reforzamiento del orden político y social que ha creado y de los aparatos ideológicos que los justifican. La explicación que ofrece Raymond Williams, es por demás afortunada sobre ese tema porque relaciona la interacción entre el modo productivo y sus pares político e ideológico. *“...Toda clase dominante, señala, destina una parte significativa de la producción material a la*

---

<sup>36</sup> Enrique Sánchez Ruíz. “Hacia una cronología de la televisión mexicana”. En: *Comunicación y Sociedad*, Número 10-11, Septiembre de 1991 – Abril de 1992, 251pp. Los datos sobre la fundación de las televisoras públicas se han tomado de esa fuente.

*consolidación de un orden político. El orden social y político que mantienen en vida a un mercado capitalista, así como a la lucha política y social que ha creado aquel mercado, son necesariamente una producción material... [ ]... toda clase dominante, a través de distintas formas pero siempre materialmente, produce un orden social y político. Estas actividades nunca son superestructurales. Son la producción material necesaria e indispensable a partir de la cual es posible impulsar un modo de producción autosuficiente en apariencia*<sup>37</sup>. En esta lógica, los seis elementos principales que Fátima Fernández<sup>38</sup> identifica respecto a la comunicación social del gobierno en el período 1982-1984, concretan esa funcionalidad y para la televisora dominante reservan un diseño exclusivo: empatan su desarrollo empresarial con los objetivos de reivindicación de la reestructuración que el gobierno postula y defiende.

El fortalecimiento del grupo televisivo representa pues la segunda tendencia cardinal que a partir de 1985 se reitera con testimonios específicos. Televisa no se relega en su actuación pública y en la vocación de incrementar sus facilidades empresariales. El registro de la progresión de su estructura de negocios no resulta entonces una labor complicada; incluso, como enseguida se expone, puede asirse a fechas, agentes y maniobras plenamente identificadas...

*"14 de mayo de 1985...*

*Se da a conocer públicamente la existencia de dos nuevas filiales de Televisa: Videovisa, dedicada a la producción, reproducción y venta de películas en video, y Video Centro, destinada a rentar 'en exclusiva' el material suministrado por Videovisa..."*

*"Enero de 1986...*

*La Spanish International Network (SIN) se transforma en Univision (nueva empresa norteamericana, con el mismo nombre que la creada por Televisa en 1976, como empresa mexicana). Continúa vendiendo programación y publicidad para alrededor de 400 televisoras 'hispanas' afiliadas. Se funda la agencia informativa para televisión ECO (Empresa de Comunicaciones Orbitales)*<sup>39</sup>.

*29 de abril de 1987...*

<sup>37</sup> Citado en Nicholas Garnham. "Contribución a una economía política de la comunicación de masas". En: Miguel Moragas (editor). *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, (Col. MassMedia), 1994;126pp.

<sup>38</sup> *"1) Adopción de un cuerpo de principios liberales disociados de la acción gubernamental; 2) Definición implícita de los medios de difusión como sustentadores de los programas de gobierno... 3) Inafectabilidad y consideración especial para Televisa; 4) Descentralización del sistema de televisión público y privado; 5) Reivindicación de la rectoría estatal en televisión a través de la administración de la difusión vía satélite; y 6) Ausencia de participación social en los medios de difusión". Fátima Fernández Chistlieb. "La crisis cultural y la lucha ideológica en la televisión". En: Pablo González Casanova y Héctor Aguilar Camín. *México ante la crisis. Vol II*. México, Siglo XXI Editores, 1985;167pp.*

<sup>39</sup> Datos de Enrique Sánchez Ruiz. Op. Cit., nota 36; 256-258pp.

Televisa *informa que Univisa, Inc, con sede en Los Ángeles, California, es un consorcio integrado por ocho compañías subsidiarias, todas con actividad dentro de la industria del entretenimiento, que enumera a:*

- \* ECO, *agencia internacional de noticias;*
- \* Fonovisa, *empresa de venta y distribución de discos en español;*
- \* Galavisión, *compañía de televisión por cable que transmite en 28 estados de Estados Unidos, con 288 estaciones afiliadas. Esta filial está considerada como la red de televisión más importante del mundo de habla hispana. Hasta 1993, cuando logra su mayor desarrollo, tiene 83 corresponsales distribuidos en 67 ciudades de 56 países, para la producción de material noticioso en apoyo a la agencia ECO.*
- \* Protele, *agencia vendedora de programas de televisión;*
- \* Univision, *antes SIN y red de televisión con 409 afiliados a los que enlaza vía satélite;*
- \* Grupo industrial Univisa, *manufacturera de productos de comunicación;*
- \* Videovisa, *distribuidora de películas en español; y,*
- \* Univisa Satellite Communications<sup>40</sup>.

La última referencia que se destaca como representativa del avance del consorcio es de hecho la tercera vía de participación que la iniciativa privada planteó para explotar al sector de telecomunicaciones antes de su liberalización formal en los noventa. En el *sistema teletexto* que el Ejecutivo Federal permite en 1987 pero que no llega a comercializarse por conflictos entre sus proveedores originales, se aprecia en efecto la voluntad de operar una alternativa de conducción de datos que explotara tanto la escasez de servicios similares como la novedad de las facilidades técnicas que surgían, entonces de avanzada. La autorización que se le otorga a Televisa y a su socio momentáneo reafirma el tratamiento especial que aún en la crisis logró la empresa y que se anidaba en evidencias muy precisas. Ejemplo de ello es el dato siguiente, que justo apunta a su negocio principal: en aquel representativo 1985, Televisa recibe de los once bancos nacionalizados 3 mil 10 millones de pesos por pago adelantado de publicidad. Al Instituto Mexicano de Televisión, que nacía apenas y por lo mismo requería el mayor apoyo posible, se le entregaron apenas 471 millones por el mismo concepto, esto es, un poco más del 15% de la primera cifra<sup>41</sup>. En las cifras, en la estadística dura, donde los apoyos cuentan, es claro hacia donde se polarizaba el gobierno federal y sus titulares.

---

<sup>40</sup> Información del Instituto Mexicano de Comunicaciones (IMC). *Informe de la situación de las telecomunicaciones en México*, mimeo, IMC, Septiembre de 1995; 53pp.

<sup>41</sup> Datos de Angelina Gutiérrez Arriola. *Las relaciones de producción en los medios de comunicación masiva en México: televisión, radio y prensa*. México, UNAM- Instituto de Investigaciones Económicas, 1988:13pp.

#### 4.1 El nuevo sistema: alerta fugaz y previsor sobre el futuro del negocio.

Los primeros desarrollos del teletexto se remontan a los setenta, a los laboratorios de la cadena de televisión inglesa BBC. El interés por el teletexto surgió a partir de la inquietud de un grupo de ingenieros por suministrar servicios de transmisión por onda a los sordos y a otras minorías lingüísticas del Reino Unido, quienes no podían entender la lengua inglesa. Tal propósito condujo a evaluar el llamado *título compacto*, es decir un texto dedicado a describir lo que ocurría en pantalla, el cual podía ser recibido sólo por las personas habilitadas mediante un decodificador. En 1971, esta aplicación en concreto dio lugar al planteamiento de una serie de propuestas encaminadas a crear un servicio público, cuyo objeto fuera el suministro de información general con base en la red de televisión. Los avances en la tecnología de la computación y de la transmisión de datos, permitieron la consolidación de los principales elementos del teletexto ya para 1972.

Con estos antecedentes, el teletexto y su hermano casi gemelo, el videotexto, fueron las designaciones corrientes para referirse a los sistemas de transmisión de datos que proporcionan información a un universo cerrado de usuarios, mediante la adaptación del aparato receptor de televisión. Los datos pueden ser transmitidos a través de las frecuencias radioeléctricas asignadas al servicio de televisión, o bien mediante los cables telefónicos o las líneas físicas de cobre propios de la televisión restringida. En los tres casos, el receptor recibe la información en su pantalla receptora y si el sistema ofrece únicamente información radiodifundida, uniforme para todos los suscriptores y de un punto a muchos, el servicio se designó como *teletexto*. Cuando el suscriptor puede responder a los mensajes emitidos, se habla de *videotexto*, que quedaría definido entonces por su perfil interactivo.

En esencia, el teletexto es una plataforma unidireccional para la difusión de datos en formato digital y mediante ondas hertzianas, colocando mensajes en las líneas en desuso de la señal de televisión común. Este espacio se designó como *trama vertical suprimida* (TVS) y se manifiesta como una barra oscura que aparece cuando la imagen estándar de televisión *se mueve* y demanda su corrección manual por parte del usuario. Para la recepción del teletexto el usuario debe estar equipado con un tablero de control semejante a una calculadora de bolsillo de tamaño regular, con el cual se eliminan las imágenes regulares de la televisión y se despliegan los cuadros de texto, gráficas o dibujos, que se envían desde la estación radioemisora.

Con su debut operativo y al funcionar como un servicio empalmado a otro de naturaleza distinta, el teletexto contribuyó a fincar tres tendencias tecnológicas y comerciales que el tiempo tornaría en estelares para las telecomunicaciones y su escalada en el ámbito nacional. De esta forma resaltan...

**a. *La diversificación de los grandes operadores del medio audiovisual hacia los esquemas operativos de las telecomunicaciones.***

Si bien ese enroque es ya moneda corriente en el nuevo siglo, para mediados de los ochenta representaba apenas los primeros intentos por canalizar y suministrar otros servicios anclados en las redes dedicadas. El teletexto explotaba algunas de las 525 líneas de la transmisión televisiva inutilizadas y para difundirse quedaba *superpuesto a las emisiones normales de cualquier canal de televisión*, y de hecho no dependía de ellas para concretarse. En tanto no existía capacidad de respuesta –limitación que el *videotexto*, servicio paralelo, superó a través de la línea telefónica como vehículo de la respuesta e interactividad, y con ello contribuyó a asentar el precedente de la complementariedad de redes– la plataforma resultaba ideal para cubrir necesidades de información punto –multipunto con requerimientos cuantitativos altos, esto es, para cantidades importantes de receptores habida cuenta de la penetración social de la televisión abierta. Esta característica deviene el interés primordial del emisor, por la cantidad de receptores naturales que pueden contratar el servicio porque únicamente les representa un costo marginal. Los tres distintivos –empalme de redes; integración de las mismas para perfeccionar la oferta y requerimientos verticales de difusión– serían elementos que años después reaparecerían en las propuestas empresariales sustentadas en la convergencia.

**b. *El aprovechamiento de nueva tecnología de manufactura foránea.***

Al adicionarse a las transmisiones televisivas, el servicio encontraba un medio de difusión habitual, conocido y estandarizado, con alcance en extensión y a profundidad porque ya se había insertado en el tejido social. La novedad radicaba en los aparatos decodificadores que se adaptaban al televisor, cuya procedencia era estadounidense. Al operar con interfases abiertas, de propósito general, estos dispositivos de costo reducido podían adaptarse a las normas mexicanas aplicables a los receptores de televisión. Según la propuesta comercial, para la prestación del servicio el operador entregaba el decodificador al usuario y repercutía el costo por alquiler y por el tipo de información que recibía. No se planteó en momento alguno del proyecto el inmiscuir al mismo a las instancias productivas nacionales, si bien la información ofrecida era generada por las empresas del proponente, con actividad desde fines de los setenta. Para su desarrollo, el servicio supuso entonces la implantación de un *esquema llave en mano*, lo cual reforzó la tendencia que en la práctica estaría presente en la totalidad de sistemas que se implantarían en el país a partir de los noventa. En el ámbito productivo, el teletexto no tenía pues aporte alguno.

**c. *La explotación de las redes de servicio para el suministro agregado y la implantación de economías de alcance y de densidad.***

El servicio reproduce también la búsqueda de una mayor explotación de las redes existentes, en este caso las televisivas. Como fue el caso del servicio télex, se buscaba que la infraestructura disponible sirviera de soporte para hacer llegar al usuario establecido o a nuevos suscriptores, un servicio adicional al primitivo, agregado, diríase, mediante la realización de inversiones marginales que habrían de capitalizar los costos hundidos de la red. Asimismo, se buscaba implementar externalidades positivas, sustentadas en economías de alcance que llevarían a una optimización económica de la infraestructura desarrollada. De esta forma, el universo de receptores potenciales del servicio podría ser tan amplio como el total de personas físicas y morales que dispusiera de un aparato receptor de televisión abierta.

Los planteamientos anteriores quedaron latentes sin embargo al bloquearse el debut del servicio, que no evoluciona más allá de su etapa piloto. Su representatividad radica así en las tendencias que ilustra y que serían estelares tiempo después.

#### 4.2 La propuesta concreta: muestra y enlace de la diversificación corporativa.

La iniciativa para la implantación del teletexto fue de **Tevescom**, empresa formada en exclusiva para su explotación comercial. La compañía perteneció a un conjunto de accionistas integrados bajo la razón social **Grupo Promotor Empresarial**, cuyo interés principal fue intervenir activamente en el negocio de la información. Sus propietarios implementaron en efecto diferentes frentes comerciales para la producción, circulación y distribución de datos e información varia. Destacaron entre ellas las siguientes firmas especializadas:

\* **SIFE** (Servicio de Información Financiera y Económica).

Fundada desde fines de los setenta, distribuía información especializada en 12 temas, que incluyeron cotizaciones y análisis comentados de las tasas de interés; metales y divisas y evolución económica en lo general. Difundía asimismo indagatorias y dictámenes sobre el desarrollo de la economía nacional; de la Bolsa Mexicana de Valores y del mercado cambiario. Hasta marzo de 1987 contaba con 50 usuarios localizados principalmente en el *triángulo de cristal*. Aunque pertenecía al mismo grupo de accionistas, **SIFE** aparecía únicamente como proveedor de información y se propuso aprovechar al teletexto para la distribución electrónica de sus productos, proyectando cubrir hasta el millar de suscriptores en los primeros dos meses de operación. Su operación llegó hasta 1991 y después desaparece sin mayor relevancia en tanto sus socios deciden invertir capital en otros negocios.

\* **Temsa** (Tecnología Electrónica de México, SA).

Orientó sus actividades en tres frentes específicos: comercialización de servicios especializados de información financiera; suministro de asesoría en finanzas, y apoyo técnico a empresas e instituciones del ramo económico y bursátil para su conversión en proveedores de información vía electrónica; venta de equipos y oferta e impartición de cursos de entrenamiento en las TIC. Pretendía por tanto ofrecer paquetes integrales de servicio, que lo mismo ofertan consultoría para el uso y aprovechamiento de las herramientas electrónicas, o venden equipo y coadyuvan en la creación de plataformas para el suministro de información. La empresa deseaba explotar el valor agregado, y una buena muestra de ello fue su prestación mediante operadoras de servicios asociados a la telefonía, que entre otros proporcionaba manejo de directorios; mensajería y servicio de memoria; operación de dos líneas telefónicas, y también la comercialización de los primeros equipos telefónicos con pantallas de despliegue visual y con teclado alfanumérico para el manejo de información textual por parte del usuario. Como su antecesora, **Temsa** desaparece al carecer de un mercado suficiente.

**Tevescom** puso su iniciativa en manos de **Televisa**, socio imprescindible por su dominio monopolístico sobre la infraestructura de televisión, y puente necesario para instrumentar el servicio. De comienzo, la propuesta comercial incluía las modalidades siguientes:

- i) *Distribución de información masiva de interés general, asociada a publicidad comercial distinta.* Se difunde sin cobro a los receptores en tanto los anunciantes y propietarios de la información transmitida pagan por la emisión de sus datos. El servicio incluía información noticiosa nacional e internacional; deportiva; económica y meteorológica. Comprendía también una sección infantil con juegos educativos, y se distribuían los horarios de programación de la televisión acompañada por mensajes publicitarios.
- ii) *Transmisión de información especializada* en noticias, economía, sociedad y finanzas, destinada a suscriptores selectos que periódicamente pagan por el acceso al servicio. Se numeraban en este apartado la información de la Bolsa Mexicana de Valores, así como los reportes especializados en economía de las agencias noticiosas internacionales. Y,
- iii) *Transporte de información privada*, de interés sólo para un usuario específico (Vgr. sociedades de inversión). Con acceso restringido, supuso la conversión de **Tevescom** en una empresa prestataria del servicio público de conducción de datos, al proporcionar la infraestructura televisiva y los dispositivos terminales a terceros para la distribución de información.

Si bien sus promotores dan a conocer sus planes a la **Dirección General de Concesiones y Permisos** a fines de 1986, la solicitud para operar el servicio no se presenta formalmente. Es de destacarse que en tal informalidad



señalan que para la operación del sistema no requieren autorización alguna, en tanto se aprovecha la concesión que ampara a **Televisa** como el titular en la emisión de señales de televisión, mismas que no se alteran por la inclusión del teletexto en tanto su plataforma operativa las aprovecha únicamente como soporte en el transporte y la divulgación de información. La novedad técnica del sistema y la argumentación que se puso a punto para soportar su implantación posible, parecieron tomar por sorpresa a las autoridades que no responden ni establecen dictamen alguno. El servicio nunca se inaugura por desacuerdos entre los participantes, pero su planteamiento puso en evidencia no sólo la voluntad de los inversionistas privados para intervenir en un sector fuertemente regulado, sino también los vacíos legales y regulatorios existentes en la reglamentación aplicable, que se hacían aún más evidentes frente a la innovación tecnológica que se sucedía permanentemente. Respecto al primer punto, es imprescindible mencionar las tarifas que **Tevescom** concebía para su servicio, mismas que tenían un perfil unitario ya que no reconocían las modalidades propuestas y se aplicaban exclusivamente al proveedor de la información. El costo diario por página era de 300 dólares y cada proveedor podía contratar el número de páginas que deseara. Aunque en sus inicios se calculó que el servicio podía contener hasta 200 páginas –con lo cual se obtendría una facturación de 60 mil dólares diarios- las posibilidades técnicas del sistema permitían suponer que el número posible de páginas llegara hasta las 10 mil 400. Con ello, la facturación llegaría hasta los 3 millones 120 mil dólares por día. Y ello sin contar la renta del servicio en la tipología señalada.

Todos los elementos que se han presentado, desde el declive de la oferta estatal a la triangulación de los mensajes y la maquila de servicios; el aprovechamiento de la nueva tecnología y el suministro directo, fueron vectores que habrían de incidir en la etapa siguiente de desarrollo del sector. Y ésta se define por la completa supremacía de la oferta privada. Si bien las penurias de la oferta pública habían desatado el reclamo general de los grupos económicos y la exigencia de una reestructuración definitiva y a fondo, lo mejor que hace la respuesta política que llega es dejar de lado a las instancias estatales y enfatizar con ello el perfil mercantil y comercial del sector. De esta forma, tanto en lo inmediato como a poco más de 25 años de distancia, el saldo único de la liberalización emprendida es el arreglo del mercado de servicios bajo la paternidad privada y en la lógica de la competencia, situación que deja al aire uno y mil temas de mayor trascendencia para el conjunto social y para la nación misma. Es por ello que en las telecomunicaciones priva una condicionante más que fundada: como en el resto de la economía nacional, los grupos sociales dominantes del aparato estatal implantan la liberalización con el propósito único de dar entrada a los capitales privados. La crónica de la política de liberalización de las telecomunicaciones deja el sabor del desencanto, de la frustración por la oportunidad perdida. Si se tuvo el empuje para reconvertir a un sector cuya historia se colmaba de tradiciones, inercias y estereotipos cultivados en un siglo de existencia monopólica, podría haberse buscado que esa transformación radical fuese para el beneficio de la sociedad toda y no únicamente de una parte de ella y de algunos de sus integrantes.

## Capítulo V

### **LA CONVERGENCIA: EN LA BÚSQUEDA DE TODAS LAS ECONOMÍAS POSIBLES**

**“Empieza a progresar esto, ¿qué no?,**  
decía el hombre del mostrador. Y un silencio cauteloso seguía a sus preguntas, a sus frases que no dejaban de producirse, pese a esa temerosa y sospechosa evasiva del silencio.

**“Oigan pues, yo les digo: cuando llegué aquí no hace mucho, esto era un barrialero que ni se diga –decía.**

**“Pero vean ahora, pues, y nada más verán: ya hasta farmacia pusieron.**

**“¿Y quién la puso?**

(Se arreglaba el sombrero que caía ligeramente).

**¡Pues quién la iba a poder, hombre! Uno de fuera. Porque aquí para la pereza nadie les gana, nunca se les ocurre nada.**

**“Pero no importa**

(y cambiaba a un tono conciliatorio),

**Pues aquí estamos para servirles**

-decía locuaz, casi musicalmente-

**“vean cómo son las cosas –continuaba:**

**“Nadie es profeta en su tierra...**

Óscar Collazos<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> *Días de paciencia*. México, Joaquín Mortiz, 1976: 15pp.

El lugar común establece sinónimos, paridades; equivalencias: convergencia igual a transmisión y recepción de voz, de video y de datos; por ello se designa *triple play*. Esa igualdad es a la vez principio para adicionar otro elemento, la movilidad. En tal variante la distribución de los tres servicios se establece mediante una plataforma inalámbrica, sin ataduras físicas, para el usuario nómada y su recepción en cualquier tiempo, lugar y hora. Tal es el *cuádruple play*, cualidad frontera que apenas conquista a partir de la oferta de los proveedores celulares y a precios todavía muy elevados para el grueso de la población nacional.

En la misma lógica, y ya en la amalgama de tres o bien en el manojito de cuatro alternativas, la simbiosis convergente esconde diversos temas de análisis, casi todos inscritos en la perspectiva técnico-económica. Si se atiende a la historia y a la desagregación del conjunto, por ejemplo, es de notarse que no hace mucho los tres servicios mantenían un desarrollo separado, particular, tasado incluso en una estadística distintiva. Desde el lejano 1963 cuando Arthur Jipp<sup>2</sup> plantea la correlación entre el equipamiento telefónico y el ingreso nacional, el servicio de voz se cuantificó en indicadores de densidad, que siempre mantuvieron el afán por llegar a las cifras más altas. A un mejor promedio entre líneas telefónicas y número de habitantes correspondía así un mayor desarrollo, y si como en el México de 1990 ese índice era más bien mediocre y no llegaba siquiera al 10%, la conclusión evidente remitía al largo camino por recorrer del país huésped antes de considerarse avanzado. Esta valoración no alteraba la génesis del servicio ni tampoco su evolución: en 1878 y en 1990 igual se trataba de enlazar dos voluntades y permitir su interacción. Al desencadenarse la privatización de la operadora, el servicio telefónico no descompone su configuración técnica y sus modalidades son las mismas que antaño. Suple sólo la paternidad de la firma proveedora y desde luego el destino de la utilidad que se genera, mutación no menor aunque solo propia del modelo de desarrollo que recién emerge.

Si se le aísla del conjunto tripartito, el servicio televisivo tiene asimismo identidad propia. Normado por el otorgamiento rígido de concesiones, dureza que en su tiempo se justificó por la escasez ficticia del espectro dedicado, en su variante abierta remite a la gratuidad y al interés público, aunque este concepto pocas veces se distingue más allá del papel. Por su parte, en la televisión restringida es cláusula el pago de rentas que aumentan a

---

<sup>2</sup> La fórmula de Arthur Jipp, especialista colaborador de UIT, se plantea por primera vez en 1963, como intento para cuantificar la relación entre la infraestructura de telecomunicaciones y desarrollo económico. La preocupación central fue analizar hasta qué punto el sector impulsaba el crecimiento y, de manera complementaria, en qué nivel de desarrollo se requería de una mayor infraestructura para mantener la dinámica económica. Según Jipp, al estudiar esa relación resultó clara la fuerte interdependencia entre el crecimiento nacional del sector de telecomunicaciones y la salud económica del país huésped. En primera instancia, su medición se centró en entrelazar la llamada *densidad telefónica*, esto es, el número de líneas fijas entre cada 100 habitantes de un país dado, y el ingreso nacional medido en la magnitud del PIB. Al establecer que al crecimiento del primer indicador correspondía una mayor riqueza, la comparación generó evidencia cuantitativa concreta que se magnificó como instrumento econométrico incuestionable, y por lo mismo se le evocó ampliamente para justificar el mayor aprovisionamiento telefónico de todos los países. Así, se implicaba de manera lineal, mientras mayor sea la densidad, es mayor la cuantificación monetaria del ingreso.

medida que el suscriptor contrata más opciones y escala el servicio. Los conocidos paquetes que obligan a la adquisición en colectivo y nunca de un canal aislado, oscilan entre las señales básicas que se han vuelto insignia del medio globalizado –**HBO**, en vanguardia- y una amplitud aparente, mentirosa, porque las diferencias entre proveedores son mínimas y la uniformidad prevalece entre ellas. Las dos opciones televisivas suponen además rutas distintas de recepción. La gratuita implica en ello únicamente la compra de un telerreceptor, cuya diversidad recorre un amplio abanico de precios y configuraciones. En su modalidad alámbrica, la segunda carga con la construcción de la obra civil que lleva el cable hasta el hogar del usuario, y con ello emplaza un concepto agazapado, de poco renombre y distinción, y sin embargo estratégico para el sistema en los años por venir y en la convergencia anunciada: la *infraestructura de casas pasadas*, esto es, el *número potencial de residencias que pueden contratar el servicio porque la extensión y el trazado del tendido de cable las alcanza*. Como es evidente, el crecimiento de la propuesta comercial de cualquier empresa de televisión por cable descansa en esa alternativa indispensable. Y también de ésta se desprende la ventaja cualitativa de los operadores de telefonía fija: siempre tendrán ventaja competitiva en esa categoría.

Finalmente, el último invitado, la consulta, intercambio y conducción de datos, viene a ser el protagonista que mayores cambios argumenta en su transcurso próximo, antes incluso de su integración en el trío convergente. La vigorosa **DGT** de principios de los ochenta los inauguró con un destinatario único: el medio empresarial. Si un ciudadano deseaba conectarse a una computadora para correr una aplicación cualquiera, debía recurrir al alquiler de un canal dedicado que no siempre estaba disponible y cuyo precio podía ser muy oneroso. Lo existente no se dirigía al usuario individual y la consulta de información censaba casi en exclusiva el tema científico, lo cual venía a activar el andamiaje del **Secobi** (Servicio de Consulta a Bancos de Información) a cargo del **Conacyt** y cuya utilidad social no alcanza a precisarse por la poca penetración que tuvo. Si se compara ese panorama con el vigente hoy, son enormes y definitivas las diferencias: en 1990 se hubiese considerado muy lejana la posibilidad de enlace con el resto del mundo desde la computadora de casa, y menos aún para obtener información de cualquier tipo y en imagen, texto o sonido. El que tal opción sea cotidiana y pueda aprovecharse cada vez en mayores regiones del territorio nacional, remite pues a las radicales mutaciones técnicas que se han producido en esas plataformas.

Al sintetizar el escenario descrito resalta el carácter masivo o especializado de los servicios. Hasta 1990, solamente el telefónico podía tomar un rol personal, mientras que los restantes atendían únicamente al gran público. Para todos estaban disponibles la radio y la televisión, con los perfiles de bonanza para los medios comerciales y de estrechez para los de Estado que ya se han vuelto habituales, y con dedicatoria al colectivo empresarial se listaban los sistemas de conducción de señales en microondas y por satélite y también mediante circuitos físicos; igual disponían de los servicios finales télex y de transmisión y procesamiento de datos en varias modalidades. **Infosat** alteraba las

categorías al plantearse como un servicio de difusión unidireccional de información vía satélite, que demandaba receptoras de dimensiones muy reducidas para la época, las primeras que podía manejar un solo individuo.

La liberalización que de inmediato se aborda en el período 1988-1994 y el cambio en las estructuras de suministro que acoge a la participación privada, trae más opciones de comunicación, sobre todo y en especial para el individuo. Tal explosión no las confunde ni sobrepone sin embargo y mantienen su definición tradicional. La desincorporación de **Telmex** modifica en efecto la propiedad, pero no altera su oferta, que sigue siendo la telefónica. Otras alternativas que asimismo aparecen y concretan la mutación del entorno regulatorio se clasifican como servicios específicos, y se definen al detalle y en la tradición y costumbre de las telecomunicaciones de ese momento. De esta forma, la tecnología celular transforma al teléfono en itinerante, cualidad que sólo rompe la dependencia física hacia el cable, y no altera la comunicación de voz que le determina y que habrá de mantenerse por largo tiempo. De igual manera, las primeras concesiones para los sistemas designados como radiolocalización móvil de personas –o *paging*, como se le reconoce– se otorgan para una cobertura regional en 1991, y la radiocomunicación especializada de flotillas –a su vez, comercializada como *trunking*– nace poco después. Sus operadores dominan la totalidad de la cadena de valor y con ello reproducen los esquemas acostumbrados del suministro. Emergen pues como servicios integrales, nuevos y complementarios, personal uno y casi gremial el segundo, que tanto aprovechan la tecnología de avanzada del período como armonizan la asignación nacional con la determinación primaria que **UIT** estableció para las bandas de frecuencias que explotan. En el terreno de la televisión por cable, proliferan las autorizaciones para operar en todo el territorio, y será hasta la adjudicación de frecuencias para el servicio en microondas (MMDS) cuando se formaliza el nacimiento de la alternativa inalámbrica. Ésta debuta incluso en la ciudad capital bajo el comando de **MVS** y enseguida rivaliza con **Cablevisión**, el frente del consorcio televisivo en el mercado de las cableras desde mediados de los cincuenta.

Todos estos ejemplos muestran que si bien la liberalización alteró la estructura de la propiedad en las telecomunicaciones nacionales e introdujo las formas del capital y del mercado como vectores de desarrollo, la ruptura del complejo postal-industrial no llegó a todos los ámbitos y dejó elementos intocados, entre otros, la definición misma de los servicios. Con los años, la convergencia viene a ser el factor que confunde todo el entorno y las parcelas que cada uno arreglaba y mantenía son enviadas a la obsolescencia por la nueva realidad tecnológica, es decir, la imposición del formato digital en todos los órdenes, niveles y estructuras. Aplicada para el ambiente regulatorio, la afirmación de Marcio **Wohlens** en un estudio sobre el tema para la **Cepal** es precisa al establecer esta distinción entre la particularidad y la universalización binaria. *“En la práctica, dice, la convergencia tecnológica significa una segunda transformación (ruptura) en el modelo regulatorio tradicional de las telecomunicaciones. La primera ruptura ocurrió con el hundimiento del monopolio público de las telecomunicaciones... [que sin embargo]... no alteró los fundamentos técnicos de las clasificaciones de los*

*servicios y la emisión de licencias, manteniendo además la separación institucional y legal entre los diferentes sectores de las TIC, particularmente entre los de radiodifusión y las telecomunicaciones. De cierta forma, la convergencia tecnológica plantea una nueva (segunda) ruptura, inclusive de naturaleza más conceptual, en los fundamentos técnicos y económicos, no sólo de los servicios exactamente, sino también en la propia clasificación que sustenta el modelo regulatorio tradicional*<sup>3</sup>. Aunque la cita abona lo necesario para precisar los desafíos que la convergencia supone en el asunto regulatorio, en las esferas técnica y sobre todo económica es claro que los rompimientos que se evocan toman otros asideros y encuentran un soporte argumental más amplio. A la noción de secuencia que incorpora la declaratoria del experto, puede sobreponerse la lógica de proceso, de consecuencia, de la cual no emerge una ruptura que fragmenta y separa sino más bien la convocatoria a un orden y a una articulación que afinan, que generalizan, y en este caso más todavía, que consolidan. Tal continuidad deriva del avance del capital en extensión y a profundidad, que patrocina la reestructuración de principios de los noventa y de comienzo desplaza el rédito estatal del sector para después *explotarlo mediante un proceso industrial que racionaliza su producción en la búsqueda de la mayor eficacia posible, y con ella, de la ganancia de frontera*. Con ese propósito, el sumario inicial que se implanta y organiza es la **apertura de nuevas áreas de capitalización que emergen producto del retiro del Estado del suministro, y encadenamiento que se concreta al liberalizar los mercados de telecomunicaciones y de televisión abierta durante la década de los noventa**. La desincorporación de la telefonía fija de la estructura estatal se lleva a cabo con la venta de Telmex y de su apéndice Telnor, a tiempo que el debut de la plataforma celular se produce ya bajo el control de inversionistas privados. De manera simultánea, el marco legal se relaja y flexibiliza, en específico para desregular los mercados secundarios y auxiliares de dispositivos y bienes de conexión a las redes, medida que permite el ingreso de nuevos agentes en esa oferta específica acorde con la apertura generalizada de las fronteras<sup>4</sup>. En el cuerpo regulatorio que germina apenas para institucionalizar el proceso, se abre espacio a un segmento primerizo que toma un perfil de gran ambigüedad porque puede abarcarlo todo: en la categoría designada como *servicios de valor agregado*, en efecto habrán de listarse todos los posibles, y para dotarla de mayor flexibilidad se facilita la concurrencia de agentes extranjeros hasta el 100% del capital social.

En la industria cultural, en concreto para la radiodifusión y la cinematografía, el enroque es evidente y los activos estatales que estructuran a **Imevisión** (redes nacionales de los canales 7 y 13); la **Compañía Operadora de Teatros (Cotsa)** y los **Estudios América**, conforman el llamado *paquete de medios*, que igual se entrega al postor designado a mediados de 1993. La retórica oficial que acompaña la cesión no es diferente a la que cobijó la venta de la operadora telefónica. Se trató, justifica, de modernizar a la industria, de generar ***“una oportunidad para abrir***

<sup>3</sup> Marcio Wohlers. *Convergencia tecnológica y agenda regulatoria de las telecomunicaciones en América Latina*. Santiago de Chile. Cepal y Oficina de Cooperación de EuropeAid (@Lis). Julio de 2007; 5pp.

<sup>4</sup> Cfr. Kelley Drye & Warren. *Mexico's Telecommunications Framework*. 10 de octubre de 1996. Disponible en: [www.natlaw.com/interam/mx/cm/sp/spmxc2.htm](http://www.natlaw.com/interam/mx/cm/sp/spmxc2.htm) Fecha: 2 de mayo de 2003.

*mayores cauces de participación de la sociedad civil en el uso y el manejo de los medios electrónicos de comunicación masiva*<sup>5</sup>. Tal dispensa fingida es únicamente recurso para legitimar los albores de la reestructuración, cuyo primer elemento es el traspaso de todos los activos públicos al actor privado para acomodarlos como sujetos de reproducción económica. Una vez concluida la transferencia, **los servicios comienzan a regirse bajo la lógica industrial y con ello fincan las bases para su evolución ya bajo las condiciones, parámetros y reglas de mercado.**

Con la garantía de la propiedad y la seguridad jurídica para explotar los servicios, se emplazan pues los cimientos de la convergencia, que paradójicamente va a dilatarse como meta operativa hasta el 2006, dieciséis años después de que se formaliza la liberalización como política de desarrollo. La reforma a las **Leyes Federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones** de abril de ese año, y el **Acuerdo de Convergencia** que después de jaloneos, desencuentros y un consenso forzoso se hace público en octubre, son su expresión formalizada en el terreno jurídico-legal, aunque la primera resulta efímera y sólo mantiene su vigencia por algo más que doce meses. En la estructura económica, donde emerge y se cocina la convergencia, resulta claro que el proceso es etapa obligada en la reestructuración productiva dispuesta para enfrentar la crisis y para imponer una nueva relación capital-trabajo, y que su desarrollo se propicia para consolidar el funcionamiento dual que las TIC cultivan desde su emergencia estelar: como *sector de punta, porque se distinguen como una de las ramas industriales y de servicios de mayor dinamismo económico a nivel planetario; y como área esencial para el proceso de valorización, ya que el funcionamiento regular de sus aplicaciones unifica producción y consumo y minimiza la circulación del capital.* Tal duplicidad protagónica, deseada y perseguida, pulida por indicadores económicos exitosos, y sorpresiva siempre porque aumenta su listado de influencia en forma permanente, ha condicionado el despegue general de las telecomunicaciones nacionales y de hecho de las TIC completas desde los noventa.

El movimiento de cambio, de permuta, desde luego se contextualiza y articula con el proyecto institucional de reestructuración productiva que encabeza el gran capital. Hasta el cambio de Administración federal en diciembre de 1988, las directrices que buscaban implementarla habían enfatizado las acciones para enfrentar de inmediato la coyuntura crítica –el control urgente de las finanzas públicas para combatir el déficit fiscal, por ejemplo, que contrajo sensiblemente la inversión federal disponible año con año, conforme la evolución económica, y que afectó en directo al sector de telecomunicaciones entre 1983 y 1988- y en otros escenarios apenas se habían las bases para estructurar el proceso. La apertura comercial y el rediseño del entorno arancelario evidenciaban el caso: si bien desde 1985 se cumplieron a cabalidad las exigencias y requisitos para el ingreso del país en el GATT, el establecimiento de un flujo franco de mercancías culmina en realidad casi una década después. La firma del **Tratado**

---

<sup>5</sup> Citado en Antonio Zarur Osorio. La televisión estatal en la era del neoliberalismo: autosuficiencia y privatización, 1982-1994. En: *Gestión y Estrategia*. Disponible en: [www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num6/art9.html](http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num6/art9.html) Fecha: 11 de julio de 2004.



de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá que entra en operación a principios de 1994 es claro testimonio de ello.

El empalme entre la venta de la telefónica, del paquete de medios y de otras empresas que explotaban a las telecomunicaciones desde el andamiaje estatal, y la instrumentación política de la reforma del esquema de acumulación, de nueva cuenta se pinta con el carácter dual que tipifica al sector. Por una parte, *al protagonizar en su propia configuración la praxis del cambio*, incorpora en su evolución concreta los planes, fórmulas y procedimientos que caracterizaron el manejo económico en la década. La entrega de los recursos estatales para el usufructo de los particulares a través de la desincorporación y oferta de las empresas públicas; la preeminencia de la firma privada en la producción de los servicios; el tratamiento discrecional y protector que se dispensa a los capitales que llegan, y la búsqueda de aprobación por parte de los grupos de interés más poderosos, fueron metas colmadas y más que satisfechas con la venta de **Telmex**. Y, en forma simultánea, las telecomunicaciones emergen como un conjunto industrial y de servicios que si bien en el papel lucen con capacidad de arrastre sobre el resto de la estructura productiva y como instrumento idóneo de impulso a la productividad, su aporte real en la modernización de la economía se centra en favorecer el desempeño de aquellas empresas de mayor desarrollo y envergadura, las que justo comienzan su travesía por el andamiaje internacional, donde ahora están forzadas a desempeñarse. Ambas funciones, *como sector económico y como agente multiplicador y selectivo*, subyacen en la divisa que a manera de slogan generalizable del sector al resto de la economía se expresó en 1987, en plena campaña presidencial: *“las telecomunicaciones, se prometía obviando de nueva cuenta la línea del juramento fácil, serán la piedra angular del programa para modernizar la economía de México”*<sup>6</sup>. Más que operativa, la frase tiene una gruesa connotación política en tanto augura el significado que el sector habrá de tener de inmediato en la estrategia de gobierno: erigirse como el ejemplo de la misma para concretar en los hechos los dichos del discurso. De esta forma, la frase instala un juego de equivalencias: si las telecomunicaciones no se dinamizan, si no revolucionan sus estructuras y se activa su desempeño, tampoco lo hará la economía; y si ésta es limitada, con atrasos, es porque aquellas cargan también ese lastre. El remedio pues para ambas situaciones radica en modernizarse a rajatabla, en el estilo que el grupo gobernante diseñe y establezca, porque es lo mejor para ambos.

Más si la retórica adjudica a las telecomunicaciones el papel de remedio ecuménico, los resultados de su transformación no son universales y muy al contrario de esa calidad particularizan su aporte y beneficios en unos pocos, los mismos grupos y empresas que finalmente resultan ganadores en la reestructuración productiva. A la distancia, se aprecia que la gestión 1982-88 funcionó en efecto como etapa preparatoria para la implementación del nuevo modelo, trayectoria que no estuvo exenta de fricciones y desencuentros y que demandó la concertación y ligadura entre el gremio político que había operado la gestión pública, y que aún en el desprestigio pretendía

---

<sup>6</sup> *El Financiero*, 15 de octubre de 1987.

mantener su confort y salvaguardar sus intereses, y el grupo que conducía la modernización y buscaba imponer una nueva articulación productiva del país con el sistema internacional como la única vía posible encaminada a vigorizar las estructuras capitalistas. Si bien desde sus albores tal proceso fue instrumentado mediante los dictados de un poder vertical y autoritario -que simplemente impuso el ajuste y las restricciones económicas a la sociedad toda, y en lo particular a las clases sociales mayoritarias- al plantearse la mudanza definitiva de la estrategia de antaño y cuestionar la repartición de la renta nacional inherente al proteccionismo de la sustitución de importaciones, quedaba comprometida la viabilidad política, y social sobre todo, de la propuesta reformista, porque el colectivo beneficiado por el modelo que sucumbía era su opositor natural. La sucesión de Pactos que el gobierno impulsó durante el período 1982-1988, fue necesaria porque las divergencias entre la administración federal y los grupos económicos permanecían, y tornaba imprescindible el perseguir nuevos acuerdos para conciliar, por una parte, el impacto de las medidas que imponía la reestructuración, y, por el otro, los intereses de aquellos sectores que ciertamente veían empeñada su capacidad de reproducción económica por la crisis imperante y el retardo en lograr una salida que la contuviera sin afectarles. La eficiencia que se buscaba reñía pues con la inercia de los intereses creados y los ingresos que lograban por sus posiciones de privilegio, mismos que no estaban dispuestos a ceder.

Como asegura Miguel Ángel Rivera Ríos<sup>7</sup>, de comienzo el núcleo propulsor de la modernización debió actuar solo y hacerse con rapidez del apoyo social indispensable para apuntalar su proyecto y mantener sus planteamientos en tiempo, forma y espacio. Tal quehacer era aún más complejo porque el resultado de la elección presidencial de 1988 fue controvertido e impugnado, en tanto el descontento popular propio de las medidas de austeridad hacía evidente que el apoyo a los representantes del régimen había sido minoritario y lejos de hacer vencedor al mismo partido en el poder. Distante de las mayorías por hacerles pagar la totalidad del manejo de la crisis, y poco identificado con la élite burocrática tradicional que había gobernado porque le asignaba la responsabilidad en la gestación de la misma<sup>8</sup>, la administración federal que llega combina el manejo de sus relaciones y contactos externos con oficio político y mediante concesiones y maniobras logra acrecentar su base de apoyo para iniciar la gestión, imponer su agenda con presteza, y lograr sustento para desahogarla.

El aliado franco del gobierno desde luego se forjaría en las filas de los grupos económicos que lograrían posesionarse con primacía y provecho en la estructura económica que germinaba. El fulminante finiquito de la política de sustitución de importaciones tuvo por finalidad el establecer una estrategia fundamentada por un silogismo igual de concluyente: al verse enfrentados a la competencia internacional que podría ser superior en precio

---

<sup>7</sup> Miguel Ángel Rivera Ríos. *El nuevo capitalismo mexicano. El proceso de reestructuración en los años ochenta*. México, Editorial Era, 1992; 94pp.

<sup>8</sup> Cfr. Sergio Berumen. *Los sexenios económicos en México y su inmersión en la globalización*. En: *Proyecciones*, Año I, No 7, Agosto-Septiembre de 2001.

y calidad, los productores nacionales debían superar sus limitaciones y con ello se aseguraría una asignación más eficiente de los recursos productivos, premisa a cultivar tanto para agenciarse el equilibrio macroeconómico buscado como para elaborar mercancías con la estructura de costos adecuada para convivir con ventaja en el mercado internacional. Semejante cálculo implicaba una concepción lineal de la historia, automática en exceso, donde el impacto de la política genera siempre las mismas consecuencias. Con base en este principio, se deseaba que en tanto la política aplicable les favoreciera, los grupos corporativos y el gran capital serían los propulsores naturales del desarrollo económico. *“Se esperaba, dice una analista experta en observarles, que con su actividad productiva y sus vínculos con la economía internacional reactivarían la economía del país al integrar al resto de las empresas nacionales en el proceso de modernización, lo que habría dado lugar a un ciclo de crecimiento económico”*<sup>9</sup>. La premisa final del proyecto remitía a la supremacía del más fuerte: aquellos productores que no lograran cubrir los nuevos parámetros productivos simplemente serían eliminados del escenario económico, consecuencia que en efecto se presentó con profusión desde que la estrategia fue implementada.

La relación entre los grandes capitales y la administración federal permitió que la reestructuración pudiera transcurrir con asideros más firmes. *“Para el gobierno esta alianza tenía dos motivaciones, una a largo plazo y otra de incidencia más inmediata. La primera estaba determinada por la percepción de que, ante la debacle del capitalismo de estado y los retos que impone la globalización y regionalización, México requería una sólida base de acumulación e integración al mercado mundial, cuyo eje articulador debía ser la empresa monopólica. Con relación a los retos inmediatos, los miembros del equipo de Salinas, partiendo de la frustración del sexenio anterior, concluyeron por aceptar que sería muy difícil allanar el camino a una reforma económica profunda sin el apoyo expreso del gran capital”*<sup>10</sup>.

Comprometidos pues con la misma motivación y enfrascados en solventar el proyecto común, gran empresa y gobierno ceden y obtienen beneficios y provechos y mientras ese intercambio cristaliza la reestructuración económica echa raíces. El empresariado acepta el control de precios con disciplina, la propia apertura que los obliga a la eficiencia y productividad con el riesgo de desaparecer si no logran un desempeño eficaz, y de hecho la competencia misma, que rompe el aislamiento de sus estructuras y la comodidad de satisfacer el mercado interno sin enfrentamiento comercial alguno<sup>11</sup>. A cambio logra estabilidad macroeconómica y, en un tema central para las telecomunicaciones, la oportunidad plena de capitalizar sus recursos. Para lograr ese apoyo, la estrategia de cambio

<sup>9</sup> María de los Ángeles Pozas. “Las grandes empresas industriales en México: evaluación y perspectivas a diez años de su reconversión”. En: *Estudios Sociológicos*. Volumen XXI, No 62, 2003:471pp. En: [www.revistas.colmex.mx/revistas/8/art\\_8\\_732\\_4549.pdf](http://www.revistas.colmex.mx/revistas/8/art_8_732_4549.pdf) – Fecha: 5 de febrero de 2006.

<sup>10</sup> Miguel Ángel Rivera Ríos. *México: modernización capitalista y crisis*. México, UNAM – Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, 1997, 51-52pp.

<sup>11</sup> *Ibidem*; Capítulo I, Sección II.

debía arraigarse y otorgar tales ventajas de manera convincente. Y al lograrlas, en mucho se selló el destino de las telecomunicaciones y de la convergencia que hoy nos ocupa.

<p><b>A. El arraigo de lo ya comenzado: tonificar la estrategia hasta lograr el tejido fino de la reestructuración productiva.</b></p>
--

Al visualizar la actuación del gobierno como un arbitraje institucional que facilita y cobija el entorno macroeconómico en el que actúan los agentes privados, la política a implementar se orienta a satisfacer un propósito doble. En primera instancia, para el actor trasnacional, el requerimiento es robustecer la cooperación intrafirma, entre sus unidades corporativas, a través de mecanismos que agilicen la intervención productiva de las redes locales en la producción globalizada, y con ello se garantice la continuidad de su oferta internacional. Ello lleva implícito el desarrollo de acciones que promuevan y faciliten el ingreso de capital fresco y la repatriación de utilidades; una política salarial flexible, que facilite la contratación temporal y su término ágil y sin compromiso; un entorno fiscal sin gran carga impositiva, y en general, un ambiente que favorezca su desarrollo empresarial en tanto le impone condicionantes mínimos. Al conjuntar estos elementos se dio origen al fortalecimiento de determinados espacios nacionales, donde las empresas extranjeras cosechan ventajas acumulativas adicionales, propias de la configuración física de esas regiones. La frontera norte es un caso típico de esta conjunción virtuosa para el capital. Además, el contexto de fomento y flexibilidad debía ser aplicable a la inversión productiva y a la inversión en cartera, ya que el producirse la liberalización internacional del tránsito de capitales en los ochenta, el capital conquista una gran autonomía para anidarse en aquellas coordenadas geográficas de mayor rentabilidad tanto inmediata como en el mediano plazo. Para el protagonista nacional, el marco de desarrollo descrito también le es favorable, pero su lógica de desarrollo lo conduce hacia el exterior, hacia los mercados internacionales. Es por ello que las disposiciones legales que acompañan su despegue económico enfatizan el instalar las mayores facilidades posibles para que abata sus costos productivos y logre con ello una competitividad superior en el escenario trasfronteras.

El apoyo permanente al quehacer corporativo caracterizó entonces al sexenio 1988-1994. *“... El neoliberalismo cobró su punto más álgido en ese ejercicio de gobierno, dice Berumen al calificarlo, al tiempo que se utilizaron todos los medios y recursos para hacer creer que éste era la máxima y última solución para el país”*<sup>12</sup>. La agenda que impulsa la tecnocracia que ha arribado al poder profundiza las medidas adoptadas en el período 1982-1988, y para reforzar el abatimiento de la inflación y equilibrar la macroeconomía, busca retornar al crecimiento a través del refuerzo de los tres procesos emprendidos desde 1983: *la apertura comercial, la liberalización financiera y la privatización de los activos públicos*. En su articulación interna y hacia el exterior, tal trío de acciones procuraban

---

<sup>12</sup> Op. Cit. Nota 8.

acrecentar los espacios de reproducción del capital privado nacional y extranjero, e inducir la repartición de los recursos económicos mediante un sistema de precios sujeto a la dinámica de la oferta y la demanda. El libre mercado era entonces el centro del devenir económico, y al propulsar ese esquema para el resto de la década se reducía de manera gradual aunque definitiva el rol protagónico que había desempeñado el Estado durante el largo período de la sustitución de importaciones. Como apuntan los Villarreal<sup>13</sup>, *“la lógica del modelo es muy simple: la apertura al exterior, permitirá que la competencia internacional obligue a las empresas a ser competitivas y el mecanismo de precios de mercado generará una asignación más eficiente de recursos, y un patrón de especialización en el comercio internacional, basado en las ventajas comparativas (mano de obra), que genere un modelo industrial exportador como motor del crecimiento económico sostenido en un marco macroeconómico de baja inflación (estabilidad de precios)”*. En esta línea, la política industrial que el Estado concibe y diseña se limita a garantizar el entorno en el que actúan las fuerzas del mercado, y para ello impone la flexibilización de todo el marco normativo aplicable a la promoción, el desempeño y la evolución empresarial. De esta forma, tanto se eliminan disposiciones consideradas restrictivas a la libertad de esos movimientos, como se establecen nuevos mandatos y ordenanzas que favorecen su trayectoria y progreso.

<p>1. Y cumplir la aspiración primera: ser la economía más abierta del mundo...</p>
---

En 1992, la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) señala que ya desde 1990, la economía de México registra los mayores niveles de apertura entre los países emergentes de todo el mundo. El dato no es menor ni anecdótico porque desde ese año se llevan a cabo las negociaciones para suscribir el **Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá**, mismo entendimiento que de hecho reconocía el alto grado de integración comercial del país con la economía dominante. EL TLC estableció el eslabón faltante para institucionalizar esa sinergia que comprometía las dos terceras partes del comercio exterior mexicano. Las restricciones al intercambio que por un período finito se mantuvieron, únicamente afectaban el 6.8% del valor de las importaciones, y refirieron a sectores determinados como los productos agrícolas, el petróleo y la industria automotriz, por su parte sujeta desde los setenta a un programa específico de desarrollo. Al compromiso tripartita que se fincó en el Tratado se sumaba además la voluntad de profundizar la apertura, mismo ánimo que al hacer surgir medidas terminantes obliga a distinguir un antes y un después de su ingerencia en el entorno comercial y arancelario. Si hasta 1985, el 83% de las importaciones estaba sujeto a cuotas, para 1988 únicamente el 28% mantenía ese régimen, en tanto que en el trienio 1987-90 la tarifa comercial máxima cayó de un plenario 100% a sólo el 20, mientras que el número de artículos sujetos a restricciones cuantitativas disminuyó de un superior mil 200,

<sup>13</sup> René Villarreal y Rocío R. de Villarreal. *La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica*. En: [www.cepal.org/ddpe/agenda/7/8367/VillarrealRamos.pdf](http://www.cepal.org/ddpe/agenda/7/8367/VillarrealRamos.pdf) Fecha: 21 de enero de 2007.

a 325 solamente. Para 1991, menos del 10% del total del valor de las importaciones estaba sujeto a permiso, y aún en estos casos la aplicación de la regla no entorpecía el flujo de mercancías. Incluso, se estableció un cronograma de eliminación de las licencias en los sectores aún amparados –automotriz y farmacéutica, a la cabeza- y para algunos productos como cereales; oleaginosas; vegetales, frutas y carnes, se implementaron medidas tendientes a la importación más libre y menos apalancada. Igual tratamiento tuvo un segmento industrial sustantivo para el despliegue de las TIC: en abril de 1990 se libera el ingreso de microcomputadoras. Otro dato que reconfirma la tenacidad por profundizar la apertura es el compromiso y establecimiento de acuerdos bilaterales de libre comercio, que entre 1992 y 1995 toma como contraparte a países de la región latinoamericana –**Chile** de inicio, y después **Bolivia; Costa Rica; Colombia y Venezuela**- y más tarde trasciende fronteras del continente y se enlaza a la **Unión Europea**, cuyo arreglo se firma en 1998.

El radical programa de apertura comercial impulsa desde luego la base exportadora y entre 1990 y 1993 su crecimiento llega a los dos dígitos. Mantiene su expansión hasta el nuevo siglo, y al sumar los dos indicadores representativos, se observa su impacto en la generación del ingreso nacional<sup>14</sup>. El total de exportaciones e importaciones representó así el 25.6% del PIB en 1988; creció más de diez puntos hasta 1994 al conseguir el 39.5, y para 1997 es ya la mitad del producto con un rotundo 55.2%. No obstante su solidez, este impulso no se solventa únicamente en la política dedicada al comercio exterior. Respondía asimismo a la estrategia global que pretendía colocar al país como potencia exportadora, y si bien en primera instancia la eliminación de controles y la liberalización del marco regulatorio trajo la reducción de los precios tanto de los insumos domésticos como de los importados, y con ello se impulsó la plataforma comercial para el mercado foráneo, otros factores influyeron también en ese acomodo<sup>15</sup>. La caída del salario real que contrajo el consumo y motivó la búsqueda del mercado foráneo para sustituir al local; el incremento sostenido de las ventas de la industria maquiladora, esquema que al garantizar cercanía geográfica con el mayor mercado del mundo atrajo a empresas productoras de bienes de consumo y dinamizó la economía de la frontera norte; la presencia de empresas trasnacionales embarcadas ya en la producción global y que ubicaban al país como eslabón adecuado de su fabricación integrada y planetaria, fueron vectores decisivos en esa bonanza que además propiciaron la eliminación del cuerpo reglamentario restrictivo.

La precisión anterior nomina ya al segundo gran protagonista de la apertura, y sujeto también estelar de la política de liberalización que se vigoriza en el sexenio 1988-1994, la inversión extranjera. Si en el período anterior se buscó el

<sup>14</sup> Datos de Jaime Ros y César Bouillon. *La liberalización de la balanza de pagos en México: efectos en el crecimiento, la desigualdad y la pobreza*. Proyecto **Liberalización de la balanza de pagos: Efectos sobre el empleo, la distribución, la pobreza y el crecimiento**. Oficina Regional para América Latina y el Caribe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Abril de 2000.

<sup>15</sup> Cfr. Mariano Velasco Torres. "La política comercial en México: alcances y limitaciones en los objetivos de las llamadas reformas de primera generación, 1982-2002.". En: *Aportes BUAP*, Año IX, Número 26, mayo-agosto de 2004. En: [www.aportes.buap.mx/26ap5.pdf](http://www.aportes.buap.mx/26ap5.pdf) - Fecha: 12 de octubre de 2006.

ingreso del ahorro internacional como forma de allegarse divisas para compensar los desequilibrios y aminorar la carga económica de la deuda, esa motivación permanece al renovarse el gobierno y además se le adiciona un segundo propósito que tenderá a prevalecer como política pública: convertir al recurso foráneo en palanca para el crecimiento de las actividades productivas nacionales y sobre todo de la nueva conformación económica que se impulsaba por todos lados. *“... Las iniciativas para atraer inversión extranjera –comenta al respecto la Cepal en su informe dedicado- adquirieron gran relevancia como parte integral de la nueva estrategia de desarrollo. Desde la perspectiva macroeconómica, estos recursos se convirtieron en una de las principales fuentes de financiamiento; se dejó así atrás una orientación microeconómica y de organización industrial, para transformarlos en uno de los factores más importantes para la modernización económica y la orientación exportadora del sector manufacturero”<sup>16</sup>.*

Estos afanes se traducen en la promulgación de un nuevo marco regulador del ahorro transfronteras que en el período 1989-1993 renueva por completo los mandatos aplicables, y legitima con un hecho político el relajamiento en la aplicación de las disposiciones vigentes, que se había apresurado para atraer recursos en plena crisis financiera. Hasta los setenta, la inversión del exterior se consideró como un factor complementario y nunca sustituto del esfuerzo nacional. En marzo de 1973, por ejemplo, se publica la **Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera**, cuyo simple apelativo remite ya a ese raciocinio altamente localista: a la nacional se le estimula; la de allende fronteras debe revisarse. El precepto establecía las áreas de inversión exclusivas del Estado; de los particulares, y para el capital migrante decretaba tres insignias: *i)* el porcentaje mayoritario de participación del inversionista, que en lo general no podía rebasar el 49% del capital social de las empresas involucradas; *ii)* la definición de las áreas productivas donde se aceptaba la ingerencia foránea; y, *iii)* la excepción a las dos reglas anteriores, que quedaba a juicio de la autoridad correspondiente. Aunque esta última disposición aseguraba una gran discrecionalidad en la autorización de proyectos, ante el ambiente de incertidumbre económica que prevaleció en los ochenta se requería de una mayor certeza jurídica para el ahorrador extranjero. De esta forma, en 1989 se publica el **Reglamento de la Ley** que deroga la totalidad de las resoluciones administrativas establecidas, y con gran flexibilidad receta la aprobación automática del 100% de participación extranjera en aquellos proyectos de inversión menores a los 100 millones de dólares. La autorización sólo se supedita al cumplimiento de algunas condiciones de muy difícil comprobación inmediata -como el contribuir al desarrollo regional, por ejemplo, que con tal sentido se establece como resulta obligada. El ánimo de la permuta fue buscar que los montos de la cartera extranjera presente en el país se acrecentaran, y si en 1988 aquellos representaron el 10% de la inversión nacional, se buscaría que de inmediato, en 1989, se llegara hasta el 20% en el mismo renglón. Para el sector de telecomunicaciones, la facilidad es resquicio para el arribo de varias empresas filiales de los grandes fabricantes de

---

<sup>16</sup> Comisión Económica para América Latina (Cepal). *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, Cepal, 1999; 102pp.

equipo, quienes siempre dedican el monto económico permitido para asegurarse un funcionamiento fácil, expedito y legal.

La firma del TLC fue un vector detonante en la publicación de un nuevo instrumento, llanamente designado como **Ley de Inversión Extranjera**. Además de borrar las diferencia en el origen del flujo económico y establecer que el trato del recurso norteamericano sería el mismo que el aplicado al inversionista nacional, se amplía en forma radical el universo de actividades donde se permite la entrada y reproducción de los ingresos extranjeros. *“Si la Ley de 1973 y su regulación en 1989 prevenían restricciones a la inversión extranjera directa (IED) en 142 clases económicas según la Clasificación Mexicana de Actividades Económicas y Productos, ratifica Cepal... la legislación actual permite la IED en prácticamente todas las actividades: de las 704 listadas en el Catálogo de Actividades Económicas y Productivas, aproximadamente 606 están 100% abiertas a la IED; 35 actividades permiten una participación de la IED hasta en un 49%; 37 requieren autorización previa, y sólo 16 no admiten participación foránea alguna”*<sup>17</sup>. Como puede deducirse, la apertura se complementa con la eliminación en general del 49% como porcentaje máximo permitido de participación.

El ensamble entre la apertura comercial y las medidas regulatorias aplicadas a los flujos de inversión foránea - paquete que a la vez se colma con la liberalización de los mercados accionarios y de dinero y del régimen de inversión neutra- impulsa desde luego las exportaciones nacionales y la macroeconomía registra el avance año con año. No obstante, esa progresión grandilocuente que equilibra la balanza comercial y en ocasiones la genera en superávit, resulta benéfica únicamente para algunos protagonistas y circunscribe sus provechos sólo en algunos sectores y apartados, que están lejos de constituir el grueso de la actividad económica nacional. En agentes y actividades, la estrategia ha tenido resultados limitados, estrechos y más bien ceñidos respecto a todo lo que se cambió para que prevaleciera.

<p>2. El relevo del actor privado: la titularidad de siempre y agente renovado en lo que llega apenas.</p>
--

*“A lo largo de los años, se explicaba en los noventa desde la más alta tribuna del país, el Estado mexicano tomó a su cargo cada vez más actividades económicas, y con ello perdió su rol fundamental: la atención a los más necesitados y a sus necesidades de base. La reforma del Estado exige que él concentre su atención en los mexicanos más pobres, para responder a sus necesidades de agua potable; de educación; vivienda; alimentación...[...] es decir, aquellos servicios básicos que son*

<sup>17</sup> Ibidem; 105pp.



*todavía más necesarios cuando se carece de ellos...[...] su carencia es una afrenta a los ideales de la Revolución mexicana. La crisis ha puesto en evidencia el involucramiento excesivo del Estado en la economía, que en lugar de fortalecerla la ha dejado exhausta. Esa intrusión se tradujo en un endeudamiento excesivo, en incapacidad para aumentar la producción y en general para conducir el desarrollo económico del país...<sup>18</sup>*

Por los motivos que hace explícitos y también por los vedados que le subyacen y se adivinan, la cita anterior tiene de bueno que explica el razonamiento central que se puso a punto para legitimar el desmantelamiento de la propiedad estatal, que como en el caso de la apertura comercial y la liberalización financiera, igual se radicaliza a partir de 1988. Pintado de *expertise* de coyuntura, la contraposición que de principio establece entre el intervencionismo del Estado y su ineficiencia al hacerlo, es silogismo obligado, y reiterado a la vez, en el discurso que legitimó desde los noventa a la privatización y que aún hoy mantiene sus ejes conceptuales cuando se busca justificarla de nuevo. El esquema retórico que se aprovecha circula en efecto con no más de tres premisas nodales, que recrean ese ambiente de decepción pero también de esperanza si tan sólo se ejecuta el accionar contrario. Así se destaca...

- i) El abultado protagonismo del Estado en la propiedad y el financiamiento de empresas, que había llegado a una *posición insostenible porque prohibía la asignación eficiente de los recursos, inherente al funcionamiento libre de los mercados*. Tal distorsión se había generado desde la época cardenista y en las administraciones federales de los setenta y ochenta alcanza su clímax con una última manifestación populista, la nacionalización de la banca. De esta forma, de las 36 compañías estatales que pueden contarse en los cuarenta, se evoluciona a 272 para 1970 y a un exagerado universo de mil 155 unidades productivas que disponen de capital estatal en 1982, ya en una configuración mayoritaria –como era el caso de **Telmex**- o bien en porcentajes más acotados. El efecto negativo de esta ingerencia se rastreaba en el desempeño económico del país -ineficiente de comienzo, porque no se conduce bajo las reglas de la oferta y demanda sino opera bajo parámetros políticos que relegan la productividad y la misma reproducción- y en el dispendio de los recursos públicos, que al dirigirse a actividades económicas que se explotaban sin control alguno y sujetas al poder, derivaban en corrupción y despilfarro. La crisis de los ochenta en mucho se sustentó en esos motivos, a los cuales debe sumarse el manejo deficiente de las variables económicas por parte de los responsables gubernamentales.
- ii) La *apremiante necesidad de minimizar esa intervención*, tanto para continuar con el saneamiento de las finanzas públicas –y mantener controlado el déficit fiscal, por ejemplo- como para unir y aglutinar la actividad

---

<sup>18</sup> Palabras atribuidas al titular de la presidencia de la República. Cfr. Luis Enrique Concepción. *El discurso presidencial en México*. México, Miguel Ángel Porrúa y Universidad Autónoma de Baja California, 2006; 44pp.

estatal en aquellas áreas donde se necesita, y puede lograr un efecto de arrastre por el bien social que propicia. *"Es inaceptable un Estado tan propietario, frente a un pueblo con tantas necesidades y carencias,* se dice en otro pasaje igual representativo porque pronto encuentra remedio: (...) *el Estado vende sus bienes para resolver males sociales y canaliza sus energías para abrir espacios a los particulares, para que aumenten el empleo, la inversión, y toda la patria florezca"*<sup>19</sup>. En consecuencia, el vuelco del Estado hacia la regulación y la promulgación de un cuerpo jurídico-reglamentario solvente, de estímulo y soporte, y ajustable solamente en aquellas áreas que lo requieran, es un paso obligado, sobre todo y muy especialmente, para incitar y proteger la asistencia de la empresa privada como nuevo sujeto protagonista del desarrollo económico.

- iii) En síntesis de los dos enunciados, el ajuste del intervencionismo estatal y la actuación estelar de la empresa privada en la economía, traería como primera consecuencia el *acrecentar los estándares de eficiencia y productividad del aparato productivo,* en tanto el inversionista particular cultiva esos atributos de manera directa y tiende a robustecerlos a medida que se desarrolla y expande. Al buscarse que el aparato productivo nacional logre acomodo en el mercado planetario, esas cualidades son requisito imperioso y de concretarse en la empresa mexicana se facilitaría que su crecimiento irradie al conjunto social, y en el mediano plazo aumente los niveles de ingreso de la población, y en un horizonte mayor pudiera al fin conseguirse que el bienestar material llegase a todos los mexicanos.

El llamado y convocatoria a la justicia social como fin último del retiro estatal, justificó no únicamente el diseño de una política económica donde la empresa ocupaba el lugar central, sino también la entrega a su explotación de los activos estatales, aquellos que por jurisprudencia le pertenecían como los recursos naturales, y asimismo los que había logrado con su actuación económica. Retiro y entrega suponían entonces que el beneficio extremo del colectivo de firmas privadas nacionales y extranjeras, sería suficiente para transformarlas en fuerzas motrices del cambio económico, como en efecto ilustraba la experiencia asiática y en concreto la coreana. Para ofrecer su cobertura protectora, el Estado debía actualizarse asimismo... *"Su modernización le exige también ser eficaz, eliminando el peso de su estructura que limita y en ocasiones erosiona su capacidad de respuesta ante sus obligaciones constitucionales. Su fuerza económica no radica en su tamaño ni en los ámbitos del quehacer productivo que posee, sino en la creación de las condiciones de un desarrollo efectivo que dé base permanente al empleo y a la calidad de vida"*<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Ibidem. 57pp.

<sup>20</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994*. México, Secretaría de Programación y Presupuesto. Mayo de 1989; 15pp.

El diagnóstico sobre la gravitación desmedida del Estado en la economía y sobre la rectificación propuesta por la política gubernamental para el inicio de los noventa, es avalado a plenitud por los impulsores internacionales de la reestructuración, que encontraron una y mil maneras de justificar sus reflexiones. El **Banco Mundial**, por ejemplo, inicia el reconocimiento a la estrategia de privatización nacional con el acostumbrado antes y después, que desde luego colige a partir de la explosión numérica. *“En muchos países en desarrollo –finca a partir de la generalización- las empresas con financiamiento estatal se han convertido en un grueso hoyo para el presupuesto y el sistema financiero porque absorben buena parte de los escasos recursos disponibles. En México, las transferencias del Gobierno y los subsidios contabilizados para esas unidades fueron cercanas al 3% del PNB en 1982...”*<sup>21</sup> De ese dictamen contextualizado claramente en el exceso, el reporte evoluciona hasta la aprobación del movimiento efectuado, mismo que, acorde con el tamaño del problema, es terminante y lo finiquita en definitiva. *“En México, las transferencias y los subsidios a las empresas con financiamiento estatal declinaron hasta en un 50% en el período comprendido entre 1982 y 1988. El programa de estabilización que se puso en marcha para contrarrestar la crisis fue responsable de ello, pero la estrategia de privatización que arranca en 1984 en mucho ayudó a imponer esas reducciones que permitieron un manejo económico más racional”*.

El proceso de privatización realmente se destacó por la rapidez con la que se ejecuta y por la totalidad de sectores que afecta. Para desahogarlo, como señala Emilio Sacristán<sup>22</sup>, de inicio se promulga la **Ley Federal de las Entidades Paraestatales** en mayo de 1986, que clasifica a la estructura productiva del Estado en dos figuras: organismos descentralizados y empresas de participación estatal. Por el sector productivo que explotan, en las dos categorías se distinguen además las actividades estratégicas; las prioritarias y las no prioritarias. Éstas últimas serán las primeras en desincorporarse, secuencia que a su vez toma cuatro modalidades: *a) la liquidación de empresas o extinción de fideicomisos; b) las fusiones*, que integran instancias distintas con el propósito de racionalización; *c) las transferencias de unidades federales a gobiernos estatales; y, d) la venta o privatización en sí*.

Aunque debutante, la estrategia arranca con un vigor resuelto y aunque de 1982 a 1988 se desincorporan sólo las instancias clasificadas como no prioritarias, el total no es menor. Afectó a *“... empresas pequeñas y medianas que, principalmente en los años sesenta y setenta, habían sido adquiridas o creadas por el Estado sin mucha justificación económica o social. Su desaparición no tuvo un gran efecto en el peso económico del sector público ni tampoco involucró una participación destacada del capital extranjero”*<sup>23</sup>. El global de mil 155

<sup>21</sup> Sunita Kikeri; John Nellis y Mary Shirley. *Privatization. The lessons of experience*. Washington; The International Bank for Reconstruction and Development /The World Bank, 1992; 37pp. Todas las citas se toman de esa fuente.

<sup>22</sup> Emilio Sacristán Roy. “Las privatizaciones en México”. En: *ECONOMIAunam*. Volumen 3, Número 9; 54pp. Salvo excepciones que se señalan, la información apuntada se ha tomado de esa fuente.

<sup>23</sup> Jaime Ros. *Mercados financieros y flujos de capital en México*. Mimeo, Diciembre de 1993; 47pp.

organismos paraestatales conjuntaba a empresas públicas –en 65% de las cuales la inversión del Estado era mayoritaria, y en otro 6% únicamente participaba como socio en niveles diversos-; fideicomisos y agencias descentralizadas. A febrero de 1985, se anuncia que fueron desincorporadas ya las primeras 237 paraestatales, y al término del período se llevan a cabo 546 movimientos, que impactan a casi el 50% del total. La modalidad mayormente empleada es la liquidación, donde se cuentan 294 en los seis años; después sobresalen 155 privatizaciones; 72 fusiones, y cierra la primera etapa el registro de 25 transferencias. El distintivo de esta primera fase es que se afecta a organismos o empresas en lo particular, y no por sector.

Después, como establece **Sacristán**, la estrategia es más afinada y en su segunda etapa, *“de 1988 a 1999, se realiza ya la privatización a fondo de varios sectores, como los de siderurgia, banca y teléfonos; y en la tercera, de 1995 a 2000, se profundiza aún más el proceso y se realizan cambios constitucionales para vender los ferrocarriles y la comunicación vía satélite”*<sup>24</sup>. La consideración es importante porque plantea las dos vías que toma la desincorporación. Por una parte, a medida que se diseñan las bases de la liberalización de las diversas estructuras productivas, se procede a privatizar como parte de ese plan general. Tal fue el caso de las telecomunicaciones, cuya liberalización incluyó el desincorporar a las operadoras telefónicas y el ajuste de otros participantes, la **DGT** y **Telenales** en lo particular. Esta reconversión ya más completa, no anuló sin embargo que también se desincorporaran otras empresas u organismos que no tenían relación entre sí, y cuyo ingreso a la economía estatal fue parte de la expansión fincada en los recursos provenientes de la industria petrolera. De esta forma, ya como parte de un proceso mayor, ya como enroque aislado, la privatización prosigue y para noviembre de 1993, un año antes de concluir su gestión, el Ejecutivo anuncia que se han desincorporado 390 organismos, en tanto que poco más de 100 también están en vías de marginarse del presupuesto estatal. Aunque no se les liquidara, el destino de algunas de las firmas o unidades separadas fue su desaparición. **Astilleros Unidos de Veracruz**, por ejemplo, una de las infraestructuras portuarias más importantes, entra en bancarrota después del desprendimiento y no se recupera ya. Otras instancias tuvieron mejor suerte<sup>25</sup>; algunos ingenios se colapsan también pero más tarde serán rescatados de la nada para mantener la producción azucarera.

La industria siderúrgica; los bancos; la producción de fertilizantes; los aeropuertos y las líneas aéreas. Uno a uno y sin reservas, cada sector fue retirado de la estructura económica gubernamental sobre el axioma retórico de lograr su modernización, misma que en los hechos llanamente significó su ingreso en el mercado y para aquellas que se vendieron, su entrega a la empresa privada porque según el discurso aquella es más eficiente que la pública. Sobre este último argumento, **Sacristán** establece que es difícil determinar un juicio definitivo al respecto. *“... Existen*

<sup>24</sup> Ibidem, Nota 22; 55pp.

<sup>25</sup> El trabajo de Francisco Javier Vidal Bonifaz establece los resultados concretos de la privatización. Cfr. “Lo que el tiempo se llevó: la industria paraestatal”. En: Josefina Morales (coordinadora). *La reestructuración industrial en México. Cinco aspectos fundamentales*. México, Instituto de Investigaciones Económicas – Editorial Nuestro Tiempo; 1992; 99-129pp.

*muchos ejemplos, dice, sobre todo en los bancos, que indican que la operación por parte de los empresarios privados resultó ser menos eficiente". Y agrega, "efectivamente, en el caso de teléfonos y de los ferrocarriles sí se produjo la modernización y se realizaron las inversiones que se propusieron. Pero en los demás casos no parece clara la conclusión"*<sup>26</sup>.

Un segundo estudio arroja desenlaces más severos respecto al proceso, y establece un enunciado nuclear para el sector de telecomunicaciones. Después de confrontar los objetivos de eficiencia administrativa y de equilibrio en la balanza presupuestal, que en la época se formularon para justificar la desincorporación de las empresas paraestatales, Eduardo Ramírez concluye que *"la privatización de las empresas públicas no mejora la administración de esas unidades económicas, ni tampoco se puede dar por sentado que con la privatización se va a generar un ambiente de mayor competencia; al contrario, la concentración de capital privado transformó los monopolios estatales en monopolios privados (Telmex), o bien en empresas extranjeras (sistema bancario), con el inconveniente de que los involucrados o nuevos propietarios tienen ingerencia en las decisiones de política económica que adopta el Estado y en cualquier caso tratarán de favorecerse a costa de la población en general"*<sup>27</sup>.

Aunque si bien la secuela anotada refiere a la privatización, el resultado que consigna no es únicamente atribuible a ella. Si la estrategia de reestructuración productiva se ordenó con base en la concertación entre los grupos económicos monopolistas y la fracción líder de la clase política que mantenía el gobierno, el andamiaje político se reorganiza a la vez e instala un nuevo equilibrio de poder. La protección que por décadas se había dedicado al avance del capital por parte del Estado y sus mecanismos de promoción, cede el paso a la igualdad propia de los pares, de los copartícipes que comparten el proyecto de reforma y son concedores también de que su aporte es tan decisivo para el avance y arraigo del enroque como el del contrario. Para ambos, el asunto es de sobrevivencia, económica y política, y si a partir de 1988 la estrategia de reinsertar al aparato productivo nacional en el sistema capitalista mundial prosigue, a medida que ese objetivo se afianza y consolida lleva implícita *"la cesión de un enorme poder y espacio del sector público al sector privado, pero en específico al sector privado monopolístico"*<sup>28</sup>. Las telecomunicaciones serían uno de los sectores que mejor evidenciarían ese endoso pactado, y con el tiempo la vigorización de los actores privados llevaría a los primeros planos tanto a los grupos que apenas debutan con la privatización como a un tercero de viejo cuño que por más de medio siglo sigue en la palestra.

---

<sup>26</sup> Ibidem, Nota 22; 64pp.

<sup>27</sup> Eduardo Ramírez Cedillo. "El proceso de privatización: antecedentes, implicaciones y resultados". En: *Contaduría y Administración*. Número 222, Mayo-Agosto de 2007; 111pp.

<sup>28</sup> Miguel Ángel Rivera Ríos. *México en la economía global. Tecnología, espacio e instituciones*. México, UNAM – Editorial Jus; 2000; 35pp.

### 3. La matriz ejemplar: impacto de la estrategia de reestructuración en las telecomunicaciones

Como estrategia integradora, la dedicada a concretar la reestructuración productiva dejó una huella definitiva tanto en las TIC como en el sector de telecomunicaciones. En específico, ha motivado efectivamente...

1. Que el *sector nacional de las TIC se internacionalice*, entramado que resulta tanto de la apertura voluntaria de fronteras como de la firma de tratados y acuerdos comerciales con otras naciones. El enroque se manifiesta con particularidades diferentes y en ámbitos diversos, e igual está presente en la industria como en el sector de los servicios. Así se distinguen...
  - 1.1 De entrada, la *inserción del país en los circuitos comerciales transfronteros de bienes, equipos y sistemas*, que se importan ya sin ataduras ni condiciones en razón de la apertura de fronteras y el arribo inmediato de representantes y distribuidores foráneos. A partir de los noventas, en el mercado nacional puede obtenerse sin restricción alguna el producto de vanguardia en las TIC, con la única limitante que suponen los planes de comercialización que habitúan los proveedores internacionales para todo el mundo. El consumo nacional se encuentra así asegurado.
  - 1.2 Asimismo, la *intervención de agentes nacionales en las cadenas productivas globales de la industria trasnacional de las TIC*. El empalme recrea la articulación típica de la maquila fordista que en la industria electrónica se significó como esquema primario para la integración con la economía dominante. En esta primera modalidad, en armonía con la fragmentación del proceso de trabajo, el agente local confecciona las secuencias productivas terminales y ensambla los insumos importados mediante el concurso de mano de obra barata y en condiciones harto favorables para la empresa matriz, tales como cercanía geográfica a los mercados de destino; docilidad de la fuerza de trabajo y de la dirigencia sindical; ambiente económico benévolo para la instalación y la repatriación de utilidades. La maquila con estos fundamentos, designada de *primera generación*<sup>29</sup>, tiene gran éxito con base en la abundancia de recursos humanos calificados –el país llega incluso a convertirse en el primer productor mundial de receptores de televisión, antes del arribo de la tecnología de pantalla plana– y es soporte para el escalamiento industrial y la especialización productiva del país en el desarrollo de segmentos definidos. Con ello se incrementa la participación nacional en la cadena de valor, y en algunas ramas se manufactura la producción completa.

<sup>29</sup> Cfr. Jorge Carrillo; Alfredo Hualde y Cirila Quintero. "Recorrido por la historia de las maquiladoras en México". En: *Revista de Comercio Exterior*. Volumen 55, Número 1, Enero de 2005:30-42pp.

Al aumentar la demanda de trabajo inmaterial, el nivel rudimentario de la maquila de primera generación evoluciona y la industria participa ahora con personal altamente especializado, y se llevan a cabo etapas preproductivas como las actividades de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), que poco a poco pierden su carácter excepcional para tornarse rutinarias. Más aún, son representativas de esta tendencia las instancias dedicadas a la *fabricación por contrato* o a la prestación de los *servicios de manufactura electrónica*, designaciones ambas que consideran un *“amplio surtido de funciones productivas que relacionan tanto placas de circuito impreso y ensamblaje de hardware (equipo físico), como el diseño e ingeniería de productos y de procedimientos; suministro de componentes; ensamblaje final (box-build); logística y distribución, así como servicios de reparación y mantenimiento. La manufactura por contrato sirve a un rango creciente de mercados de productos: computadoras y servidores, Internet-routers, equipos de telecomunicación, electrónica industrial, automotriz y aeronáutica, equipos médicos, productos de consumo tales como juegos de computadora o sets de televisión, entre otros”*<sup>30</sup>. Estas plataformas se han localizado sobre todo en regiones geográficas determinadas, donde pueden explotar alguna ventaja competitiva que solvente su productividad. La zona metropolitana de Guadalajara en Jalisco, se distingue por esa oferta desde mediados de los ochenta, y ha reforzado su involucramiento y vinculación a partir de los noventa, cuando se despliega el nuevo esquema de fabricación<sup>31</sup>.

- 1.3 En tercera instancia, la *conformación de plataformas dedicadas a la producción inmaterial*, que tanto explotan ventajas elementales –el manejo fluido del idioma inglés, por ejemplo- como capacidades más sólidas y comprobadas en las ciencias duras y en el conocimiento científico-técnico implícito en las disciplinas inherentes a las TIC. En ambos polos se cuentan registros nacionales sustantivos. Los llamados centros de contacto (*call centers*) argumentan al primer caso y logran una progresión sostenida: se expanden desde fines de los noventa, y entre 2004 y 2005 crecen en forma rotunda: 14.5% en estaciones de trabajo; 19.9 en empleos generados y en un 18.7% en su contribución al PIB nacional<sup>32</sup>. Por su parte, el software de diseño específico viene a ser muestra de la segunda tendencia, y resalta como tarea alimentada en directo por el patrocinio oficial, a través de programas específicos. Los contratos de desarrollo que se han fincado con el principal productor mundial, **Microsoft**, tienen efectivamente esa simiente que complementa el aporte empresarial. Además de canalizar inversión, la

<sup>30</sup> Martina Sproll. “Las redes transnacionales de producción”. En: *Memoria*, Número 177, Noviembre de 2003; 43pp.

<sup>31</sup> Sobre el tema, consultar: Raquel Partida. “Reestructuración productiva e industria electrónica en Guadalajara”. En: *Espiral*, Volumen II, Número 5, Enero/Abril de 1996; y, Carlos Barba Solano y Fernando Pozos Ponce. “El mercado de trabajo de los trabajadores no manuales de la industria electrónica de la zona metropolitana de Guadalajara: un estudio de caso”. En: *Espiral*, Volumen VIII, Número 22; Septiembre/Diciembre de 2001.

<sup>32</sup> Lilia Chacón. “Crecen 18.7% los call centers”. En: *Reforma*, 23 de marzo de 2006.

compañía líder certifica el control de calidad de las unidades productivas mexicanas y del personal dispuesto en ellas. De igual manera, las acciones de I+D+i efectuadas en territorio nacional para los grandes consorcios, ejemplifican la nueva funcionalidad. Al normarse por la división del trabajo llegan al fin a constituirse en centros dedicados que alimentan la producción de la industria automotriz (**Delphi**<sup>33</sup>, verbigracia, para el sector de autopartes) y electrónica (**Thomson**, en concreto, para avivar el consumo masivo en el mercado de bienes terminales).

1.4 Por último, la *presencia en el mercado nacional de telecomunicaciones de los grandes operadores internacionales*, que en niveles distintos de integración con capitales locales reeditan la provisión foránea en el medio mexicano que el funcionamiento monopolístico del complejo postal-industrial había desterrado. Los nueve proveedores tecnológicos que acompañan a otras tantas empresas en la explotación regional de la telefonía celular; la misma intervención minoritaria en la compra de las acciones de **Telmex**; el aporte en tecnología y en servicio que las firmas foráneas dedican a los nuevos sistemas de radiocomunicación, y el suministro del servicio de conducción de señales vía satélite que se desregula hasta admitir a once proveedores internacionales con huella de cobertura en el territorio, son muestra de esa ingerencia frontal, exacta, que el gobierno federal promueve y legitima con su dictamen regulatorio. La contribución del protagonista extranjero es completa, y en el ámbito tecnológico se caracteriza por entregar *sistemas llave en mano* que no admiten modificación ni aporte alguno por parte del socio local. Sólo las labores de mantenimiento y reparación recaen en actores nativos, con lo cual la derrama indirecta de la expansión del sector es más bien reducida y de franco contraste con su contribución macroeconómica.

2. Que para permitir y procesar el concurso de los inversionistas privados nacionales y extranjeros en el sector, la política aplicada profundiza sus planteamientos primarios a partir de la *adopción de las metodologías concebidas y diseñadas para liberalizar los servicios con estructura de red*. Con esa inspiración, se actualiza tanto *la definición y los procedimientos para otorgar concesiones* como los *conceptos que clasifican a los sistemas de telecomunicaciones como vías generales de comunicación*. Ejemplo puntal y climático de ello es la promulgación de la **Ley Federal de Telecomunicaciones** en 1995, que propone el *aprovechamiento de la innovación tecnológica* para conformar la oferta emergente de comunicación, y separa y establece tres grandes campos de servicio cuyo aprovechamiento económico demanda la entrega de una concesión por parte del Ejecutivo Federal. Como áreas reguladas por ese acto emergen...

---

<sup>33</sup> Cfr. Arturo Lara Rivero. "Convergencia tecnológica y maquila de tercera generación: el caso Delphi-Juárez". En: *Región y Sociedad*. Volumen XIII, Número 21; 2001.



- 2.1 Las *frecuencias del espectro designadas para la radiocomunicación por parte de la autoridad federal*, cuyo usufructo se asigna al ganador de una subasta pública, y quien en consecuencia puede desarrollar infraestructuras de transporte punto a punto y punto-multipunto para ofrecer servicios públicos en el mercado abierto;
- 2.2 La *comunicación vía satélite*, en concreto para aprovechar las posiciones orbitales alineadas al territorio nacional para la provisión de servicios sin límites geográficos; y,
- 2.3 La *instalación y uso de las redes de telecomunicaciones, tanto inalámbricas como de soporte físico*, para proporcionar una amplia gama de opciones de servicio y de conducción para los mercados regionales y de perfil federal. En torno a ellas se proporcionan así la telefonía celular; los servicios personales o PCS inalámbrico, que matriculan las modalidades fija y móvil; de televisión restringida, donde a las plataformas tradicionales de cable se adicionan los esquemas por microondas –también subastados- y vía satélite, sujetos a la asignación orbital. Asimismo de telefonía en el ámbito local; de larga distancia para el mismo servicio, y los conocidos como enlaces privados de alta velocidad, que aprovechan los particulares a propuesta del operador que ha ganado las frecuencias de soporte.

La definición de áreas sujetas al acto y procedimiento de concesionar implica la reafirmación contemporánea de esa figura jurídica. Su planteamiento relega el protagonismo del Estado en la prestación pública, y ese desenlace facilita la situación contraria: que la empresa privada ahora se entronice como el sujeto activo que habrá de conducir el devenir de las telecomunicaciones. La usanza de la subasta pública ascendente como forma de acceso a las frecuencias radioeléctricas, es testimonio de esa perspectiva en tanto distingue la titularidad del concesionario al seleccionar a los solicitantes posibles entre los miembros del medio empresarial. Sólo el inversionista con disponibilidad financiera es quien en efecto puede dedicar los recursos para adquirirla, y esa acción está lejos de constituirse como acto desinteresado ya que se contextualiza en la lógica de la oportunidad del negocio y de la compensación, desde luego magnificada. La Ley ordena asimismo la creación de un órgano regulador, la **Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)**, cuya labor desde entonces argumenta la dualidad conocida: en el artificio retórico, ordenar la explotación del mercado por los agentes económicos autorizados y según las reglas del juego establecidas; y, en el discurso de lo real: preservar el interés de las entidades dominantes, a quienes se regala un ambiente extremo de seguridad y tutela.

3. Que la legitimidad del proceso de traspaso de los activos públicos para su explotación por agentes particulares, *queda revestida además por la máxima divisa jurídico-institucional posible*: tanto en el andamiaje

regulatorio que ofrecen las concesiones dispuestas para Telmex y para los nueve operadores celulares, como en los dictados y sentencias que consagra la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, los *desarrollos que el capital privado alcance para fincar el usufructo de sus concesiones encuentran equivalencia en las infraestructuras del Estado*. El empalme se sostiene en una conceptualización explícita, fundada en el artificio legislativo, que cobija a las *tres áreas motivo de regulación y las define como vías generales de comunicación, como dispositivos que expresan el ejercicio de la soberanía estatal*. La Ley de 1995 lo dispone con tal sentido y en un argumento de ida y vuelta arranca de disponer que su objeto es *“regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, de las redes de telecomunicaciones, y de la comunicación vía satélite” (Artículo 1º)*, y enseguida esclarece la categoría desde la cual habrá de expedir las normas que concreten su accionar normativo: *“Para los efectos de esta Ley, aclara entonces, son vías generales de comunicación el espectro radioeléctrico, las redes de telecomunicaciones y los sistemas de comunicación vía satélite (Artículo 4º)”*<sup>34</sup>. De jure y de facto, la protección está dada.

La formalidad exacta de la Ley de hecho rescata los considerandos y reflexiones aprovechados en una disposición predecesora, cuya validez trasciende un quinquenio: la permuta en la concesión de la operadora telefónica con motivo de su desincorporación. El decir de ese documento legal establece por primera vez aquel blindaje rector, y su enunciado es definitivo y no deja espacio para la incertidumbre. En su **Capítulo 1, Definiciones y alcance de la concesión**, la cedida a Telmex efectivamente determina que: *“La Red Pública Telefónica a que se refiere esta Concesión es una Vía General de Comunicación que se integra por el conjunto de canales circuitos o cualquier otro medio de transmisión, así como dispositivos o centrales de conmutación, que permiten prestar al público en general el servicio de conducción de señales de voz, sonidos, datos, textos e imágenes, por líneas físicas conductoras eléctricas, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos o de cualquier otro tipo”*<sup>35</sup>. La inclusión total que se evoca otorga a la ordenanza una cualidad casi perfecta: el nivel jerárquico atribuido no protege únicamente al conjunto técnico, a la red pública telefónica en sí y a sus múltiples instalaciones y plataformas de transmisión. Igual arropa a la firma propietaria, al concesionario titular, quien al ser la instancia única con posibilidad de explotar a todo el ensamble adquiere la protección dedicada al instrumento. La salvaguarda confunde objeto con sujeto, y la empresa privatizada suma así otro privilegio.

4. Que la liberalización del suministro provoca que los *recursos y activos se exploten bajo el parámetro industrial, situación que de inicio se concreta en la búsqueda de las llamadas externalidades de red*

<sup>34</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Ley Federal de Telecomunicaciones*. En: *Diario Oficial de la Federación*. 7 de junio de 1995.

<sup>35</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. “Modificación al Título de Concesión de Teléfonos de México, S.A. de C.V.”. En: *Diario Oficial de la Federación*, 10 de diciembre de 1990;12pp.

(*Recuadro 44*). Es por ello que las infraestructuras de servicio habilitadas por los proveedores privados, se enfoquen a cumplir dos designios medulares:

- 4.1 *Lograr economías de densidad, para alcanzar economías de escala que les permitan reducir los costos de operación de los servicios y acortar los tiempos de retorno de las inversiones erogadas. Se busca implementar y consolidar la oferta propia en aquellos centros de mayor población y de mayor poder adquisitivo de los residentes, para atraer su interés y consumo y promover que se constituya una demanda cautiva de las opciones propuestas, o masa crítica de las mismas. Y,*
- 4.2 *Proponer servicios que cubran nichos de oportunidad, esto es, capaces de satisfacer los requerimientos ciertos y vigentes de comunicación producto tanto de la parquedad de la oferta acostumbrada, como del desarrollo personal y colectivo de ciudadanos y del crecimiento productivo de la sociedad. La cobertura del único sistema operativo al debutar la liberalización, la telefonía fija, se concentraba en las ciudades de mayor relevancia económica y en éstas se distinguía más por las asimetrías de su distribución que por otras bondades. En consecuencia, el servicio que podía resarcir ese entorno solamente debía fundamentar un convite por demás sencillo: *ofrecer comunicación telefónica básica desde y hacia los lugares de interés para el ciudadano, en la fundamental, su residencia física y las instalaciones de trabajo.* Bajo este supuesto, los sistemas pioneros en sacar beneficio de la nueva política regulatoria son: *i) la telefonía celular –cuyos primeros aparatos toman un perfil sustituto, ya que solventan la insuficiencia de las líneas físicas y de paso otorgan movilidad al usuario; ii) el paging unidireccional, que facilita el contacto y enlace con un suscriptor en movimiento; y, iii) el trunking para flotillas, que fuera de la lógica personalizada e individualista de los dos anteriores, conlleva el garantizar radiocomunicación con automotores en desplazamiento, los que pueden establecer intercambio tanto con el centro de despacho como entre sí. Las tres opciones se ensamblan en una oferta renovada de servicios que sobre todo se proporcionan en las principales ciudades del país.**

La búsqueda de economías de densidad y de escala y la explotación de ventanas de oportunidad, serán objetivos y empeños constantes del conjunto de operadores, y su concreción progresiva inciden en el avance macroeconómico del sector a partir de 1990, cuando se le justiprecia por primera vez. Todos los indicadores refieren ese impulso, y si bien a esos vectores habrán de sumarse otros anhelos operativos, la salud financiera de cualquier empresa inscrita en la explotación de las telecomunicaciones no puede lograrse si no resuelve a su favor cualquiera de los dos asuntos. Su satisfacción sistemática es pues expediente básico.

Recuadro 44. Las externalidades de red

Yann Moulier Boutang facilita la comprensión del concepto...

*“Cuando una operación económica, entre dos agentes ‘A’ y ‘B’, tiene efectos sobre un tercer agente ‘C’ sin que haya transacción monetaria o convención de cambio entre ‘A’ y ‘C’, o entre ‘B’ y ‘C’, se dice entonces que se crea una externalidad. Si la externalidad creada se opera en detrimento de ‘C’, es decir, si disminuye su bienestar actual, o le impide disfrutar de un bien, de un servicio potencial, se dice entonces que se trata de un externalidad negativa o de una deseconomía externa. Si debido a la transacción entre ‘A’ y ‘B’, el agente ‘C’ ve aumentar su bienestar, su riqueza, sus posibilidades de acción, de conocimiento, de mejorar su entorno, se dice entonces que hay creación de una externalidad positiva”.*

Por su parte, Arroyo Barriguete y López Sánchez acotan una definición que implica a la anterior: *“el valor de un producto o servicio para un usuario, dicen, depende no sólo del producto en sí mismo sino del número de usuarios que utilicen dicho producto o servicio”.*

Al relacionar ambas premisas, surge la relación que destaca Marcio Wohlers:

*“Las externalidades positivas del consumo de un producto (externalidades de redes) derivan del hecho que un usuario adicional incrementa la utilidad (valor) de todos los demás usuarios de la red. Además sus productos son consumidos de forma masiva. Los altos costos fijos dan lugar a elevadas economías de escala de redes de telecomunicaciones”.*

El consumo masivo que se destaca origina tres modalidades que han sido sustantivas en la liberalización de las telecomunicaciones nacionales:

- \* Las **economías estáticas**, que representan el número mínimo para que una unidad productiva ingrese al mercado;
- \* Las **economías de densidad**, esto es, que los *costos de instalación y de operación son menores en áreas urbanas densas y, al contrario, más altos en áreas rurales con baja densidad poblacional*, y,
- \* Las **economías de ámbito o de integración**, es decir, que la empresa es más eficiente produciendo un mayor número de servicios que pocos servicios para su distribución a través de una misma plataforma o red.

Al buscar una posición de liderazgo en ambas modalidades, el operador cosecha las economías de escala que se han apuntado: equilibrio entre el costo de producción y la demanda producida. En consecuencia, una vez liberada la propiedad de las redes de servicios en 1990, cada empresa ha tratado de explotar el mercado con base en estas fórmulas.

Recuadro 44

(Continuación)

Respectivamente, consultar:

Yann Moulier Boutang. "Les externalités". En: *Multitudes*. En: <http://multitudes.samizdat.net/spip.php?article222> Fecha: 30 de diciembre de 2006.

J.L. Arroyo Barriguete et J.I. López Sánchez. "Externalidades de red en la economía digital": una revisión teórica". En: [www.mityc.es/NR/rdonlyres/7FEAA78E-41FA-4837-84C9-94930D7E6BAC/0/1externalidades.pdf](http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/7FEAA78E-41FA-4837-84C9-94930D7E6BAC/0/1externalidades.pdf) Fecha: 12 de septiembre de 2006.

Marcio Wohlers. *Convergencia tecnológica y agenda regulatoria de las telecomunicaciones en América Latina*. Santiago de Chile. Cepal y Oficina de Cooperación de EuropeAid (@Lis). Julio de 2007.

Movicom. *Principios de Evaluación de Costos. Sumario Ejecutivo*. En: [www.secom.gov.ar/documentos/congreso/MOVICOM-EvaluacionCostos-Com4.doc](http://www.secom.gov.ar/documentos/congreso/MOVICOM-EvaluacionCostos-Com4.doc) Fecha: 12 de julio de 2007.

Robert Picard. *The economics and financing of media companies*. Nueva York, Fordham University Press, 2002.

5. Que las externalidades de red *condicionan el despliegue territorial de los servicios, y propician que la infraestructura habilitada consolide la presencia económica de aquellos polos regionales que mayor desarrollo habían conseguido antes de la liberalización*. El arribo de empresas extranjeras, sobre todo de la industria maquiladora en la frontera norte, igual favorece el equipamiento intensivo en esos polos escogidos, que reciben los sistemas y productos de las telecomunicaciones como elementos vitales para la operación rutinaria de los enclaves empresariales.

El aprovisionamiento sujeto a la economía de densidad y a los nichos específicos de mercado, ampara pues la cobertura asimétrica, que se extiende con base en los requerimientos del mercado como criterio único de expansión. La tendencia se refuerza además por la política de otorgamiento de concesiones para la instalación y uso de redes públicas de telecomunicaciones, que se pliega por entero a esa iniciativa empresarial y no anima la expansión en otras áreas geográficas ni tampoco la interconexión de las facilidades que se instalan. En consecuencia, todas las iniciativas de servicio reproducen el mismo trazo y explotan el diseño estrella entre los puntos del *triángulo de crista*<sup>36</sup> como esquema primario. Hasta el año 2000, de las 23

<sup>36</sup> La denominación surgió a principios de los noventa para designar el interés comercial de las primeras empresas que solicitaban una concesión para intervenir en el mercado telefónico de larga distancia. Se mencionaba entonces que el 80%

concesiones otorgadas a redes públicas interestatales, 17 solicitaron proporcionar el servicio de larga distancia, y en los planes de instalación de todas se incluía esa relación como plataforma básica, y a partir de ella se planteaba cubrir a poco más de 20 de las ciudades más importantes del país. Asimismo, en las once solicitudes que para ese año se encontraban bajo análisis, se reproducía la misma petición<sup>37</sup>. De esta forma, las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara, fueron censadas una y otra vez como puntales en todos los proyectos autorizados.

6. Que si bien el Estado promueve y justifica la penetración de capitales internacionales como palanca de la nueva fase de desarrollo económico, y en concreto como puntal para el ascenso del sector, el *proteccionismo histórico que arropa a los agentes nacionales* frente a esos bríos no ha claudicado ni desaparecido. A contraparte, tal abrigo se fortalece y perfecciona para dedicarse a resguardar únicamente a tres agentes seleccionados de las TIC. Éstos son:

- 6.1 El *colectivo Televisa*. El amparo que obtuvo desde su emergencia como monopolio se depura y puntualiza, y si la venta de las televisoras públicas a mediados de los noventa pareció ejecutarse con la mira puesta en forjar a un competidor franco e inmediato que les desafiara en su negocio original, el desenlace del movimiento ha estado lejos de lastimar siquiera su dominio en la industria. En los hechos, tanto **Televisa** como su oponente creado, **TV Azteca**, dominan y comparten la oferta televisiva y de su explotación casi mancomunada han obtenido los recursos suficientes para diversificarse, y erigir amplias estructuras corporativas que a manera de libro de texto podrían ilustrar las estrategias de *expansión vertical, si se focaliza al primer grupo, y horizontal en el caso de su acompañante*. Estos desarrollos han sido cobijados por la administración pública en turno, y si fue tradicional que el apoyo viniera del presidencialismo omnipresente que reinó hasta el año 2000, con el nuevo balance político procede ahora de algunas fracciones del Legislativo, quienes con una celeridad nunca vista y con la unanimidad de los diputados y mayoría de los senadores, aprobaron obedientes las reformas de radio y televisión y de telecomunicaciones que tanto beneficiaban al duopolio televisivo, y que fueron promovidas por sus operadores con gran descaro.

- 6.2 El **Grupo Salinas** y sus *estaciones agrupadas en TV Azteca*. Dispuesto en el aparador al ser designado titular del proceso de desincorporación del *paquete de medios*, el consorcio se ha distinguido por la virulencia y rapacidad con las que defiende sus intereses empresariales. No ha

---

del tráfico nacional y extrafronterizas se generaba entre las tres áreas, por lo que todos los nuevos participantes decidieron establecerse de manera primaria en esas ciudades con el objetivo de *arrebatarse el mercado a Telmex*.

<sup>37</sup> Datos de Cofetel. *Informe de Labores 2000*. México, Cofetel, 2001:44pp.

dudado incluso en desempeñarse en la ilegalidad para ello, como ilustra la toma de las instalaciones del Canal 40 en el 2002. Presenta una activa diversificación económica en la industria de bienes de consumo y en los servicios, donde incluso obtuvo autorización para operar **Banco Azteca**, que complementa sus instancias de crédito dirigidas a las clases populares. Igual es protagonista en telefonía móvil al operar **Iusacell** y **Unefón**, lejanas ambas del liderazgo, pero en cambio con propiedad sobre la red más desarrollada para el suministro del cuádruple play, infraestructura que ya conduce señales de televisión y proporciona el enlace a Internet en alta velocidad.

- 6.3 El *corporativo propietario de Telmex*. La guarda celosa dedicada a las televisoras se reproduce para otro protagonista, la operadora telefónica, hoy ya transnacional y cuya identidad logra fama pública sólo porque se muestra en el escenario de las TIC justo a propósito de la liberalización. Si bien el brevario de desarrollo del grupo, y sobre todo de su principal accionista, destaca el éxito de su accionar antes de comprar a la empresa, el hecho es que las condiciones de venta y de desempeño que se fijaron al comprador tuvieron tantas ventajas que el laurel económico que ha llevado a **Grupo Carso** a la cúspide empresarial era lo menos que podía esperarse de su gestión a la cabeza de la compañía.

El patrocinio a estos titulares encuentra evidencias concretas y también ligas comunes. Respecto a la inversión extranjera, por ejemplo, comparten límites regulatorios aunque con diferencias para cada sector de actividad: prohibición total de invertir recursos foráneos en el sector audiovisual (**Artículos 23 y 24 de la Ley Federal de Radio y Televisión**) y en telecomunicaciones autorización en un porcentaje no mayor al 49%, excepto en telefonía celular donde con la venia de la **Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras** puede autorizarse una participación superior, como lo establece el **Artículo 12 de la Ley Federal de Telecomunicaciones**. Estas disposiciones contrastan con la total apertura que se ha dado en la industria asociada, donde no se ha impuesto obstáculo alguno al ingreso del ahorro transfronteras. Tal actitud, en consecuencia, instala la discrecionalidad en la aplicación de los ordenamientos como uno de los vectores más significativos en el arraigo nacional de las TIC.

7. Que la *tutela a los tres grandes monopolios de las TIC nacionales ha sido la base para la transnacionalización de sus intereses y operaciones*. La fortaleza, capacidad y liquidez de cada protagonista ha sido en efecto estratégico al despuntar su desempeño transfronteras. La *condición de duopolio* que han logrado las empresas de televisión abierta –en el caso de **Televisa**, emanado de su dominio desde los cincuenta, y para **TV Azteca** producto de envergadura de los activos de **Imevisión**, que se le entregan como parte del *paquete de medios*– le asegura y garantiza el posicionamiento suficiente para conducirse con ventaja en todo el continente y también en otras coordenadas, como es el caso de los dos grupos en Estados Unidos y de la

televisora principal en Europa. **Telmex**, por su parte, ha gozado de igual protección desde su emergencia como empresa privada en 1990. Los propios términos de la concesión que se le entrega le permiten dominar su mercado natural y los emergentes, en tanto la única actividad que le es prohibida es el suministro propio de señales de televisión. Asimismo, por seis años se le preserva como única instancia de servicio en telefonía local y de larga distancia; con la potestad de fijar sus tarifas –tarea que hoy maneja como ventaja competitiva en tanto las establece en niveles tales que otros operadores no pueden equipararlas– y con la posibilidad de desarrollar nuevos servicios, como ha sido el caso de la telefonía celular y el suministro del enlace a Internet, segmento que maneja a través de la conexión dial-up por línea telefónica; de banda ancha por conexión dedicada y de enlace inalámbrico (WiFi), disponible sin costo alguno en 300 sitios hasta el 2005. Hacia fines del 2006, se calculaba que los servicios de banda ancha rozaban los 2 millones 566 mil cuentas, cifra que superaba con amplitud a las conexiones dial up, estimadas en 1 millón 591 mil<sup>38</sup>. En los dos casos, la proveeduría dominante correspondía a **Telmex**, con un 60% aproximado sobre ambos globales. La supremacía que logra el corporativo en toda la estadística y que se traduce en la obtención de la mayor parte de las rentas del sector, sin duda es la base que solventa la agresiva campaña de expansión que el grupo mantiene en Latinoamérica, donde con la española **Telefónica** prácticamente comparte la totalidad de los mercados regionales y con quien mantiene un enfrentamiento de antología para hacerse del liderazgo.

8. Que la *aplicación de una política macro, general, dedicada al sector y sin reconocer las particularidades de sus actores y agentes*, se cobija tanto el proteccionismo que arroja a los actores preferidos, como el *tratamiento opuesto que se dispensa a otros protagonistas nacionales, a quienes incluso se les ha dejado sujetos a la dinámica del mercado salvaje* y con ello a la pérdida de participación en el sector, cuando no a su ocaso y desaparición. Esta tendencia se evidencia en el caso de los servicios satelitales, donde las decisiones político-administrativas favorecieron a las instancias foráneas en detrimento del único proveedor nacional que ha permanecido en el escenario. **Satmex** –producto de la privatización parcial del organismo público descentralizado **Telecom**, que mantuvo el control y la prestación de los servicios de 1991 a 1998– no ha tenido los beneficios de las empresas telefónicas o televisivas<sup>39</sup>, y al autorizarse en el año 2000 que nueve compañías extranjeras operen en territorio nacional, se les imponen condiciones asimétricas de operación respecto a la firma nacional y con ello termina de configurarse el entramado económico que la ha llevado a su quiebra técnica y venta posible en condiciones de urgencia.

<sup>38</sup> Cifras estimadas por Lilia Chacón. "Tiene banda ancha 62% de los usuarios". En: *Reforma*. 22 de septiembre de 2006.

<sup>39</sup> Muestra de ello fueron las exigencias reglamentarias aplicadas a cada protagonista. Por ejemplo, para el suministro de servicios de seguridad nacional, el Estado demandó a los operadores la cesión de un espacio reservado en cada uno de los satélites que tuviera huella en el territorio, y en el caso de **Satmex** la reserva se estableció en los 137 Mhz por unidad. Para los proveedores extranjeros el requerimiento fue más benévolo: se fijó únicamente en 8, esto es, diecisiete veces menos que la primera demanda. La inequidad es evidente. Cfr. Verónica Gascón. "Ven desigual política satelital". En: *Reforma*, 27 de noviembre de 2006.



9. Que la preeminencia de las reglas del mercado y de sus agentes económicos como hilo conductor del desarrollo de las TIC y de las telecomunicaciones en lo particular, obstaculizan la cobertura y uso de los servicios por la sociedad entera. Las *restricciones para ampliar tanto las economías de escala de las redes* – en tanto la extensión territorial encuentra barreras geográficas, ya que más allá de un límite físico preciso no es rentable ya el proporcionar servicios- como *las economías de densidad* -arraigadas y sujetas al poder de compra de las clases sociales y por ello con fronteras económicas establecidas, determinadas por el salario- han obligado a reeditar la intervención del Estado como entidad de suministro. Así, para reparar *las fallas del mercado*, como la ideología dominante concibe la marginación geográfica y económica apuntada, el aparato estatal se enrola de nueva cuenta en tareas de soporte al desarrollo de la capitalización y en lo general matricula dos grandes actividades, que consideran:

9.1 El *establecimiento de programas de desarrollo regional de servicios*, que ha supuesto la entrega de recursos públicos al operador principal, quien los aprovecha y explota conforme su propia expansión de negocios. La tendencia se concreta en el caso de la telefonía rural, tema enfatizado en la modificación a la concesión de **Telmex** de 1990. El instrumento en efecto estableció obligaciones de cobertura, cuyo cumplimiento se dejó a discrecionalidad de la operadora y la autoridad, y por lo mismo no se ha satisfecho a cabalidad. Tal desacierto derivó en la creación del *Fondo de Cobertura Social en Telecomunicaciones*, diseñado a iniciativa del Senado de la República en diciembre de 2002, y que dispuso desde esa fecha de una aportación presupuestal de 750 millones de pesos por parte del Gobierno Federal. El objetivo del programa fue ***“incrementar la cobertura, penetración y diversidad de los servicios de telecomunicaciones entre la población de escasos recursos del medio rural y urbano”***<sup>40</sup>, y pese a tal claridad, su concreción operativa tuvo que aguardar hasta febrero del 2005, cuando **Telmex** gana la licitación respectiva y queda comprometido a instalar servicios de telefonía básica y de conectividad a Internet en 3 mil 930 comunidades, los cuales se ofrecen a población mediante el sistema de prepago. En ese marco, la compañía destaca la incorporación de 553 localidades a los sistemas mencionados hasta diciembre de 2006. Tanto por los mecanismos de implementación como por sus resultados, puede afirmarse que el proyecto sirvió más como subsidio a la empresa para que extendiera sus facilidades operativas a regiones que no le significaban interés comercial alguno, que como palanca para promover un mayor desarrollo integral de las poblaciones incluidas en la cobertura.

---

<sup>40</sup> Leonel López Celaya. *Fondo de Cobertura Social de Telecomunicaciones*. Ponencia en el Taller Mundial de Conectividad Comunitaria. México, D.F., Diciembre de 2003.

9.2 La creación de infraestructuras de telecomunicaciones de lenta rotación de capital o incluso de nula capitalización. Este es el caso de la plataforma *e-México*, que se detona a mediados del 2001, y mediante tres redes satelitales enlaza a los llamados *Centros Comunitarios Digitales (CCD's)*, mismos que hasta diciembre del 2006 llegaron a las 10 mil 200 unidades instaladas en 7 mil 500 municipios del país. Según sus responsables, para el programa se han creado 19 portales en Internet que disponen de más de 16 mil contenidos y servicios en cuatro temáticas: aprendizaje; gobierno; salud y economía. Las fuentes oficiales<sup>41</sup> aseguran que de los 20.2 millones de usuarios de Internet que se contabilizaron a escala nacional a fines de ese año, por lo menos el 43% –esto es, 8.8 millones– se sumaron a la red como efecto de las acciones emprendidas al amparo del sistema oficial.

Iniciativas como las señaladas –a las que deben sumarse la campaña para implantar la firma electrónica para la emisión de facturas con validez fiscal, y el amplio programa para el pago de impuestos vía Internet, que año con año se perfecciona– responden a los afanes por implementar una infraestructura de acceso masivo que esté disponible para la población marginada, con el propósito de explotar a la red como mecanismo de capitalización mediante el uso de sus aplicaciones económicas, en especial, el e-commerce. Hasta que la explotación de tales esquemas pruebe su rentabilidad, el capital habrá de explotarlos. Mientras, a *fonds perdues*, corresponde al Estado su implantación.

Las nueve condiciones anteriores se han entrelazado para constituir el escenario de crecimiento y desarrollo de las TIC a partir de 1990. El proceso de convergencia que debuta durante el 2006 reconoce y prolonga la vigencia de esos ejes, se asienta sobre sus bases y planteamientos y su ejecución funcional por necesidad habrá de sujetarse a las condiciones estructurales que subyacen en ellos. A partir de su aprecio, es posible observar a la convergencia como un *movimiento coordinado y uniforme que las arraiga y refuerza*, hasta conformar un entorno que se precisa como requisito a cubrir y satisfacer si las firmas y agentes presentes en el mercado desean mantener su operación. En tal frontera de desarrollo, es indispensable que el dictamen sobre el proceso convergente recurra a la historia, con la finalidad de discernir las raíces del suceso y desagregar sus elementos motores y constitutivos. En tal secuencia, es preciso conocer el quienes y el cuando habrán de aprovecharlo, y el cómo y el dónde se espera su expresión a plenitud. Asimismo, es menester deducir de todo ello si en esa matriz debutante que expertos y novatos anuncian como decisiva para las TIC, existe espacio para retomar la historia y, ahora sí, forzar a que la sociedad y sus ciudadanos logren un lugar mucho más importante del que siempre han tenido.

---

<sup>41</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Sistema nacional e-México: un sistema tecnológico con contenido social y de participación digital*. SCT, México, Diciembre de 2006.

**B. Hacia los cimientos del concepto fundador:  
paquetes, secuencias y caudillajes que todo lo llevan y todo lo significan**

Y todo arranca apenas en diciembre de 1988. Para las telecomunicaciones nacionales, el relevo en la Administración Pública Federal es algo más que un cambio en la titularidad del Ejecutivo. De hecho, el ideario político que los nuevos funcionarios traen consigo funciona como el parteaguas en el gobierno del sector, el preámbulo de su transformación hasta la médula y del enroque en su estructura de suministro, formas de las cuales emerge el proceso convergente que arroja sus primeras evidencias hasta bien entrado el nuevo siglo. Para conocer fondo y formas de esa permuta, es menester efectuar un censo sobre los agentes y protagonistas que tienen actividad desde la liberalización y a lo largo de su transcurso, y que hoy todavía mantienen arraigo, energía y recursos para enfrentar la metamorfosis anunciada. Tal progresión -que en algunos casos concreta el potencial de los viejos actores y en otros hace surgir a varios más, que ya por solvencia económica o bien por astucia empresarial pretenden conseguir cuotas importantes en los mercados francos apenas-, se estructura en el armazón jurídico-político que uno a uno hilvanó los ordenamientos legislativos que demandaba el accionar de los protagonistas económicos y de su devenir productivo. Regularizar su praxis; legitimar la propuesta que proclamaban como posible, y soportar el desempeño individual en el mercado concreto, fueron metas de ese esfuerzo concebido y desarrollado por la alta jerarquía política. Más aún, como los personajes de esa élite anuncian, el designio fue entronizar a las telecomunicaciones como sector emblema para demostrar que la reestructuración emprendida era cosa seria, y no dejaría área alguna sin hurgar ni reconvertir.

La proclama política que en los noventa arranca el proceso no termina con el relevo en la administración pública federal de 1994. A la inversa, encuentra nuevos elementos para proseguir y afianzarse con la promulgación de la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, que estructura y profundiza la intervención privada. El cambio partidista en la conducción federal del nuevo siglo tampoco revira el rumbo, y las pocas acciones que caracterizan a la gestión son por demás reveladoras: para el 13 de agosto del 2001, se informa por ejemplo que cuatro empresas han obtenido la concesión para explotar los derechos de emisión y recepción de señales de frecuencias asociadas a sistemas satelitales extranjeros. De esta forma, se permite que el mercado mexicano pueda ser atendido desde el exterior y por compañías estadounidenses asociadas con capital nacional. Con ello, se enmienda por completo la modificación del Artículo 28 Constitucional, que en 1983 incluyó a la comunicación vía satélite como monopolio estatal y en 1995 desandó el camino para revertir tal condición: en 19 años se revierte por entero aquella disposición magna. Así, lo que en 1990 apenas se enraíza como política privatizadora, en 1994 reafirma sus bases y plataformas, y con el nuevo siglo profundiza su acontecer con mayores herramientas, dispositivos y procedimientos de liberalización.

## 1. El inicio: ejemplo y arrastre en los tres frentes representativos

Las evidencias primeras de la reestructuración nacen en corolario a la campaña presidencial de 1987. Durante los meses que agotó el evento se produce un unánime reconocimiento de la comunidad relacionada sobre las carencias y debilidades de los servicios y sistemas (*Recuadro 45*). Múltiples y variadas son en efecto las reuniones donde actores sociales de diversa procedencia concuerdan en un dictamen que lista penurias y asimetrías; complicidades; negligencias. Y sobre todo una demanda insatisfecha rastreable en todas las plataformas operativas (*Cuadro 46*). Las críticas más generalizadas y agudas son para el servicio telefónico, pero también se destaca la poca funcionalidad y suficiencia del sistema en su conjunto, sobre todo enfrentado a los planes de modernización económica que revestidos de urgencia se habilitan de inmediato. Los grupos industriales establecen que el sector es un *cuello de botella* para el desarrollo y el crecimiento económicos, y la academia concuerda en la necesidad de promover el uso de las telecomunicaciones en todo el sistema productivo, para socializar su aprovechamiento y elevar la eficiencia de toda la estructura. Por igual, el gobierno saliente estipula que es urgente y prioritario mejorar la calidad y disponibilidad de los servicios, cumplir con las normas internacionales, y promover la optimización de las redes y los sistemas con equipos de alta tecnología. Mención especial se dedica a la modernización completa del sector, misma que debe instrumentarse a través de la reestructuración operativa y administrativa de las unidades políticas y regulatorias; el saneamiento financiero de las entidades prestatarias, y la definición de las prioridades de evolución de las telecomunicaciones en el corto y mediano plazo. Poco a poco, se plantea así el discurso inaugural de la liberalización, que construye un *deber ser del sector* y pone a punto anhelos y ambiciones todavía insatisfechos. El gran enunciado refiere que la infraestructura de comunicaciones debe permitir el crecimiento y multiplicación de la actividad económica, propósito que habrá de estructurarse con la participación del sector privado y sin afectar la orientación estatal y el interés público. El Estado, se afirma, no rechaza sus obligaciones históricas sino que para cumplirlas cabalmente asigna responsabilidades a cada uno de los componentes de la sociedad y a los agentes de la economía, y establece las reglas del juego donde asume la conducción y la rectoría del desarrollo nacional. La privatización no entraña pues pérdida alguna para el Estado; si bien lo que se busca es fortalecer su función de gobierno relevándolo de la prestación directa<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> Cfr. Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES). *Comisión de Infraestructura. Comunicaciones y Transportes*. Mimeo; 1989.

<b>Recuadro 45. Diagnóstico sobre las telecomunicaciones de 1990</b>
--

**1. Servicio telegráfico**

Es el medio de comunicación más importante del medio rural y representa una vía generalizada para la transferencia de recursos económicos. Sin embargo, el sistema es poco confiable, se encuentra subsidiado en más del 50% y técnicamente es obsoleto en buena parte de su infraestructura de distribución. Como problemas fundamentales se cuentan:

- a.* La saturación de la infraestructura. Las centrales se encuentran saturadas debido a que la misma red de abonados es utilizada para el envío de mensajes y para el de giros, tanto nacionales como internacionales. Este empalme congestiona la red al generar mensajes adicionales de certificación y validación de envíos.
- b.* La calidad del servicio. Limitada e insuficiente, se refleja en la entrega de mensajes, que alcanza en promedio tiempos superiores a las 68 horas. Esta deficiencia tiende a desmeritar la amplia cobertura del servicio, que hasta mediados de 1989 llega a las 2,200 poblaciones, de las cuales 968 son del medio rural y cuentan entre los 500 y 2,500 habitantes.
- c.* Las dificultades en la organización y la eficiencia se acentúan por los niveles de capacitación de los más de 15 mil trabajadores adscritos. En general, se observa un nivel inadecuado y apenas elemental que impide el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, las cuales pueden elevar la calidad en la prestación del servicio.
- d.* Los sistemas operativos y administrativos del servicio telegráfico son aún manuales y están lejos de su completa automatización. Esto provoca que la glosa de los giros nacionales e internacionales presente un atraso hasta de 10 años. Ello incide en la productividad y en la transparencia del manejo de fondos.
- e.* En el servicio telegráfico internacional –que representa una fuente de importancia de divisas debido a la entrada de las remesas que envían los trabajadores migratorios que laboran en Estados Unidos, se presenta un retraso significativo en la entrega de los giros. Si bien en 1989 el procesamiento de las órdenes se automatizó, la abundante carga de envíos era superior a la capacidad instalada lo que provocó retardos, cancelaciones y el malestar generalizado del público remitente.
- f.* Respecto al servicio télex, se destaca que sus velocidades de transmisión son lentas, lo que alarga los tiempos de respuesta y de conexión y desaprovecha su amplia cobertura de 121 localidades conectadas. Las centrales disponen de tecnología obsoleta y se carece de software actualizado de control y de aplicaciones. Toda su infraestructura de conexión de abonados depende de las facilidades, cobertura y tiempos de respuesta de Telmex, lo que atrasa su desarrollo y acrecienta la demanda, sin posibilidades de satisfacción.

## Recuadro 45

(Continuación)

## 2. Infraestructura de conducción

Se argumentan por la red federal de microondas y el sistema doméstico de satélites. En el primer caso se requiere una total modernización digital de los enlaces, tanto para aumentar la capacidad como para optimizar la transmisión de las señales. Si bien la totalidad de la red demanda estas acciones, en el sureste del país toman un perfil de urgente en tanto esa infraestructura es el único medio de enlace local e incluso regional.

El sistema Morelos, por su parte, se encuentra en vías de saturación, después de haber permanecido subutilizado durante tres años. No obstante, su racionalización demanda la instalación de nuevas estaciones terrenas que permitan la optimización de las frecuencias de uso del sistema.

## 3. Servicios Telemáticos

En cuanto a los servicios del Estado, se incluye en este apartado a la red de pública transmisión de datos Telepac; al centro de cómputo Infonet, y al servicio de telerresevaciones. En el primer sistema se anota que:

- a. Una errónea estrategia de selección en la tecnología de la red, no permitió la conexión de las computadoras IBM, que a principios de los setentas representaba el parque informático mayoritario. Este desajuste entre la oferta y la demanda provoca dos situaciones contradictorias: por una parte, que la red pública disponga de una amplia capacidad que no se utiliza; y por la otra, que se genere un crecimiento sobresaliente de las redes privadas para comunicación de datos, que en el período 1983-86 crecieron de 130 registradas hasta las 650; esto es, se multiplicaron por 5 en sólo tres años.
- b. La topología del sistema incluye una red primaria de transporte con nodos principales de conmutación del tráfico troncal, ubicados en México; Guadalajara; Monterrey y Hermosillo. Hasta 1983, sólo operaron estos cuatro nodos, lo que limitó la conexión de usuarios localizados a más de 50 kilómetros de esas poblaciones y que en 1985 se contabilizaron en no menos de 300 empresas e instituciones.
- c. De los nodos troncales se desprenden nodos de concentración de tráfico, que atienden únicamente a 23 ciudades. No obstante, en estas localidades falta versatilidad para dar acceso a diferentes usuarios y se presenta una escasa confiabilidad debido a la carencia de sistemas redundantes.
- d. En la conexión a la red por el servicio telefónico conmutado –que representa el medio de enlace de mayor demanda por el crecimiento del parque de microcomputadoras, se generan problemas para lograr una transmisión eficiente de datos, ya que esos enlaces generan ruido y basura en el canal de transmisión. Esta problemática no puede superarse ya que la red no cuenta con un plan de transmisión que establezca los parámetros técnicos ideales, tales como los niveles permitidos de error o los estándares de transmisión de los módems. Tampoco se dispone de módems en la norma V.42 del CCITT, que definen y permiten la corrección de errores en la transmisión de datos mediante la red telefónica conmutada.

## Recuadro 45

(Continuación)

## 3. Servicios Telemáticos (Continúa)

- e.* La red maneja protocolos fuera de las condiciones de mercado y ya en desuso por la innovación tecnológica. Para fines de los ochentas, la tendencia de conexión entre computadoras se centra en los esquemas LAN para ambientes locales (Local Area Networks); MAN's (Metropolitan Area Network) para infraestructuras metropolitanas, e incluso WAN's (Worldwide Area Network), en enlaces internacionales. Estos protocolos están ausentes de los estándares de la red, por lo que se deja fuera de la posibilidad de servicio a gran parte del parque informático existente en esos años.
- f.* En lo relativo a la infraestructura para el usuario final, ni en los cuatro nodos troncales ni en los 23 secundarios de concentración del tráfico, se cuenta con la capacidad suficiente de puertos de conexión y de líneas dedicadas para satisfacer la demanda de enlace mediante red conmutada, lo que impide el aprovechamiento de las facilidades instaladas a nivel regional.
- g.* Finalmente, se detecta que las velocidades de transmisión de los enlaces entre nodos troncales es lenta de acuerdo con el tráfico que se cursa. Esta situación provoca cuellos de botella que limitan la disponibilidad de la red, sobre todo en el caso de los enlaces internacionales que se han convenido.

El centro Infonet comparte parte de la problemática señalada para la red Telepac aunque también presenta dificultades propias. Desde los orígenes del sistema el usuario principal es Petróleos Mexicanos, que del 60% de la capacidad total disponible que ocupó en 1983 pasó el 90% en 1988. Si bien este aprovechamiento permite obtener ingresos constantes, a contraparte impide atender otras cuentas. Además, las constantes demandas de soporte técnico de PEMEX provocan que tanto las facilidades existentes como el personal adscrito se dediquen casi en su totalidad a cubrir esos requerimientos, lo que limita la oferta hacia otros conectantes. De manera puntual, para el servicio se explicita que ...

- h.* Su operación fue irregular durante el período 1983-88, en tanto nunca obtuvo el dictamen formal de la Secretaría de Programación y Presupuesto que en esas fechas debía autorizar la operación de centros informáticos de vocación y servicio públicos. Esto provoca que Infonet funcione al margen de la normatividad y sin la inversión federal suficiente para sostener sus programas de mantenimiento, administración y comercialización.
- i.* La inversión pública que pudo canalizarse al servicio fue insuficiente para buscar metas mayores. Durante el período 1983-88 se le adjudicaron recursos por 440 millones de pesos en promedio, cifra que apenas sirvió para conservar los sistemas modulares del centro y de la red de concentración de tráfico y transporte.
- j.* Cabe mencionar que la falta de presupuestos suficientes obstaculizó su mantenimiento integral, ya que los proveedores de esos servicios incrementaron sus costos hasta en un 120% anual, lo que estableció precios prohibitivos para los techos presupuestales disponibles para el financiamiento y adjudicación de estos contratos.

**Recuadro 45**

(Continuación)

**3. Servicios Telemáticos (Continúa)**

- k.* Sin la inversión adecuada y sin las autorizaciones para funcionar, el centro Infonet no actualizó su tecnología, desperdiciando con ello su infraestructura de acceso. Con ello se dificultó su respuesta al mercado, ya que debió limitarse a la promoción de los servicios existentes y a dejar fuera otros de más reciente manufactura tecnológica y de mayor demanda en los sectores especializados.

Con referencia al servicio de telerreservaciones, prácticamente se reproduce el diagnóstico realizado para los dos sistemas anteriores. Únicamente se agrega que el centro asociada apenas explota dos aplicaciones de las aerolíneas troncales nacionales, y que tiene poca penetración en las agencias de viajes; en los hoteles, y, en general, dentro del sector turismo.

**4. Radiodifusión**

Aunque la explotación de este segmento se encuentra concesionada desde los orígenes de cada servicio, el diagnóstico realizado en 1989 incluye algunos elementos distintivos de estos servicios. Se afirmó así que ...

- a.* El servicio alcanza un amplio desarrollo: 1,009 estaciones de radio para una cobertura del 90% del territorio, y 551 difusoras de televisión que llegan al 70% de la población total del país. No obstante, en ambos servicios se presentan limitaciones: se carece de una mayor pluralidad programática, que está poco ajustada a los criterios regionales y locales, y existe poca diversidad en los contenidos, sobre todo en el caso de la televisión.
- b.* Dentro de los sistemas radiofónicos existen pocas estaciones culturales y educativas, y en general hay poca calidad en los mensajes emitidos. Además, no existe presencia suficiente en las zonas fronterizas del país, situación que contrasta con el flujo proveniente de las naciones vecinas.
- c.* En televisión se presenta una alta concentración en la propiedad de las estaciones operativas; se registra poco desarrollo de las televisoras regionales y falta pluralidad en la estructura de todo el sistema.

Fuente: Realizado a partir de Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Programa Nacional de Comunicaciones y Transportes 1988-1994*. México, SCT, 1990.



Cuadro 46

**Demanda insatisfecha y potencial de telecomunicaciones del bienio 1988 – 1989**

<b>Servicios Básicos</b>		
	Insatisfecha	Potencial
<b>Líneas telefónicas:</b>	<b>1,487,300</b>	<b>8,700,000<sup>1</sup></b>
Residenciales	1,037,204	
De negocios	450,096	
<b>Servicios satelitales:</b>		
Televisión <sup>2</sup>	110	224
Radiodifusión <sup>2</sup>	167	205
<b>Servicios Especializados</b>		
<b>Conducción de señales</b>	<b>110<sup>2</sup></b>	<b>127<sup>2</sup></b>
Líneas dedicadas télex	875,000	(3)
Líneas dedicadas datos	473,000	897,000
<b>Servicios satelitales:</b>		
Redes privadas	120	204

(1) Para una densidad de 35 líneas telefónicas por cada cien habitantes, promedio recomendado por la **Unión Internacional de Telecomunicaciones** para el bienio de referencia.

(2) Se representa por el número de localidades a servir en cada sistema.

(3) No se registra demanda potencial en el servicio ya que se preveía su obsolescencia tecnológica por un mayor uso del fax y por la emergencia de nuevos sistemas de transmisión de datos a velocidades superiores.

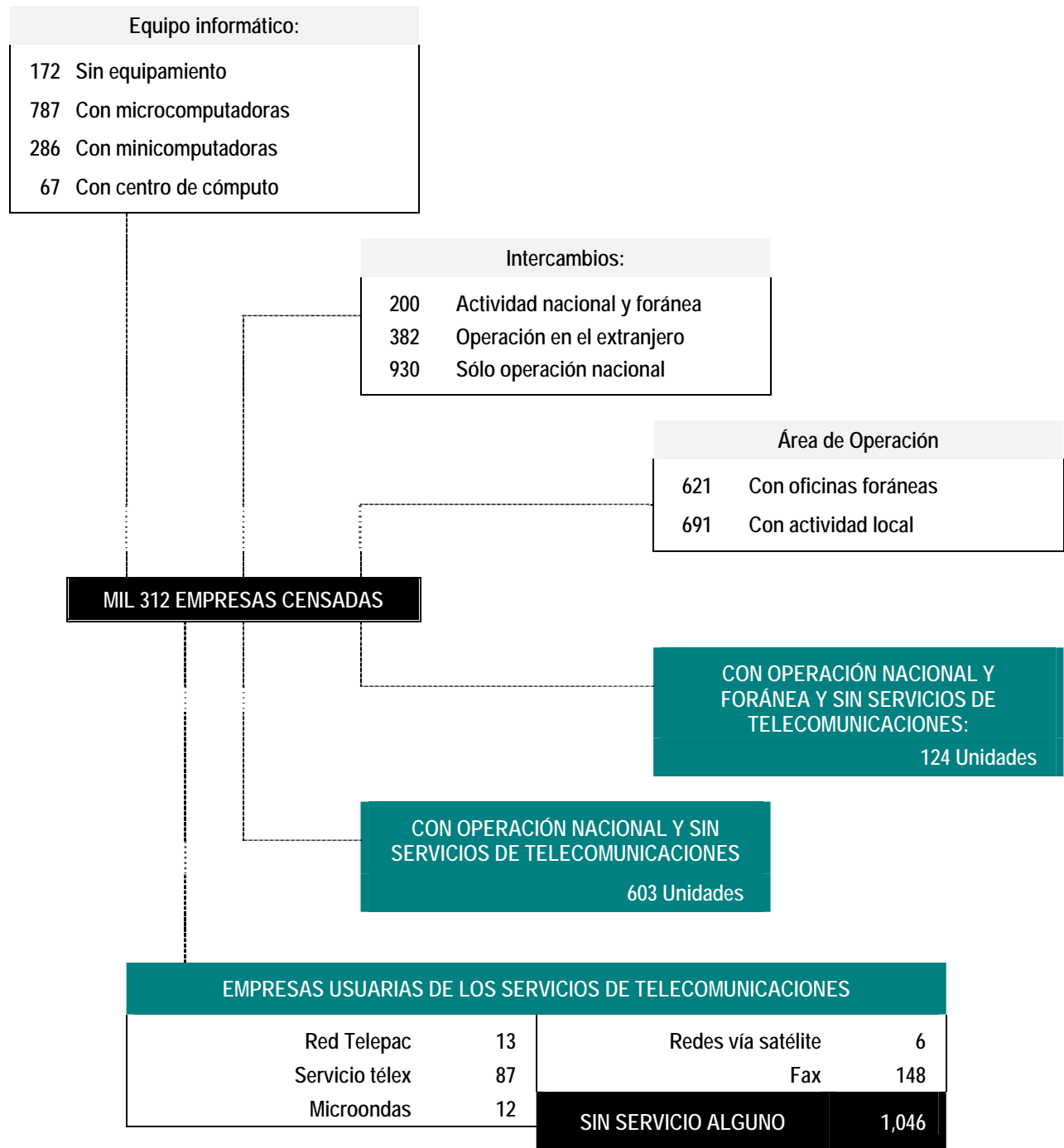
Fuente: Desarrollado a partir de Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES). *Comisión de Infraestructura. Comunicaciones y Transportes*. Mimeo, 1989; y Pyramid Research. *Mexico's Telecom Strategy*. Washington, Pyramid Research Inc., 1990.

A partir de los análisis y las aportaciones públicas se establece un diagnóstico a detalle que según la retórica oficial puede resumirse en una sola premisa: por sus condiciones de cobertura; nivel tecnológico; eficiencia y calidad, la infraestructura y los servicios disponibles son más limitante que estímulo para la modernización del país. Esta descripción se refuerza al acotar un dato que la valoración macroeconómica de moda entroniza como de significación meridiana: en términos absolutos, el sector contribuía con sólo el 0.8% del PIB, mientras que en otros países de desarrollo similar oscilaba entre el 2 y el 5%. Un aporte tan escaso no lograba dinamizar al conjunto económico. Indicativos de ello son los datos obtenidos sobre el uso de las telecomunicaciones por las empresas más grandes del país: el 79% de las mil 312 compañías que ocupaban los primeros lugares en ventas, capital social y empleo, no disponían de sistema alguno. Según esa muestra, el fax era el servicio de mayor uso, por lo que se le contextualizaba más como un dispositivo terminal de enlace que como parte integrante de un sistema mayor de comunicaciones (*Cuadro 47*). Igual se establecía que las firmas medianas y pequeñas no contaban con servicios alguno, y tal carestía anulaba el aprovechamiento de la tecnología como instrumento de eficiencia y productividad. La difusión de la tecnología de telecomunicaciones presentaba así un panorama heterogéneo. Por una parte, como era el caso en los grandes bancos y el sector financiero en general; las agencias de prensa y medios de comunicación, e incluso algunas compañías privadas monopólicas, se contaba a los grandes usuarios, quienes disponían de recursos financieros y humanos para conformar tanto plataformas de servicio como infraestructuras de transporte, que a la vez se empalmaban con los sistemas públicos para generar esquemas propios que cubrieran la conectividad requerida. Estos grupos representaban la punta de lanza en el aprovechamiento productivo del sector, pero constituían su excepción y no la regla sin embargo. En el polo opuesto, el grueso de los agentes de la estructura industrial y de servicios, no disponía de alternativas eficientes y suficientes de comunicación, y el empleo de los pocos a la mano suponía un uso improductivo, marginal, para el enlace y la conexión primaria y sin proyección alguna en la dinámica económica del conjunto.

Otros actores destacan también en la cruzada de denuncias que se destapa a propósito del cambio sexenal de gobierno y en su inferencia evidente: el remedio a la situación descrita mediante la actualización productiva y su tríada estratégica. Un actor importante que el interés empresarial y la valoración del Gobierno transforman en interlocutor primigenio, es el especialista foráneo, el experto internacional, que embutido en los organismos cúpula del sistema tiene el aura del conocedor y entendido sobre las fórmulas aceptadas para emprender y concluir la encomienda. Los análisis, estudios y recomendaciones que en esa ebullición sometió sobre todo el **Banco Mundial**, tuvieron en efecto ese perfil y orientación. *“Antes de las reformas*, se lee así en uno de los tantos reportes que suscribió el organismo, *la tecnología utilizada en las telecomunicaciones mexicanas era obsoleta y sin posibilidades de actualización. Telmex, el monopolio público, no era capaz de satisfacer la demanda de servicio y ésta alcanzaba enormes proporciones. En 1990, por lo menos un millón 300 personas debían esperar para obtener una nueva conexión, y el tiempo de entrega podía llegar a ser en promedio hasta de dos*

Cuadro 47

*Aprovechamiento en 1988 de los servicios de telecomunicaciones por las mayores empresas del país (Muestra: 1,312 compañías) (Unidades)*



Fuente: Elaboración propia.

*o tres años. Solamente se contaban cinco líneas telefónicas por cada 100 habitantes, y varios miles de comunidades rurales nunca habían logrado tener servicio y no se esperaba que lo tuvieran en el corto plazo...*<sup>43</sup>. Como es evidente, el veredicto del Banco venía a sumarse a otros testimonios para urgir una reforma que reparara el conjunto de debilidades y de asimetrías detectadas. Y en la planeación de los trabajos necesarios para concebirla y plantearla, el propio organismo se formaliza como contribuyente estelar: durante 1989, dispone un préstamo de 500 millones de dólares para *“reducir la carga que las empresas públicas imponen a la economía, mediante su liquidación, venta o fusión”*<sup>44</sup>.

La importancia que el organismo concedía a las telecomunicaciones es palpable al registrar que poco más del 75% del crédito, 380 millones de dólares, se destinó al objetivo de concebir y diseñar el programa de reestructuración del sector y de los transportes. A grosso modo, esa cantidad se destinó a evaluar las reformas a la estructura de propiedad de **Telmex** para permitir la inversión privada, y, en segunda instancia, a precisar los cambios indispensables para robustecer las facultades regulatorias de la **SCT**, a través de la desagregación de sus funciones operativas, premisa que años después culminaría con el nacimiento de **Cofetel**. Como establece Judith Mariscal<sup>45</sup>, el primer propósito era el interés sustantivo del Banco, mismo que incluso fue determinante para su desempeño durante el proceso. *“El papel del Banco Mundial en la privatización de las telecomunicaciones mexicanas, apunta, fue mas de seguidor que de líder. La decisión política sobre la estructura de mercado fue dejada al criterio de los políticos mexicanos. El Banco Mundial no había articulado una política explícita sobre telecomunicaciones, y el lograr la privatización era el único objetivo clave a seguir. Más aún, la venta de una empresa con poder substancial de mercado significaba un fuerte ingreso monetario para el gobierno, y ello repercutiría en su capacidad para pagar los préstamos del Banco...”*. La interpretación es consistente al apuntar el segundo movimiento que lleva a cabo el organismo: aprueba un préstamo adicional de 22 millones de dólares, que se canalizan al pago de asistencia técnica para apoyar el rediseño de las tareas institucionales de la **SCT**. Todas las acciones efectuadas no hacen sino revelar la identificación de motivaciones e intereses que privaba entre las dos. *“El Banco mantuvo un diálogo cercano y continuo con los funcionarios mexicanos responsables, se recuerda sobre esa época; hubo trabajo conjunto para formular las reformas que se necesitaban...”*<sup>46</sup>

<sup>43</sup> World Bank. *Telecom privatization successful in Mexico*. En: <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTPROGRAMS/EXTTRADERESEARCH/0,,cont entMDK:20020429~menuPK:181053~pagePK:210083~piPK:152538~theSitePK:544849,00.html> Fecha: 28 de diciembre de 2004.

<sup>44</sup> US Network for Global Economic Justice. "Privatization in México: Telmex". En: *50 Years is Enough*. En: [www.50years.org/factsheets/telmex.html](http://www.50years.org/factsheets/telmex.html) Fecha: 15 de enero de 1999.

<sup>45</sup> Judith Mariscal. "Telecommunications reform in Mexico from a comparative perspective". En: *Latin American Politics and Society*. Otoño de 2004; 8pp.

<sup>46</sup> The World Bank Independent Evaluation Group. *Privatization and deregulation in Mexico*. En: [TheInweb18.worldbank.org/.../24cc3bb1f94ae11c85256808006a0046/02ba59e41714b982852567f5005d8a07?OpenDocument - 29k](http://TheInweb18.worldbank.org/.../24cc3bb1f94ae11c85256808006a0046/02ba59e41714b982852567f5005d8a07?OpenDocument - 29k) Fecha: 28 de diciembre de 2005.

Los planteamientos de 1990 fueron prelude entonces y a partir de ellos pudo conformarse el marco político, regulatorio e ideológico para amalgamar y encauzar la reestructuración productiva. Todo fue reconvertido en el sector. Se desprendieron acciones radicales y pioneras; declaraciones, movimientos y procesos de gobierno; invitaciones claras y sucesivas para intervenir en el área apenas dispuesta pero igual ansiosa para recibir al capitalista, sin importar la nacionalidad. En plena euforia se desmanteló por completo la reglamentación que por más de un siglo condujo y reguló el desarrollo de las telecomunicaciones. Llegaron también los apoyos del extranjero y surgieron nuevos protagonistas, los actores internacionales ya conocidos que siempre estuvieron dispuestos a la declaración fácil, aquella que revelaba los ambiciosos planes de inversión que habían diseñado para el país. Florecieron los análisis, la estadística y los informes; los estudios de mercado, de prospectiva. Tal exuberancia contribuyó de manera decisiva en el discurso de progreso y avance que se impulsaba como prerrogativa de gobierno.

Ante el conjunto de opiniones, iniciativas y apremios vertidos mientras se producía el cambio sexenal y a lo largo de sus primeros momentos, no extrañó que la nueva administración pronto difundiera todo un conjunto de ordenanzas y proyectos para transformar a las telecomunicaciones y al entorno institucional que las cobijaba. En el período 1989-1994, el Gobierno Federal modifica y altera tanto la estructura orgánica de las unidades de gobierno y suministro, como impone un ideario político de renovación y progreso que además se sustenta en la programación de metas sexenales. También se procede a desincorporar con rapidez a diversas entidades públicas, y se proclama la política gubernamental que justifica y legaliza todos los movimientos realizados. La reestructuración emprendida inaugura una nueva etapa que a manera de balanza conjunta y equilibra dos trayectorias: por una parte, el retiro del Estado del protagonismo estelar en la provisión de los servicios y su habilitación como instancia de regulación política, y, como complemento, la emergencia del capital privado como titular propietario de los sistemas e infraestructuras disponibles. La asistencia de los particulares se nuclea tanto en aquellas alternativas que guardan ya una prestación centenaria -como fue el caso del servicio telefónico- y asimismo en otras plataformas que nacen ya bajo esa identidad y progresan en el mercado abierto desde sus primeras etapas.

Tres son los instrumentos programáticos que organizan la liberalización. El documento primario, **Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 (PND)**, establece los lineamientos fundamentales del sector con el lenguaje cifrado de objetivos, metas y líneas de acción que habrá de conformarse como el formato sexenal de las acciones de gobierno. Para las telecomunicaciones, concebidas de inicio como parte fundamental de la infraestructura económica del país y por lo mismo con un carácter estratégico y prioritario, se plantea una modernización completa que impulsará su desarrollo para superar las carencias detectadas. *“Los servicios deben diversificarse –se dispone-; mejorar su calidad; ampliar su cobertura en las áreas urbanas y extenderse a las zonas rurales. Las tarifas de los distintos servicios no deben diferir significativamente de las vigentes en los países con los que México*

*compite en el mercado internacional*<sup>47</sup>. Como se observa, tales principios generales remiten a un funcionamiento global de los servicios y a sus características de prestación, y si bien es implícita la actuación de los capitales privados en ese transcurso, no deslinda ni perfila su activismo.

El **Programa de Modernización de las Telecomunicaciones**, que circula apenas casi como memorando de trabajo entre el círculo de especialistas, parece encaminado a precisar la directriz del programa antecesor. Enfatiza que para atender las proyecciones del **PND**, se requiere un nuevo marco regulatorio que habrá de promover la competencia en una gran diversidad de servicios; éstos, se dispone desde entonces, deberán de suministrarse mediante el concurso de las infraestructuras de transporte. Del tipo de servicio a considerar dependerá la medida regulatoria que aplique. Como mera descripción y como arranque, se consideran cuatro situaciones distintas:

- i) *La competencia será restringida en las redes de telefonía para el servicio local y de larga distancia, ante la necesidad de mantener la integridad de la red y sobre todo por la magnitud de la inversión que se requiere para desarrollar la infraestructura con los niveles de calidad necesarios;*
- ii) *En los servicios que utilizan directamente el espectro radioeléctrico (radio; televisión y radiocomunicación), la competencia se limitará porque el recurso es escaso. Ante esa limitación física, el Estado regulará el aprovechamiento del espectro;*
- iii) *Los servicios que no se clasifican en las divisiones anteriores se prestarán en competencia abierta, y en esta categoría destacan los denominados de valor agregado, que se proporcionan con el concurso de las redes públicas; y,*
- iv) *En la fabricación y comercialización de los equipos terminales que los usuarios conectan a las redes básicas de telecomunicaciones, se considera que el mercado es abierto.*

Si el **PND** erigió principios y el **Programa de Modernización** tipologías, el detalle provino del **Programa Nacional de Comunicaciones y Transportes 1989-1994**. El documento define cuatro grandes tareas a abordar que parecen conjuntar los lineamientos anteriores y concretarlos en acciones a llevar a cabo en el corto y mediano plazo. De esta forma, se implica como fundamental...

---

<sup>47</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994*. México, Secretaría de Programación y Presupuesto; Mayo de 1989; 70pp.

- a. *Garantizar la rectoría del Estado sobre las telecomunicaciones, a través de la promulgación y ejercicio de un nuevo marco regulador que induzca el desarrollo de los servicios, incorpore el avance tecnológico y garantice la seguridad de los capitales que intervengan en el sector;*
- b. *Impulsar la diversificación de los servicios básicos, que deberán asimismo optimizar su desempeño y extender su penetración en todo el territorio nacional;*
- c. *Concertar la participación de los particulares en el financiamiento de la expansión y modernización de los servicios existentes, y de otros que se desarrollen, con el objetivo de no distraer recursos fiscales necesarios para atender otras demandas sociales, y fomentar la competencia entre las distintas empresas que concurren en el mercado.*
- d. *Buscar y establecer la paridad internacional de las tarifas de los distintos servicios de telecomunicaciones, para mantener la competitividad de la oferta nacional en comparación a los mercados extranjeros<sup>48</sup>.*

El plan de trabajo que emerge de los cuatro ejes apuntados y se torna operativo, reseña tareas y labores diversas. En el tiempo, unas se cumplen con puntualidad. Otras, son relegadas porque la dinámica del sector las reconfigura o las desaparece; y en algunos casos más, también modifica su patrocinio. El *aumento sustantivo de las líneas telefónicas*, meta evidente, tiene pronta satisfacción y al concretarse vuelve tangible su propósito asociado: *optimizar los sistemas para elevar la eficiencia general del servicio*. Lo que el plan no especifica, es que esos resultados son los primeros que reportan los nuevos dueños de la operadora dominante. Una segunda actividad asimismo implica a la telefonía: la *inclusión de capitales privados para el desarrollo de la modalidad celular*, arranca de hecho la praxis de la liberalización y en el discurso debió llevarse a cabo con el objetivo de *garantizar la mejor oferta de servicio y la contraprestación económica al Estado*. Tales garantías debieron cosecharse en el proceso de selección de los nuevos concesionarios, que en 1990 inician operaciones en todo el país con su oferta de vanguardia.

En las infraestructuras de conducción se testimonia sin embargo un recambio al libreto de la liberalización, o por lo menos un matiz a sus principios. Las metas programadas que se dedicaron a la plataforma doméstica de satélites y a la red de microondas, dejaban entrever que por lo menos hasta la redacción de los tres documentos no era claro todavía que la prestación estatal en telecomunicaciones había llegado a su finiquito. En la explotación del sistema **Morelos**, la meta se realiza a plenitud y bien pronto se emiten las *autorizaciones para que los particulares instalen y*

---

<sup>48</sup> Elaborado con base en: Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). *Programa Nacional de Comunicaciones y Transportes 1989-1994*. México, SCT, 1990; 147pp.

*operen estaciones terrenas propias*, faena que corrige el desperdicio del recurso en tanto finca su mayor aprovechamiento. La expedición de estos permisos pareció confirmar el papel que tendría la agencia estatal como carrier y proveedor de servicios terminales mediante su oferta de transporte satelital y la red nacional de estaciones terrenas, que cubría buena parte del territorio nacional. Más aún, tal alternativa se robustecía porque el mismo PND mandataba su fortalecimiento, que habría de lograrse con la renovación de la estación espacial ante el declive del satélite pionero. **“Para 1994, puede leerse en su página 83, el sistema de telecomunicaciones de México deberá contar con un nuevo satélite; en el diseño de dicho sistema participarán científicos nacionales”**<sup>49</sup>. El refuerzo de la titularidad estatal provenía asimismo del único proyecto que lleva a cabo la DGT en 1989. Sin permisos ni venias, a través de su representación estatal en Yucatán, se desarrolla el enlace vía satélite de dos conmutadores telefónicos localizados en un hotel de Cancún y las facilidades telefónicas de la propia entidad en la ciudad de México<sup>50</sup>. La conexión, que permitía ofrecer servicio de larga distancia a los huéspedes con mejores niveles de calidad y continuidad que los suministrados por **Telmex** en la región, enseñaba que la agencia podía procurarse el tráfico de telecomunicaciones de los grandes usuarios y canalizarlo vía satélite desde sus propias instituciones hasta su destino final, en un esquema *bypass* que luego harían popular diversas empresas privadas. Al monopolio por satélite que garantizaba esta opción, se adicionaba la red de microondas, infraestructura que según el mismo PND debía *modernizar su tendido y enlaces troncales mediante nuevos equipos y con fibra óptica*. Al conjuntar ambas plataformas y modernizar sus tecnologías, podría surgir una oferta renovada.

En el segundo semestre de 1989 y sobre todo en sus últimos sesenta días, se difunden novedades que si bien ratifican los principios de la reestructuración no confirman plenamente el retiro del Estado de la provisión. Por una parte, en armonía con la estrategia tripartita diseñada para la economía nacional, se anuncian medidas distintas para desregular el aprovisionamiento de equipos y aceptar el ingreso de capitales privados en el sector, peldaño que libera el mercado mediante el concurso de personas físicas y morales. Y asimismo, se procede a reordenar la estructura orgánica de los agentes estatales, medida que por lo menos en el papel establece que los nuevos organismos igual habrán de permanecer en la explotación de servicios. Por orden de aparición, estos ejercicios comprendieron...

\* **Septiembre...** Entra en operación el sistema tecnológico *Multipoint Multichannel Distribution System (MMDS)*, igual conocido como *cablevisión sin cable*. Con una inversión inicial de 8 millones de dólares, la nueva plataforma de paga combina las facilidades de transmisión aérea de señales y la modalidad de suscripción del cable, para distribuir al hogar del servicio de televisión restringida en varias modalidades. El sistema opera

---

<sup>49</sup> Ibidem; nota 45.

<sup>50</sup> *Excelsior*, 10 de enero de 1989.



mediante la concesión de las frecuencias radioeléctricas asociadas otorgada a la empresa **MVS Multivisión**, quien de comienzo ofrece 8 canales distintos y proporciona su oferta para la ciudad capital.

- \* **Noviembre...** El Gobierno Federal hace pública la convocatoria a la ciudadanía a presentar propuestas para el suministro del servicio público de radiotelefonía móvil con tecnología celular, con base en la división del país en ocho zonas de servicio.
  
- \* ... La estructura orgánica de las telecomunicaciones se reordena y la **DGT** se asimila al organismo **Telenales**, para originar **Telecomunicaciones de México, Telecomm**, como organismo desconcentrado. La integración se empalma con el planteamiento de las metas programáticas del sector, y es coherente además con las consignadas para la telegrafía: ampliación de la cobertura de los sistemas telegráficos, y automatización de la transmisión de giros y telegramas, para aumentar su confiabilidad y calidad, y disminuir los tiempos de entrega.
  
- \* **Diciembre...** Mediante acuerdo del Secretario de Comunicaciones y Transportes del día 21, se estipula que los equipos terminales de comunicaciones propiedad de los usuarios que se enlacen con las redes de telecomunicaciones autorizadas, no requieren permiso para su instalación. Sólo necesitan una homologación previa que garantice tanto la seguridad del propio usuario, como de las redes y sistemas a los cuales se enlaza.

En tanto respuesta a la estrategia de reestructuración, cada una de las acciones anteriores es cepa de otras más que al conjuntarse dan cuerpo a las tendencias básicas de las telecomunicaciones, las que van a declinar o a perdurar conforme su propio devenir. La concesión dispuesta para **MVS** es efectivamente la punta de lanza en el surgimiento de nuevos servicios que ya no tienen relación alguna con el andamiaje estatal. A partir de su debut, se suceden otras instancias empresariales que o bien aprovechan la innovación tecnológica para hacerse de una ventaja competitiva en el sector, o igual buscan beneficios al explotar un mercado ya con mayor desenvolvimiento, como fue el caso de los servicios satelitales para la instalación de redes, tanto privadas como para el servicio público. La conjunción de ambas premisas de base aterriza asimismo en el caso de la telefonía celular: el avance tecnológico que suponían las plataformas móviles de avanzada, se ajusta con facilidad a la gran demanda resultante de la poca cobertura de las líneas telefónicas fijas y de la enorme necesidad de comunicación de individuos y grupos sociales, nunca satisfecha.

Por su parte, la tercera maniobra deviene espejismo en tanto los propios responsables de la política de telecomunicaciones se encargan de desecharla en favor de la fórmula unidimensional. Si la desconcentración de

**Telecomm** constituyó al organismo como la única instancia que vino a concentrar la totalidad de servicios existentes en la bolsa estatal, a excepción de la telefonía, y ello le permitía acrecentar la oferta ya sin las limitaciones propias de la camisa de fuerza del ejercicio público, con el tiempo quedó demostrado que ese enroque fue por entero coyuntural. Respondió más a la necesidad de crear un artificio para compensar el vacío jurídico y funcional en el sector de esos meses, que a la convicción de preservar las infraestructuras del Estado, aunque se fortalecieran en un mercado cierto.

Finalmente, el acuerdo secretarial para desregular el equipo terminal, es síntesis y a la vez principio. Lo primero porque su oficialización legitima la *apertura de facto* que se aplicó tanto al mercado de teleimpresores en el servicio télex en 1986, como al de estaciones terrestres para el enlace con el sistema doméstico un año más tarde. Y, en segunda instancia, emerge como el antecedente obligado de un empuje reglamentario mayor que se emprende en el año divisa de la liberalización, 1990, y que habrá de proseguir por un tiempo más.

En mayor o menor grado; en una u otra medida, las maniobras del bienio 1988-89 plasman las tres premisas de la reestructuración y confirman el dicho público que las expone como la medicina necesaria para modernizar al sector, y lograr que beneficie a la sociedad entera. Por ello, fueron también acciones preparatorias, no ya de la estrategia a seguir que era evidente, sino del momento para procesarla.

<p>2. <b>El rastreo de nuevos negocios, validación de los establecidos y emergencia protagónica de otras opciones</b></p>
---

El **Programa de Modernización de las Telecomunicaciones** no definía el cómo habrían de obtenerse las concesiones que mencionaba. Desde luego, esa flexibilidad sin límites aparentes derivó en el apersonamiento de individuos, empresas y grupos que ante la apertura de fronteras podían obtener paquetes tecnológicos completos para soportar ofertas de avanzada con peculiaridades diversas. Con estas proposiciones bajo el brazo, tenían motivo para solicitar la autorización que les permitiera proporcionar servicios, igual de variados. En radiocomunicación se generan así varios ofrecimientos que arriban a buen puerto después de su marcha inicial, y mediante las primeras incursiones de la informática en las telecomunicaciones se soporta el debut de los servicios de valor agregado, que se acoplan a las redes existentes para ejecutarse. Por su parte, en 1993, se produce la única acción que altera el *statuo quo* de la televisión abierta, y será hasta mucho después, en el 2006, cuando se intente llevar a cabo otra iniciativa que modifique su contexto operativo: las redes oficiales, canales 7 y 13, se desincorporan y con ello salta a la palestra nacional uno de los grupos económicos de mayor abolengo y que tendrá una gran agresividad y prepotencia en su desempeño empresarial. El hecho es publicitado como prueba máxima de la apertura institucional,

y al impactar a uno de los sectores de mayor fortaleza política se presenta como un aparente corte de caja en las relaciones entre el poder y la televisora monopólica. Inverso a ello, a la distancia, el hecho es más bien una señal de arranque para que **Televisa** explote a cabalidad el negocio, a partir del esquema vertical que la define y caracteriza. Y con tal desenvolvimiento habrá de encontrar su contraparte en otro protagonista, que se origina en la misma época como producto de la reestructuración. **Telmex** ya en completo dominio privado, efectivamente vendría a sumarse al escenario para complementar una estructura duopólica que con el tiempo habría de coincidir en el escenario de la convergencia. Y con ello, a enfrentar a los dos grupos contendientes que al desarrollarse asentaban en los hechos el mandato económico del régimen.

## 2.1 Televisión por cable: organizar los principios para la industrialización del servicio.

La sola y simple aparición en el escenario de la industria televisiva del grupo conocido como **MVS Comunicaciones**<sup>51</sup>, es pauta ya del ingreso de oferentes inéditos en el mercado, los cuales puntualizan la política de liberalización gubernamental. En efecto, separada de la televisión abierta porque no cumple el requisito de gratuidad, la restringida se inscribe en el listado de los servicios de telecomunicaciones y en esa modalidad habrá de encontrar nuevos bríos a partir de 1989, los cuales de inicio se concretan en la concesión otorgada a **Multivisión** en la plataforma **MMDS**. Las acciones y tareas corporativas que el grupo consolida a partir de entonces no sólo definen su crecimiento futuro, sino también son referencia para estructurar los rasgos distintivos que habrán de tipificar y conducir a toda la industria de paga.

Y el desarrollo y la consolidación de la oferta son los vectores que de principio inciden tanto en **MVS** como en el segmento de la televisión restringida. En 1991, en marzo, su firma asociada **Multiradio Digital, SA**, presta servicio restringido de radio con señal digitalizada y con ello inaugura de hecho la prestación mancomunada de audio y de televisión en un esquema de paga. De inicio, la compañía proporciona seis canales y recibe pago tanto por la instalación del equipo como por el cargo mensual aplicable por la recepción de las señales. Con ambo servicios, el corporativo cultiva y proporciona entonces dos modelos que pueden suministrarse en conjunto: el de televisión que ya para 1990 maneja una oferta base de 20 canales y totaliza 14 mil suscriptores; y el de radio, que se asocia a la misma estructura tecnológica y comercial e igual evoluciona hasta una plataforma de 40 señales. Sobre esta base se cosecha el despegue de la firma. *“En la zona de la ciudad de México* –consigna así un reporte sobre el estado de

---

<sup>51</sup> Pilar Sevilla (Cfr. “Del cable al DTH”. En: Miguel Ángel Sánchez de Armas (Coordinador). *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana. Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación-Televisa; 448pp) señala que *“Multivisión pertenece a la corporación conocida como MVS Comunicaciones, la cual esta formada además por Galaxy Latin America; Telerey; Multiradio Digital y el Grupo Teleradio MVS”*. Por su parte, el informe del IMC, informa que *Multiaudio Digital “pertenece al grupo JV Corporación, con fuertes intereses en la radiodifusión mediante el control de las estaciones Stereo Rey y FM Globo; de la productora de programas de video Telerey, y de Multivisión, concesionaria para la televisión restringida”*. Cfr. Instituto Mexicano de Comunicaciones (IMC). *Informe de la situación de las telecomunicaciones en México*, mimeo, IMC, Septiembre de 1995; 56pp.

la televisión nacional en 1993- *Multivisión, hacia 1992, había alcanzado más de 130 mil suscriptores, cantidad importante si se le compara con los 90 mil que en ese año y en la misma área tenía su rival, Cablevisión, fundada veinte años atrás. Además, proporciona servicios a varias docenas de sistemas de cable independientes de todo el país*<sup>52</sup>. Para 1993, a mediados, la compañía afirma totalizar 250 mil suscriptores y con tal universo dice rebasar ya a su competidor. En esa línea ascendente, su pronóstico para el fin de año acaricia los 300 mil usuarios, únicamente para la ciudad capital<sup>53</sup>.

La progresión de la oferta en ambos esquemas ha sido parte de la estrategia que el grupo ha puesto a punto para intervenir en el mercado, la cual conjuntó tres ejes principales que se manifiestan progresivamente. En primera instancia, se propuso extender su cobertura fuera de la ciudad capital, y para ello consigue casi desde su arranque: *i)* colocar su programación en 118 sistemas que compran su señal y en tres sistemas MMDS que se explotan en Veracruz, Puebla y Villahermosa; y, *ii)* obtener en septiembre de 1993 dos nuevas concesiones para su filial **Teleglobo**, que le permiten operar en Guadalajara, Jalisco, y en Monterrey, Nuevo León. En enero de 1994, ambos sistemas entran en funcionamiento, ofreciendo la misma programación que en la ciudad capital, esto es, 14 canales básicos, tres premium, y tres más de pago por evento. De acuerdo con las estimaciones de la firma, esta expansión le permitió conectar hasta 80 mil usuarios más en esas poblaciones.

El segundo eje de desarrollo que la empresa habilita fue enriquecer la temática de la programación que ofrecía. Para concretar ese deseo, durante el segundo semestre de 1992 y a lo largo de 1993, afianzó distintas alianzas con empresas de la industria de Estados Unidos y de Latinoamérica, para estructurar la programación completa de distintos canales. Al decir de sus directivos responsables, tal acción pretendía revertir la proporción registrada al inicio de operaciones: 80% de programas en inglés y un 20% en español<sup>54</sup>. Bajo el nuevo esquema, la empresa generó la siguiente oferta televisiva propia, que todavía se mantiene en algunos sistemas y de hecho es insignia ya para varios de ellos.

\* **Cinecanal**, producto del convenio entre **MVS** y **United International Picture (UIP)**, **Cablecinema** de Venezuela y **Sociedad Argentina del Cable**. La fusión lograda, que comprometió 5 millones de dólares, ha permitido crear una emisora dedicada a transmitir vía satélite películas dobladas al español, para diversos

<sup>52</sup> Raúl Trejo Delarbre. "Nuestra televisión". En: *Intermedios*, Número 6, Febrero-Abril de 1993;41pp.

<sup>53</sup> Para el desarrollo de **Multivisión** se han tomado como fuentes básicas los artículos siguientes de Fernando Mejía Barquera: "Televisión por cable: una visión global". En: *Intermedios*, Número 8, Agosto-October de 1993; 36-51pp; y "Ecos de los medios en 1993". En: *Revista Mexicana de Comunicación*, Número 33, Enero-Marzo de 1994; 5-17pp. Asimismo, se ha tomado información del reporte del IMC citado en la nota 49.

<sup>54</sup> Cfr. Gerardo Aguilar. "Multivisión buscará terminar 1994 con 24 canales de transmisión en el DF". En: *El Financiero*. 21 de Enero de 1994.

sistemas de cable de América Latina. Iniciando operaciones en abril de 1993, en el canal se transmiten producciones de la **Universal; Paramount; Metro Golden Meyer y Twenty Century Fox.**

- \* **Tele-Uno**, que aprovecha la asociación con la **World Vision** para la exhibición de programas y películas de la **Spelling Entertainment**, que también participa en el convenio como el socio productor.
  
- \* **Cine Latino**, en el cual se transmiten películas mexicanas que canaliza un grupo de productores nacionales, también bajo acuerdo.

Como línea tercera de expansión, **MVS** se propuso aprovechar las innovaciones tecnológicas que le permitieran optimizar su sistema. De esta forma, adaptó el sistema denominado **Digi Cipher** de la firma norteamericana especializada en comunicación vía satélite, **General Instruments**, que permite comprimir la señal televisiva y transmitir un mayor número de señales en el transpondedor satelital asignado. Bajo este esquema, **Multivisión** transmite los canales adquiridos desde sus facilidades de la ciudad de México a sus filiales del interior del país, en un esquema punto-multipunto que optimiza todo el esquema de comunicación.

Más la preocupación por los contenidos y por el avance tecnológico que demostró **MVS** con sus movimientos acompasados, señala los temas fundamentales de la nueva racionalidad económica que impacta a la televisión restringida. *"... a partir de 1989, la creación de Multivisión alteró substancialmente la monotonía del escenario de la televisión de paga –limitado entonces a la TV por cable y una muy incipiente TV recibida vía satélite- y lo convirtió en un nuevo escenario de lucha comercial"*<sup>55</sup>. La condición de enfrentamiento que según el analista desata el recién llegado, *es síntoma del tránsito del servicio hacia su industrialización intensiva*. Hasta mediados de los ochenta, el segmento operaba más como negocio casi artesanal, en mucho armado para mejorar la recepción de las señales televisivas y como reproductor de canales extranjeros, estadounidenses casi todos. Pese a alcanzar un desarrollo importante, no se guiaba por completo bajo los procesos de capitalización que con la modernización de los noventa van a implantarse por entero y a transformar la estructura que lo había definido hasta entonces. Los instrumentos competitivos habituales entran así al escenario y poco a poco se impone la reducción de costos y la conquista de mercados con base a precios más atractivos y un aumento de las opciones propuestas; la búsqueda de diversificación de la oferta propia respecto a la de los contendientes, y la variación de los esquemas comerciales de los proveedores para atraer el consumo de nuevos segmentos. Estas acciones habrían de practicarse en un universo cercado, monolítico, caracterizado por su dispersión geográfica y con una cobertura territorial por completo acotada. Hasta el arribo de **Multivisión**, efectivamente se había privilegiado la residencia física del operador como elemento

---

<sup>55</sup> Fernando Mejía Barquera. "Ecos de los medios en 1993". En: *Revista Mexicana de Comunicación*, Número 33, Enero-Marzo de 1994; 10pp

definitorio, y las concesiones establecidas adjudicaban la explotación del servicio bajo criterios bien acotados en su definición espacial, precisos en su configuración física y en cuanto a sus límites de cobertura. Tal particularidad a la vez se desprendía tanto de la política que se aplicó para regular la expansión del sistema, como de las características técnicas de la tecnología empleada en forma dominante, el alambre de cobre. El primer vector fue palmario en el mandato implícito de no otorgar dos concesiones para una misma ciudad o incluso una región geográfica, bajo el argumento de lograr un crecimiento mayor de la televisión restringida si se animaba su descentralización territorial en lugar de propiciar la concentración de facilidades en las mismas coordenadas. Y esa condición corría en paralelo al perfil de la plataforma tecnológica aprovechada, que al requerir obras civiles para instalar el tendido del cable, obligaba a buscar economías de escala desde el propio comienzo de operaciones, para abatir un costo unitario exagerado por usuario que elevara el monto de la inversión inicial. Política y tecnología corrieron pues en paralelo, y en mucho explican el letargo del cable en los primeros años. Si a eso se suma que el proveedor de televisión abierta monopolizó el mercado en todo el país con una oferta gratuita, y dominó además la producción nacional de contenidos, es claro que no existían incentivos económicos para expandir el negocio, o para ingresar a él. El arribo de una opción de instalación rápida, sencilla, soportada por una estación única y con alta capacidad de despliegue territorial sin atadura física, altera pues el panorama porque rompe el entorno dominante y sacude a los actores ya radicados, en tanto su oferta es más competitiva que la media de todas las vigentes. La innovación tecnológica inherente a la plataforma inalámbrica conquista dos ventajas comparativas inmediatas: obtiene ganancias extraordinarias por su simple concurso en el segmento, y desplaza a aquellos protagonistas que no logran actualizar su plataforma operativa y conformarse como rivales de la nueva norma en el mercado. El viejo monopolio rápidamente comprendió el desafío, y ante la incertidumbre de que podía perder recrea su comportamiento político de siempre: recurre al protector estatal y solicita la descalificación de la tecnología de vanguardia mediante un amparo que congela temporalmente su operación. *“Un sistema moderno por aire y sin la inversión que se requería para cablear a toda la ciudad”*<sup>56</sup>, afirma el monopolio, llevaría a la quiebra a **Cablevisión**. El tiempo que gana el corporativo le permite fortificarse y obtener otras ventajas y cuando lo estima prudente levanta el interdicto. Y **Multivisión** debuta al fin después de cinco años.

La opción técnico-económica que arroja al mercado **MVS** trae pues aparejado el uso de una nueva tecnología de producción y con tal renovación se gesta una inyección completa de dinamismo que será primordial para el despegue del sector. Si con la fundación de la **Cámara Nacional de Televisión por Cable (Canitec)** en 1975 los concesionarios se agruparon y con ello se *“fortaleció la identidad de la televisión por cable como sector industrial”*<sup>57</sup>, para los noventa se logra la cohesión necesaria para operar como *grupo de interés*, y emprender con

<sup>56</sup> Citado en Pilar Sevilla. “Del cable al DTH”. En: Miguel Ángel Sánchez de Armas (Coordinador). *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana. Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación-Televisa; 449pp.

<sup>57</sup> Delia Crovi Druetta. “De las señales de televisión a la convergencia tecnológica. La televisión por cable en México”. En: *Telos*, Número 69, Octubre-Diciembre de 2006.

ello un proyecto colectivo de industrialización del servicio que desde entonces hasta el 2008 ha cosechado diversas ventajas colectivas. Esta consolidación gremial paulatina, escalonada, igual encuentra expresión política y la reglamentación que se les ofrece deriva de la reestructuración productiva en boga y genera principios jurídico-legislativos que cohesionan la reproducción económica de los actores privados y les renuevan para atender al mercado desde posiciones más sólidas. En el terreno financiero; en el operativo, y en su funcionalidad como unidades económicas, se genera así una praxis productiva de vanguardia que fortalece a la industria y le otorga una plataforma con la solvencia inicial para aspirar al negocio convergente hacia el 2006, cuando se precisan las condiciones para explotarlo. Motivación y tarea son complementarias entonces, y por orden cronológico expresan la modernización mediante las acciones que enseguida se identifican.

- a. *Creación y operación de mecanismos colectivos de compra y financiamiento.* La maniobra es doble y su lineamiento es reducir los costos de producción, para conformar una propuesta de mayor productividad. Por una parte, para atender la adquisición de materiales e insumos necesarios para la operación que suponía una fuga permanente de recursos, se funda la **Unión de Compras**, que ejecuta esas labores al mayoreo y obtiene mejores precios. Cabe mencionar que el 65% de los insumos requeridos en esos años provenían del exterior, y el desorden cambiario de la época provocaba que los gastos para obtenerlos fueran elevados. La compra en conjunto abatió así el costo excesivo y sin control, y redujo el capital constante necesario para la operación empresarial. De manera paralela y suplementaria, se funda la **Unión de Crédito**, cuyo propósito es soportar financieramente a los socios industriales, ya que los bancos no consideraban al concesionario como sujeto de crédito. Con el aporte de recursos de los asociados y con soporte propio de **Nacional Financiera**, la Unión opera para solventar los proyectos de los agremiados.
- b. *Fundación de centros de producción y distribución de contenidos.* Asimismo ideado para abatir el costo de la oferta, igual se implementa mediante la integración de los recursos y capacidades del colectivo para enfrentar las dos caras de un mismo proceso: contratar con proveedores terceros material programático en las mejores condiciones posibles, para su difusión en la infraestructura propia de los agremiados; y emprender producciones locales, cuyo desahogo financiero y operativo resultan más holgados si se les afronta en grupo. Con esta última inspiración, en 1994 se funda un centro dedicado a la generación de programas que concentra una inversión cercana a los 6.5 millones de dólares. Tanto la compra como la producción, se amalgaman además en la etapa de distribución, que también puede abordarse en conjunto para optimizar su desarrollo y reducir la inversión de todo el gremio.

Las tres tareas son propósito de la empresa **Productora y Comercializadora de Televisión, SA de CV (PCTV)**, que debuta en el mercado en 1991 y conjunta casi a la totalidad de concesionarios del país. El

análisis que entrega Delia Covi es preciso en establecer los objetivos de la compañía y los logros que obtuvo al cumplirlos, y destaca asimismo que esos beneficios se cosecharon con rapidez. *“Los objetivos que se propuso PCTV al integrarse fueron tres, dice, a) rentar transpondedores de los satélites mexicanos para conducir señales de televisión por cable a todo el país; b) contratar programación en forma conjunta; y, c) contar con estudios de televisión para producir y generar señales propias...[...] Estas metas iniciales rápidamente se tradujeron en logros para la empresa, que entonces decide ampliarlas a los siguientes aspectos:*

- 1) *integración local de programación a partir de señales extranjeras;*
- 2) *aumento en el número de señales nacionales e internacionales;*
- 3) *asociación con programadores para concretar los objetivos anteriores;*
- 4) *reducción del costo de las señales haciendo crecer el servicio tanto en número de operadores como de suscriptores;*
- 5) *optimización del uso de las instalaciones técnicas; y*
- 6) *comercialización adecuada de sus propias producciones*<sup>58</sup>.

La optimización de recursos implícita en cada tarea anotada es evidente. Se capitalizan los activos y en poco tiempo la firma produce señales propias desde el Distrito Federal y las suministra a más de 120 empresas que proveen el servicio, alcanzando a 180 poblaciones y un estimado de 779 mil telehogares. A 1993, la programación distribuida comprendía cuatro canales: el **cultural del Instituto Politécnico Nacional, 11**; el **Canal Mexicano de Cine**; el **MTV latino** (videos musicales) y el producido por la compañía, **TVC**. A esta programación básica, cada concesionario sumaba la de otras fuentes, conforme sus propias necesidades. Para enero de 1994, el paquete inicial se fortaleció con la primera alianza internacional del grupo, que remite ya a su búsqueda transfronteras de materiales y producciones. En conjunción con las compañías norteamericanas **Telemundo Group Inc.** y **Reuters Television Ltd.** y la firma argentina **Artear, SA**, el consorcio mexicano llega a un acuerdo para desarrollar una red de información noticiosa en español, que tendrá transmisiones por satélite las 24 horas hacia televisoras y estaciones de cable de 19 países latinoamericanos. El origen de la señal será en las instalaciones de **Telemundo** en Miami y para su distribución se utilizaron los satélites de **Intelsat** y el **Hughes Galaxy**. Con este movimiento, la compañía mexicana buscó diversificar la oferta noticiosa para el televidente nacional, compitiendo con las redes latinoamericanas vigentes entonces: **ECO de Televisa** y **NBC Noticias en español**. A estos avances se

---

<sup>58</sup> Delia Covi Druetta. “La televisión por cable en México. De TV restringida a redes públicas de telecomunicación”. En: **Entropía e Información**. Revista en línea del Centro de Estudios de la Comunicación. En: [www.hyperlab.politicas.unam.mx/entropia/televisionporcableenMexico.pdf](http://www.hyperlab.politicas.unam.mx/entropia/televisionporcableenMexico.pdf) Fecha: 17 de marzo de 2007.



adicionan otros logros de la empresa, y para fines del 2006, "... *PCTV transmite en 31 estados de la República y cubre 450 ciudades. Debido a su cobertura, la cantidad de sistemas que la integran y el número de suscriptores con que cuenta, se define como la mayor programadora de televisión por cable en América Latina. Genera canales propios, produce programación de televisión (una fuente de ingresos adicionales por repetición de sus programas), y distribuye canales internacionales*"<sup>59</sup>.

- c. *Investigación, desarrollo e innovación de la tecnología asociada a la televisión restringida.* A los movimientos anteriores, se suman las indagatorias tecnológicas para optimizar la infraestructura disponible y rentabilizar su aprovechamiento. A finales de 1993, mediante una inversión de 1.6 millones de dólares, PCTV lidera la construcción y adaptación de una estación terrena dotada de tecnología de compresión, con lo cual se logra incluir tres canales más a los cuatro tradicionales: **Universo plus**, **ESPN** (deportes) y **TVC plus**, de pago por evento. Este primer paso se complementa con mayores inversiones: el grupo ha dedicado un millón de dólares adicionales para comprimir dos señales más, buscando llegar por transpondedor hasta a 10 canales. La ambición del grupo es alcanzar 24 canales, mismos que podrían distribuirse a través de los 4 transpondedores que a la época alquilaban a **Telecomm**.

Si bien las estrategias descritas aseguraron un desempeño productivo más eficiente de los concesionarios en tanto pudieron reducir sus costos y diversificar su programación, un cuarto ejercicio les aseguró el acceder al esquema de capitalización que su predecesor, la televisión abierta, ya había tornado habitual: la publicidad. El paso inicial de ese enroque lo genera la Administración Federal, y bajo el sello de la Presidencia de la República, en abril de 1990, se promulga el Decreto para reformar varios artículos del **Reglamento del Servicio de Televisión por Cable**<sup>60</sup>, vigente desde 1972. Los considerandos que sustentan la mudanza legislativa son inequívocos y la retórica que se utiliza es conocida (**Recuadro 48**). De hecho, la justificación se engancha a uno de los parámetros estelares que se pusieron a punto para justificar y legitimar la liberalización toda de las telecomunicaciones. Si de manera general las referencias cruzadas sobre la importancia de la nueva tecnología para el desarrollo nacional y la insuficiencia financiera que impedía adquirirla funcionaron para insertar la participación privada como eslabón resolutivo, en este caso la ecuación se repite para permitir que en el servicio se instale el esquema de acumulación de las televisoras. De esta forma, los Artículos modificados únicamente establecen el mismo orden vertebrador que ha conducido a la televisión abierta desde sus orígenes: la inclusión de emisiones de publicidad o propaganda de tipo comercial en el servicio. Con ello, los concesionarios pueden allegarse los recursos económicos extraordinarios que les demanda su

<sup>59</sup> Ibidem.

<sup>60</sup> Poder Ejecutivo Federal. "Decreto por el que se reforman los artículos 60. en su fracción I, 27, 83, 84, 86 y 87 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable". En: *Diario Oficial de la Federación*, 5 de abril de 1990.

**Recuadro 48. Fragmentos del Reglamento del servicio de televisión por cable**

**CONSIDERANDO... CUARTO.-** Que los sistemas de televisión por cable han dejado de tener una economía autosuficiente, lo que hace necesario instrumentar ciertas medidas para que se alleguen recursos económicos, independientemente de las cuotas que cubren los suscriptores por la prestación del servicio.

... **QUINTO.-** Que dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 establecido por el Ejecutivo Federal, se considera prioritaria la modernización de la vida nacional, y que uno de los medios para lograr este objetivo es el desarrollo del sistema de televisión por cable, ya que a través de la generación de canales locales se estará en condiciones de difundir y promover la actividad económica, política, social y cultural de las distintas regiones del país, he tenido a bien expedir el siguiente

**DECRETO**

**ARTICULO 84.-** Los concesionarios podrán introducir publicidad o propaganda de tipo comercial a través de sus sistemas de televisión por cable, únicamente por los propios canales generados localmente y no deberán interferir o intercalarse dentro de la programación procedente de estaciones radiodifusoras de televisión nacionales.

Se entenderá por canales generados localmente, aquellos que genere el concesionario, y que además contengan producción propia del concesionario en vivo o grabada, ocupando un tiempo mínimo del 20% de la transmisión total diaria.

La publicidad o propaganda comercial que se inserte en los canales generados localmente deberá promover preponderantemente los productos y servicios que se presten o comercialicen en la región o localidad en la que el concesionario presta el servicio.

El concesionario deberá recabar autorización previa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, tanto para iniciar la distribución de señales en canales generados localmente, como para la inserción de publicidad o propaganda comercial en los mismos.

**ARTICULO 86.-** Tratándose de programación generada en el extranjero, deberá distribuirse sin propaganda alguna. Debiendo suprimir los mensajes comerciales de origen y, sin introducir propaganda o publicidad comercial propia.

**ARTICULO 87.-** La adquisición, renta, convenio, acuerdo u otras formas de obligaciones que contraiga el concesionario con terceros para obtener la programación que vaya a emitir por su propio canal, será responsabilidad del concesionario.

**ARTICULO 89.-** Las emisiones de publicidad o propaganda de tipo comercial serán intercaladas dentro de la programación del propio concesionario de acuerdo con lo siguiente: Por cada hora de transmisión, las interrupciones para anuncios no podrán ser más de seis y cada interrupción no excederá de un minuto de duración. En caso de eventos especiales, las interrupciones para la inclusión de comerciales se realizarán de acuerdo a las propias interrupciones del espectáculo sin demérito del mismo. En todo caso la Secretaría de Comunicaciones y Transportes autorizará las modalidades para la inserción de anuncios comerciales a que se sujetará el concesionario.

Tomado de: Poder Ejecutivo Federal. "Decreto por el que se reforman los artículos 60. en su fracción I, 27, 83, 84, 86 y 87 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable". En: *Diario Oficial de la Federación*, 5 de abril de 1990.

equilibrio financiero, y poco importa la definición, alcance y límites que ellos otorguen a tal balance económico. El Gobierno les concede la prerrogativa de diseñar el marco en el que habrán de conseguirla de acuerdo a sus propios parámetros.

El condicionante que introduce el Artículo 84 explica los provechos que con celeridad obtuvo PCTV desde sus primeros tiempos. Si la inclusión de publicidad era prerrogativa de los canales producidos localmente, y éstos quedaban definidos por la emisión de contenidos originales en por lo menos un 20% de la programación total, el generar materiales propios resultaba estratégico para el concesionario porque incidía en su balanza económica: de ellos dependía obtener el ingreso asociado a la emisión de comerciales, que podía lograr con cada hora de emisión diaria. Con esta renovación, desde 1990, se instala un silogismo que en futuras reglamentaciones –*la del 2000*, por ejemplo, aún vigente<sup>61</sup>- e incluso en disposiciones jurídicas mayores –*la reforma legislativa de las Leyes Federales de 2006*- va a recrear dos premisas fundamentales: *i)* que la publicidad representa un ingreso sustantivo para los operadores de televisión, por lo cual es deseable y permisible su emisión regulada; y, *ii)* que la publicidad puede conformarse como un factor de desarrollo de la producción nacional de contenidos, en tanto su transmisión con límites precisos puede supeditarse a la transmisión de programas locales. Con ello, se otorga al concesionario el estímulo económico para que apoye la confección de contenidos nacionales, en tanto éstos le aseguran los ingresos publicitarios. La fórmula se tasa en porcentajes y buenos deseos y al implantarse remite a una mayor explotación del mercado televisivo, fin último de la fórmula: en tanto el servicio es de paga implica una doble articulación de la actividad publicitaria: con el anunciante de la industria de bienes de consumo, con quien se reproduce el intercambio tradicional, y con el suscriptor del sistema, quien en el precio que cubre adquiere también el anuncio publicitario en tanto éste se integra en la programación habitual del servicio. Esta doble mediación quedó en evidencia con claridad en el conflicto que hacia diciembre de 2006 se presentó en la renovación del contrato de transmisión entre los sistemas de televisión restringida Sky y Cablevisión y Disney Channel, cuya controversia se debía exclusivamente a la transmisión de publicidad. Crónica especificó claramente el problema: *“Sky considera inaceptables los términos que busca Disney Channel en la renovación del contrato para continuar con la transmisión de los canales infantiles. El punto clave es que Disney Channel quiere ahora el control de la publicidad que pasa por esos canales, que en el actual contrato está en manos de Sky”*<sup>62</sup>. La ambición de ambos proveedores se sustenta en el éxito de las señales implicadas. Según la empresa de medición Ibope, Disney Channel se ubicó en el primer lugar de audiencia durante 2006, tanto en el horario estelar como en las 24 horas, entre el total de hogares y personas con cable, así como entre niños y personas de 4 a 7 años con el servicio de cable. El canal repitió estos

<sup>61</sup> La disposición se refrenda en efecto en el Artículo 32, que la pormenoriza y la extiende a los sistemas vía microondas y por satélite. Con simpleza se afirma así que **“forma parte del objeto de la concesión de la red, la explotación que de la misma se haga a través de la contratación por los suscriptores de los servicios de televisión o audio restringidos, así como la contratación de la publicidad”**. Poder Ejecutivo Federal. Reglamento del servicio de televisión y audio restringidos. En: *Diario Oficial de la Federación*, 24 de Febrero de 2000.

<sup>62</sup> Juan José Huerta. “Pleito Sky-Disney ¿Y el interés del consumidor?”. En: *Crónica*, 23 de diciembre de 2006.

resultados en enero y febrero de 2007, con lo cual se colocó al tope del ranking en el universo total de hogares con cable por 13 meses consecutivos<sup>63</sup>. El litigio sobre la titularidad en la contratación de los anuncios reproduce pues la búsqueda de la audiencia, ahora identificada con mucho mayor precisión y por lo mismo con mayor atractivo y valor para el anunciante.

Hasta 1993, el escenario está pues dibujado en sus contornos esenciales. De 83 sistemas en operación existentes en 1989, se evoluciona a 118 que se distribuyen en 174 localidades, y también se cuentan 76 concesiones sin funcionamiento al corte en diciembre. En suscriptores, se progresa de 520 mil a 1 millón 187 mil 539 durante el mismo período, cifra que claramente duplica el primer registro y testimonia ya el incremento del consumo<sup>64</sup>. Ese total abarca un poco más del 5.7% de los hogares a escala nacional. El cableado total rozaba los 21 mil 812 kilómetros, extensión superior en un 78% al disponible en 1991, y por su extensión territorial apenas se le concebía como la primera fase de una red que habría de alcanzar un potencial de mercado cercano a los 2.3 millones de hogares en todo el país. La carta programática de los 118 servicios funcionales difundía en promedio 17 canales por operador; 38 ofrecían opciones adicionales, y únicamente 29 –el 24.5% del global consignado- proporcionaba pago por evento.

La estadística certifica que el sector mantenía dominio sobre una plataforma operativa alimentada por una reducción permanente de sus costos de producción; era poseedor de una oferta de mayor productividad, versátil, susceptible de atraer a los segmentos poblacionales que interesan al anunciante, e igual disponía de una estructura de sondeo y examen tecnológico permanente, que actualiza los medios e instrumentos de producción del servicio televisivo. En tal fervor, sólo carece de una cobertura jurídica más completa y poderosa, que facilite la reproducción. Así, para cubrir el faltante, se modifican los artículos 10, 22 y 42 del **Reglamento de la Televisión por Cable** en 1993 y con ello se establece un primer parámetro que será decisivo a partir de 1995, con la llegada de la **Ley Federal** del sector: al considerar que la televisión por cable es un servicio de telecomunicaciones, no sólo se permite y facilita que la inversión extranjera acuda hasta con el 49% en el capital social de las sociedades concesionarias<sup>65</sup> -objetivo primario de la modificación- sino que se *clasifica a los sistemas de televisión restringida en la categoría de red pública*, y en esa modalidad se les concede la alternativa de estructurar su desempeño más allá del mercado televisivo. El recambio no es menor porque si bien la lógica de la televisión restringida implicaba llegar hasta el hogar del usuario, con su nuevo rol el servicio deviene una alternativa de comunicación interactiva que en el entorno convergente tendrá un papel determinante.

---

<sup>63</sup> Datos de: ----- "Disney Channel mantiene excelente desempeño en México". En: *TV Latina*, 23 de marzo de 2007. Disponible en: [www.tvlatina.tv/newscurrent.php?filename=disney03237.htm](http://www.tvlatina.tv/newscurrent.php?filename=disney03237.htm)

<sup>64</sup> Datos de Delia Crovi Druetta. "La industria de la TV por cable en México. Antecedentes y perspectivas". En: Delia Crovi (Coordinadora). *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México, UNAM-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1995.

<sup>65</sup> Citado en Delia Crovi Druetta. "Televisión por cable en México: una industria en busca de nuevos rumbos". En: *Comunicación y Sociedad*. Número 35, Enero-Junio de 1999; 133pp.

## 2.2 Servicios debutantes: la nueva explotación de todo el universo radioeléctrico.

La concesión cedida a **Multivisión** es apenas primicia. *“Hasta febrero de 1997, la SCT había otorgado 19 concesiones para operar sistemas de MMDS en la República Mexicana...”*<sup>66</sup> Como aclara la especialista, esta adjudicación se produce *“a petición de parte”*, y después de sostener su solicitud con la información técnica, financiera y comercial, la autoridad establecía un dictamen: favorable en los casos que se hacen públicos; negativo en muchos más que se desconocen. Tal procedimiento se aplicó asimismo en otros segmentos, incluidos dos de comunicación especializada y uno más que libera el uso de la banda en UHF para el servicio de televisión. El panorama se complementa con el surgimiento formal del segmento universal, donde todo cabe: los servicios de valor agregado, cuya contribución principal es que ejemplifican la sinergia funcional entre la informática y las telecomunicaciones.

### 2.21 *El paging: de una vía; bidireccional, e igual desplazado por una tecnología superior.*

En radiocomunicación, desde principios de los noventa se cultivan pues otras experiencias que lograrán equilibrio y solidez, aprovechan la discrecionalidad del Estado para concesionar el espectro radioeléctrico, e incluso sustentan el concurso de los grandes corporativos de la comunicación masiva. La radiolocalización móvil de personas, el *paging*, es una de las primeras opciones que finca un crecimiento sostenido durante la primera fase de la liberalización, y justo para el cambio de signo inicia su declive sin remedio. En 1991 se emiten así ocho concesiones para operar en todo el territorio y para 1995 son 24 ya las autorizaciones otorgadas. Uno de los pocos estudios que dictaminó la situación de algunos servicios de aquella época<sup>67</sup>, arroja un dato que corre paralelo a ese incremento y le otorga significado: entre 1989 y 1994, el número de usuarios creció de los 41 mil que lo aprovechaban en cinco localidades, a 167 mil suscriptores que se registran en el último año, a tiempo que el sistema es operativo ya en 30 ciudades del país.

Entre la lista de los oferentes del servicio desde sus orígenes se encuentra **SkyTel**, que entrelaza inversión de **Televisa**, embarcada ya en una diversificación amplia hacia otros segmentos. La empresa nace desde julio de 1991, como resultado del acuerdo de negocios con la empresa líder en paging nacional de Estados Unidos, **Mobile Telecommunications Inc. (MTEL)**, mediante el cual se integra la compañía mexicana **Comunicaciones Mtel, SA de CV** que maneja el servicio de radiolocalización a escala nacional hasta por un período de 15 años. En 1993, la empresa cubría únicamente 17 ciudades, y nueve años después alcanza 63 ciudades, cubre además a 400

<sup>66</sup> Pilar Sevilla. “Del cable al DTH”. En: Miguel Ángel Sánchez de Armas (Coordinador). *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana. Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación-Televisa; 453pp.

<sup>67</sup> Alfonso de Garay. “Los servicios de valor agregado en México: riesgos y oportunidades”. En: *Red*, Año IV, No. 52, Enero de 1995.

localidades en todo el territorio nacional y mediante los acuerdos de conexión lleva su señal a 19 países de América y a la Cuenca del Pacífico. De acuerdo con su propia información empresarial, *“SkyTel es líder en el mercado nacional con más de 250 mil suscriptores y experimenta un rápido crecimiento gracias a la creación de nuevos productos y servicios. La empresa cuenta con aproximadamente 600 empleados, que conforman un profesional equipo de trabajo”*<sup>68</sup>.

En diciembre de 1998, el servicio rompe la unidireccional del mensaje y desarrolla la función interactiva. Instalada ya la asignación de frecuencias radioeléctricas mediante el procedimiento de subasta que determina la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, Skytel y otros proveedores ganan las frecuencias locales asociadas, y con ello se les faculta para suministrar el servicio en la modalidad bidireccional o de doble vía, esto es, con posibilidad de mensaje de retorno. Con base en la nueva plataforma, es posible desarrollar nuevos servicios de información, cuya oferta se refleja en el crecimiento del número de suscriptores. Desde su debut, el universo de usuarios paging se incrementó año con año y de 53 mil que logra concentrar en 1991 llega a 330 mil cinco años después. Entre 1997 y 1999, trienio donde se refleja el avance tecnológico de la bidireccionalidad, los suscriptores casi se duplican, y pasan de 448 mil registrados en el ejercicio base, a 805 mil para 1999 (**Cuadro 49**). En la funcionalidad que los líderes del sector **Skytel** y **Biper** ofrecen, se cuentan el correo gratuito para recuperar los mensajes electrónicos (**Skymail** en el caso del primer proveedor); recepción transferida de llamadas telefónicas y de celular (**Servicio Premium**); LADA sin costo; programación de envío por horario y grupo; mensajes de prioridad; y recuperación, enrutado y retención de mensajes. Desde luego que las tarifas aplicables varían al contratarse una y otra alternativa.

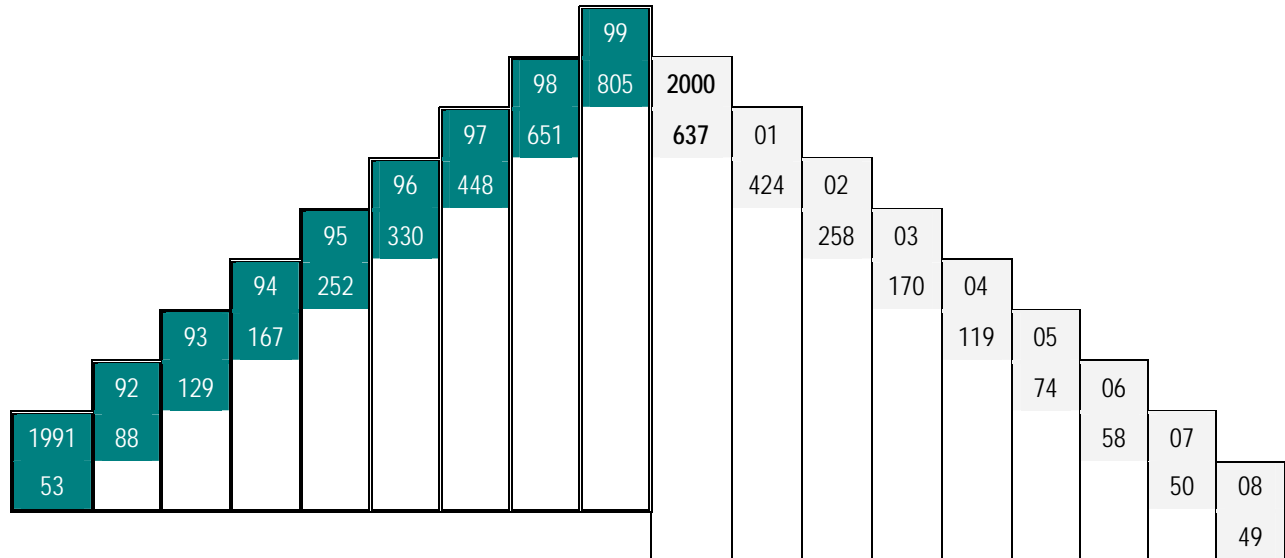
Con el nuevo siglo, despunta el ocaso del servicio y a partir de entonces pierde suscriptores en cada ejercicio. No es casual que en ese declive intervenga el alza de la telefonía celular, y para ese año ésta cocina ya 9 millones de usuarios, 8 de los cuales han contratado el sistema en forma prepagada. Asimismo, influye sin duda que hacia el último trimestre de 1999 se haya acordado la aplicación del esquema *el que llama paga*, que al combinarse con el control del gasto expreso en el prepago derivó en la expansión sostenida del celular y en su imposición como servicio dominante para la comunicación individual. Ello impactó al paging en tanto fue evidente que el usuario prefirió el intercambio oral y el intercambio de mensajes SMS implícitos en la telefonía celular, sobre el texto en pantalla que privilegiaba el paging. No extraña entonces que desde el arribo del año 2000 hasta enero del 2008, el número de usuarios descienda periódicamente, y en el último dato disponible apenas llegue a 49 mil, cifra inferior al registro que ventila **Cofetel** para 1991 como referencia inicial. Según el organismo, la crisis del paging es ostensible en la reducción de suscriptores y asimismo en las inversiones y los ingresos realizados por los operadores. El primer indicador es en extremo representativo: de 72.2 millones de dólares que llegaron al segmento en 1999 para su desarrollo operativo, se reduce hasta únicamente 73 mil 886 dólares, que en el 2005 dedica una sola empresa,

---

<sup>68</sup> Cfr. [www.skytel.com.mx](http://www.skytel.com.mx)

**Cuadro 49**

**Número de suscriptores del servicio de radiolocalización móvil de personas (paging)  
Período 1991-2008. (Miles)**



Fuente: Cofetel. Usuarios de Radiolocalización Móvil de Personas. En: [www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE\\_Usuarios\\_de\\_radiolocalizacion\\_movil\\_de\\_pers2](http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE_Usuarios_de_radiolocalizacion_movil_de_pers2)  
Fecha: 11 de marzo de 2008.

**Skytel** del consorcio. En los mismos años, el renglón de ingresos reproduce la tendencia: mil 419 millones de pesos obtenidos en 1999; 132 al cierre de 2005. La merma en usuarios, capital e ingresos, ha derivado en una alta consolidación de los operadores en tanto únicamente sobreviven los más fuertes y absorben la operación de las firmas más pequeñas. Si se considera la distribución de los ingresos logrados en 2006, se observa que **Skytel** de **Televisa** y **Biper** del **Grupo Salinas** concentran el 76% del total, aunque la firma del consorcio lleva una gran delantera con el 59% (*Cuadro 50*). Tal operación si bien argumenta que los proveedores han ideado otras opciones de valor agregado que corren por la red –en primera instancia, la consulta de información–, es previsible que este dinamismo sea artificial y los oferentes deban reformular su funcionamiento para mantenerse, o bien resignarse a desaparecer.

**Cuadro 50**

<i>Distribución de los ingresos del paging en 2005.</i> (Porcentajes)
--

<i>Empresa:</i>	<i>Ingresos*</i>	<i>(%)</i>
<i>Skytel</i>	<i>78</i>	<i>59</i>
<i>Digitel</i>	<i>23</i>	<i>17</i>
<i>Biper</i>	<i>22</i>	<i>17</i>
<i>Telbip</i>	<i>1</i>	<i>1</i>
<i>Otros</i>	<i>8.1</i>	<i>6</i>

(\*) Millones de pesos a precios corrientes.

Fuente: Investigación directa en la Asociación Mexicana de Concesionarios de Radiolocalización (AMCOR).

### **2.22 El trunking: del servicio para flotillas hasta el dispositivo personalizado.**

La exuberancia de los primeros ocho años del paging se reproduce en el trunking, cuyo debut es paralelo y conoce también una progresión exitosa, que en este caso va a permanecer hasta el 2008. La *radiocomunicación especializada de flotillas*, como se le denomina a su arranque, se echa a andar oficialmente mediante seis empresas que lo suministran como servicio público en 1991. Tres años después son 32 las firmas que ya lo explotan y en el renglón de suscriptores se logra una penetración que en verdad puede calificarse como sobresaliente: de 3 mil abonados que se contabilizan en 1991, se llega a 2 millones 241 mil quinientos hacia enero de 2008 (**Cuadro 51**).

Si bien la expansión del servicio es continua, la acumulación de suscriptores durante sus primeros ocho años de existencia argumenta una tendencia irregular, que demuestra la dificultad de imponerse en el mercado como opción especializada de comunicación. Tal inestabilidad torna más relevante el incremento que se registra a partir del año 2000: de 354 mil usuarios que se contabilizaron entonces, hasta enero del 2008, en cada ejercicio, se adicionan más de 100 mil nuevos clientes a la oferta existente. El informe de **Cofetel** sobre la evolución de las telecomunicaciones del cuarto trimestre del 2007, certifica esa progresión y la califica de sobresaliente con base en dos ópticas complementarias: respecto al servicio en sí, que presenta un desarrollo inusual en relación a su desempeño histórico; y en relación a la dinámica toda del sector, que desde luego resiente también tal dinamismo. *“Este rubro continúa con su fuerte paso gracias a la agresividad de sus paquetes comerciales y al aumento de poblaciones en cobertura nacional*, dice el organismo. *Durante el cuarto trimestre de análisis el número de usuarios de trunking se incrementó 37.4% respecto al mismo periodo de 2006, cifra que representa uno de*



**Cuadro 51**

**Número de suscriptores del servicio trunking. Período 1991-2008.**  
(Miles)

Usuarios		Anuales	Análogos	Digitales	Usuarios		Anuales	Análogos	Digitales
91	3				00	354	136	136	217
92	15	12			01	523	169	122	400
93	30	15			02	638	115	120	517
94	54	24			03	751	113	99	652
95	65	11			04	930	179	99	831
96	89	24			05	1,190	260	83	1,106
97	114	25			06	1,604	414	82	1,281
98	147	33	134	12	07	2,206	602	80	1,604
99	218	71	150	67	08*	2,241	35	79	2,162

(\*) Hasta Enero.

Fuente:

Cofetel. Radiolocalización Especializada de Flotillas. En:

[www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE\\_Usuarios\\_de\\_Radiolocalizacion\\_Especializada\\_d](http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE_Usuarios_de_Radiolocalizacion_Especializada_d)

Fecha: 11 de marzo de 2008.

*los aumentos más grandes de este sector desde hace cinco años. Lo anterior ayudó a que el citado sector repuntara 37.6% anual durante los doce meses de 2007. Al cierre de diciembre, el total de usuarios fue de 2 millones 207 mil<sup>69</sup>.* Lo que el reporte no divulga es el alto grado de concentración que caracteriza a la estructura de mercado del trunking. En la práctica, los indicadores básicos del servicio efectivamente pueden interpretarse como las estadísticas propias del desempeño del jugador principal, **Nextel de México**, que aparece en el escenario justo cuando el servicio inicia el despegue que se ha enfatizado. Por ello, la cronología del trunking es en mucho el recuento de la expansión y la oferta de **Nextel**, filial de la matriz estadounidense del mismo nombre y también presente en los mercados de Brasil, Argentina, Chile y Perú.

En el escenario mexicano, el grupo inversionista al que pertenece la empresa aparece desde la década de los noventa. *“La historia de Nextel en el mercado de las radiocomunicaciones en el país*, señala al respecto un folleto descriptivo sobre la compañía, *se consolida con la adquisición de la Corporación Mobilcom en 1996. Este fue el primer paso que demostraba el interés del grupo por la industria. Una de las comercializadoras de*

<sup>69</sup> Cofetel. Índice de producción del Sector Telecomunicaciones. Cuarto trimestre de 2007. En: [http://www.cft.gob.mx/cofetel/itel/ITEL\\_07\\_IV\\_TRIMESTRE.pps](http://www.cft.gob.mx/cofetel/itel/ITEL_07_IV_TRIMESTRE.pps) Fecha: 12 de octubre de 2007.

*Mobilcom es Tricom Networks SA de CV. Tricom inició sus operaciones comerciales en la Ciudad de México en 1994. Desde entonces, encabezó el mercado nacional al ser el primer concesionario del país en ofrecer un sistema de radiocomunicación tipo móvil especializado en flotillas (trunking)*<sup>70</sup>. Las dos empresas que se señalan fueron firmas pioneras en la provisión del servicio y obtuvieron la autorización para explotar el mercado hacia fines de los ochenta. La acción de 1996 que se relata es una más en la lista de empalmes y sinergias de larga data entre las dos instancias empresariales. Por lo menos desde 1994, **Mobilcom** conjunta en su estructura a capitales distintos, si bien siempre minoritarios respecto a la propiedad nacional. Hasta fines de 1995, el reporte a la autoridad bursátil estadounidense que somete la empresa **International Wireless Communications** enfatiza por ejemplo su participación en la compañía mexicana con el 2.2% de su capital social, y detalla que sus socios de entonces en la instancia mexicana eran **Grupo Comunicaciones San Luis** –operador de sistemas privados de radio desde los setenta y propiedad del **Grupo Valladares**, con intereses en radiodifusión; edición de periódicos; en la industria acerera; la construcción y también en la agroindustria- y la misma **Nextel**, calificada a la época como uno de los principales operadores de sistemas especializados en radiocomunicación móvil de todo el mundo. El informe acota que **Mobilcom** comenzó su operación comercial desde 1993 con una licencia que le permitía prestar el servicio en las ciudades del nordeste de México y en el *triángulo de cristal*. *“Hasta diciembre de 1994, finaliza, Mobilcom prestaba servicio a por lo menos 28 mil usuarios”*<sup>71</sup>

La necesidad de obtener recursos frescos y nueva tecnología que perfeccione el suministro, fueron requerimientos que influyeron en la profundización de la simbiosis entre las dos compañías. Los cambios introducidos en la reglamentación de la inversión extranjera de 1993, amparan ese arbitraje y para marzo de 1995 la firma estadounidense consolida una inversión fresca de 15 millones de dólares con préstamos ya efectuados por 107.5 millones de dólares más, y logra el 18% de la propiedad de **Mobilcom**. **Nextel** igual negocia la opción de aumentar sus inversiones hasta el 40% en un período de tres años, diligencia que las dos partes involucradas contextualizan en el escenario de la cooperación técnica y comercial producto de la firma del **TLC** entre sus países de origen. *“Este es el primer paso de nuestra visión para crear un enorme sistema digital de comunicación inalámbrica entre América del Norte”*, plantea entusiasta el presidente de **Nextel**. *“Estamos convencidos de que esta transacción y otras que tenemos en camino contribuirán en la modernización del sistema de telecomunicaciones de México”*, complementa su par de la firma nativa con el mismo fervor<sup>72</sup>. Las cortesías de la relación continúan por los tres años previstos y el aumento de la participación del corporativo norteamericano se genera y forma parte de las referencias que el informe de la **Cepal** de 1998 consigna a detalle. Así, en el rubro de adquisición de empresas

<sup>70</sup> Ver: [www.nextel.com](http://www.nextel.com).

<sup>71</sup> Cfr. SecInfo. International Wireless Communications Holding Inc. Form 10-K405. 31 de diciembre de 1995. EN [http://pro.edgar-online.com/profile.aspx?CompanyID=299597#s=1-25-ctI00\\_cphColRight\\_ctI00\\_divProfFillings](http://pro.edgar-online.com/profile.aspx?CompanyID=299597#s=1-25-ctI00_cphColRight_ctI00_divProfFillings) Fecha: 10 de agosto de 2006.

<sup>72</sup> ----- “Nextel closes Mobilcom transaction”. En: *Business Wire*, 2 de marzo de 1995.

nacionales por compañías extranjeras, se establece la compra del 77% de su capital social por **Nextel Communications**, quien dedica 54 millones de dólares al movimiento<sup>73</sup>. Como primer resultado del nuevo empalme se generan dos movimientos precisos. Primeramente, en información que reseña el **Business Wire**<sup>74</sup> de septiembre de 1997, se hace público el pedido que **Motorola Land Mobile Products** ha recibido de **Corporación Mobilcom** para construir una red en la tecnología propietaria **IDEN**, que habrá de dedicarse a la ciudad capital y cuyo costo aproximado es de 40 millones de dólares. La nota señala que la firma compradora es propiedad mayoritaria de **Nextel International Inc.** *“Se espera que la red inicie operaciones durante 1998*, complementa, para enseguida destacar la reflexión de un alto funcionario de la trasnacional: *“la ciudad de México es la llave en el plan de mercado de Nextel para desarrollar un sistema de comunicación inalámbrico de alta calidad, cuyo propósito sea dar servicio al conjunto de Latinoamérica y también para el norte del continente”*. La segunda diligencia es coherente con la lógica planteada y viene a resumir todas las acciones efectuadas: en 1988, con la designación **Nextel de México, SA de CV**, la compañía se establece oficialmente en el territorio nacional.

Las referencias a la implantación definitiva de la firma en el mercado mexicano; a su selección tecnológica, y a la declaratoria de los afanes por internacionalizar su propuesta de comunicación, integran la tercia de particularidades que en mucho ha definido el devenir del trunking y de su protagonista principal. La residencia física le otorga seguridad jurídica para operar, y al fusionar ese blindaje con la ventaja que le confiere el uso del formato digital en su plataforma de servicio, se deriva la expansión sostenida de la firma a partir de la compra y asimilación de compañías locales que mantienen el sistema analógico y por tanto carecen de la fortaleza económica-productiva para oponerse a la superioridad tecnológica patente en **Nextel**. Si a ello se suma la inyección de recursos económicos en la operación local, proceso que es constante por más de cinco años, es claro que la firma norteamericana termina por imponer su cúmulo de preeminencias y progresivamente se anida en todo el país. Testimonio de ello son los dictámenes que la propia **Comisión Federal de Competencia** ha establecido al permitir la expansión del consorcio. En febrero de 1997, por ejemplo, ratifica su decisión de octubre de 1996 y al condicionar la compra por **Mobilcom** de las empresas subsidiarias de **Radio Cel** proveedoras del servicio trunking, impone requisitos que no cuestionan la evidente concentración propuesta, sino incluso la favorecen. Tal fue el caso de la única reserva que se impuso para cobijar la fusión y el uso del nuevo esquema tecnológico que estaba implícito en la misma: tanto **Mobilcom** como **Radio Cel** quedaron obligadas a instalar y mantener canales analógicos de respaldo hasta por un período de 18 meses, con el propósito de que los usuarios no fueran perjudicados durante la transición hacia el sistema digital<sup>75</sup>. Más tarde, primero en diciembre del 2001 y después en junio del año siguiente, tampoco manifiesta reparo alguno

<sup>73</sup> Cepal. *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe. Informe 1998*. Santiago de Chile, Cepal, 1999; 81pp.

<sup>74</sup> ---- “Motorola signs contract to build iDEN communications system for Mobilcom in Mexico City”. En: **Business Wire**, 25 de septiembre de 1997.

<sup>75</sup> Comisión Federal de Competencia. *Comunicado de Prensa sobre la compra de Radio Cel por Mobilcom*. 12 de febrero de 1997.

para que Nextel de México desahogue su estrategia económica de crecimiento en el país y adquiera las *“concesiones para instalar, operar y explotar una red pública del servicio móvil de radiocomunicación especializada en flotillas (trunking), propiedad de las empresas particulares Telecomunicaciones Móviles de México, SA de CV (Telemóvil) y de Radiocom del Pacífico, SA de CV (Radiocom)”*<sup>76</sup>. Con éstas y otras adquisiciones que se llevan a cabo constantemente a partir de 1998<sup>77</sup>, el corporativo logra presencia en 29 ciudades de la República. Su oferta tecnológica tiene la ventaja de adjuntar una funcionalidad similar a la de otros sistemas móviles con la rapidez de la comunicación entre usuarios que comparten la frecuencia asignada, principal característica técnica del trunking. De esta forma, el estándar iDEN que impone en todo el país e incluso en el continente, entrelaza su plataforma digital de modalidad inalámbrica con un sistema de comunicación de dos vías, interactivo desde luego, que se destaca por la facilidad de acceso y la velocidad de la respuesta. Suma a la vez la capacidad de manejar mensajes de texto -semejante a la que proporciona el paging-; de interconexión con la red telefónica pública conmutada, y de transmitir datos, incluida la conexión a Internet. Y todo ello en un solo dispositivo que cabe en el bolsillo.

Los provechos de la tecnología se cosechan en la estructura de mercado del servicio. Por mucho, Nextel es el jugador dominante. En el 2005, concentra el 97.3% de los ingresos logrados, y el segundo lugar, Servicios Troncalizados, logra apenas el .79% del total (*Cuadro 52*). Otros jugadores registran porcentajes menores aún y un monto de 82 millones de pesos se divide en trece empresas que han explotado regiones geográficas sin interés económico para el dominante. En cuanto a inversiones y usuarios se presenta la misma condición. Conforme a la información de Cofetel, Nextel monopoliza el 99 y 95% respectivamente en ambos renglones. La misma fuente establece así lo obvio: *“con base en los datos de ingresos 2005, dice, el índice Herfindahl del sector se calcula en 9,480 puntos, más del doble de lo alcanzado en paging, una industria catalogada con concentración de mercado”*<sup>78</sup> (*Recuadro 53*). Paging y trunking encuentran pues un motivo de identificación.

---

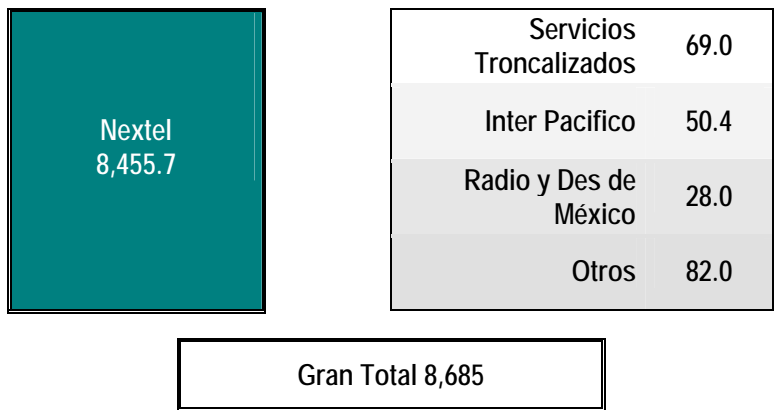
<sup>76</sup> Comisión Federal de Competencia. *Resolución RA-16-2002 Posible existencia de concentración prohibida entre Nextel de México SA de CV; Telecomunicaciones Móviles de México, SA de CV y Radiocom del Pacífico, SA de CV*. 6 de junio de 2002.

<sup>77</sup> Que por lo menos incluye a las empresas siguientes: Internacional Lamothe, SA de CV; Deltacom, SA de CV; Servicios Troncalizados de Occidente, SA de CV; Comintermex, SA de CV; Infra Móvil, SA de CV; Radiocom del Pacífico, SA de CV; Telecomunicaciones Móviles de México, SA de CV; Portacom de Monterrey, SA de CV; FM-500, SA de CV y Delta Comunicaciones Digitales, SA de CV.

<sup>78</sup> La cita se toma de Cofetel. *Estudio sobre la competencia de los mercados de servicios de telecomunicaciones*. Mimeo, Octubre de 2007

**Cuadro 52**

**Distribución de los ingresos del servicio trunking en 2005**  
(Cifras en millones de pesos a precios corrientes)



Fuente: Cofetel. *Estudio sobre la competencia de los mercados de servicios de telecomunicaciones*. Mimeo, Octubre de 2007.

**Recuadro 53. Índice Herfindahl**

El Índice Herfindahl es una medida comúnmente aceptada para estimar concentraciones económico-financieras, y se calcula ajustando la cuota de mercado de cada empresa que compite. El número de HHI puede extenderse de cerca de cero a 10.000. Cuanto más cercano un mercado está a ser un monopolio, la concentración es más alta y es más baja cuando es más competitivo. Si, por ejemplo, hubiera solamente una empresa en una industria, que tiene una cuota de mercado del 100%, el índice igualaría a 10.000, indicando un monopolio. Tomado de: ÍNDICE HERFINDAHL - HIRSCHMAN (HHI). En: [www.superhid.gov.bo/public/IndiceHH.pdf](http://www.superhid.gov.bo/public/IndiceHH.pdf) Fecha: 12 de agosto de 2007.

**2.23 El valor agregado: la selección natural que concluye en la red de redes.**

También los servicios de valor agregado logran propagarse después de inaugurada la liberalización. Al calificar su crecimiento ya en 1996, la autoridad regulatoria otorga un peso fundamental a dos vectores: la desregulación promovida por el TLC y por la **Ley de Telecomunicaciones**, que ha simplificado su implantación al sólo exigir su registro; y el establecimiento de infraestructura suficiente y de calidad por parte de los titulares de las redes públicas, lo que ha perfeccionó la base técnica para el suministro del valor agregado.

No obstante tales vectores de despliegue, la estabilidad y permanencia de los servicios son cuestionadas de manera constante por el avance tecnológico de todo el sector, que impugna su pertinencia y provoca en no pocos casos que varios de ellos se tornen obsoletos, sin haber logrado siquiera una expresión suficiente. El *procesamiento y la consulta remota de datos*; el *tele y videotexto*; el *correo electrónico* o el *audiotexto*, concurren en su momento en el mercado y al no generar una demanda solvente, estable, fueron superados por otras opciones de mayor versatilidad y fortaleza tecnológica, que se traduce en un menor precio. El **Cuadro 54** expone la progresión que tuvieron algunos de los servicios de valor agregado más conocidos. Como es evidente, buena parte de ellos han liquidado su oferta.

La contraparte de los servicios que desaparecen es la conexión a la red de redes. Incluso, su emergencia como infraestructura protagonista en la consulta de datos y de información implicó el desplazamiento de algunos de los más extendidos, como el correo electrónico. *“El acceso a Internet –establece Cofetel en su primer informe de labores- es uno de los servicios de valor agregado de mayor impacto. El alto número de constancias que se entregaron para prestar este servicio indica que actualmente existe un enorme interés en el país por establecer proveedores de acceso a Internet, como consecuencia de una demanda todavía insatisfecha y creciente de conexión a la Red por parte de la población y un uso más intensivo de la misma. Asimismo, la forma en la que se provee el acceso a Internet está evolucionando”*<sup>79</sup>. Los datos de base que acompañan la declaración son claramente indicativos de las formas predominantes de conexión, que se centralizaban en el dial-up telefónico y la línea dedicada. El **Cuadro 55** enseña esa supremacía, y muestra también que el comercio y el contratante residencial eran los suscriptores principales.

Las dos tendencias que según el regulador pintan al segmento son persistentes. Hasta mediados del 2007: el total de constancias emitidas llega a 874, de las cuales más de la mitad, 525, *corresponden a proveedores ISP* (Internet Service Provider). Este avance significa un crecimiento de triple dígito en cuanto al registro de 1998, 354%. Los 349 permisos que completan el global comprenden varias opciones, aunque despunta en predominio de una sola: el servicio designado como *asociado al telefónico*, que en la estadística de 1991 a 1998 fue tan insignificante que su contabilidad se adicionó en el renglón de *Otros*, representa ahora el segundo segmento cuantitativo en tanto absorbe todas las alternativas de valor agregado que se canalizan por la vía celular, desde *ring tones* hasta el despliegue de fotografías o el trazado de rutas de tránsito vehicular a partir de los datos de localización *Gps*. El valor, el trabajo inmaterial y los agentes productivos se acumulan en estas aplicaciones, cada vez más variadas y cada vez más sesgadas a una sola clasificación: servicios lúdicos; servicios de entretenimiento.

---

<sup>79</sup> Cofetel. *Primer Informe Anual 1996-97*. México, Cofetel, 1998; 37pp.

Cuadro 54

**Permisos otorgados para la prestación de servicios de valor agregado.  
Período 1991-1998**

Años	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Total
Facsímil		74		85					
Procesamiento remoto de datos	13	13	11	14	6	16	17	24	63
Consulta remota a bases de datos	11	17	21	30	39	55	28	31	153
Correo electrónico	3	8	17	23	39	55	33	39	166
Intercambio electrónico de datos					12	26	24	25	87
Teletexto	3	3	3	3	1	1	1	9	12
Videotexto			3	4	3	1	2	10	16
Acceso a Internet					23	45	26	54	148
Audiotexto			1	12	35	15	9	22	81
Correo de voz					7	18	15	28	68
Otros		3	6	15	1	13	3	5	22

Fuente: Hasta 1994, elaboración propia con base en investigación directa. De 1995 a 1998, datos de Cofetel. *Primer Informe Anual 1996-97*. México, Cofetel, 1998; 54pp.

Cuadro 55

**Número y suscriptores por actividad del servicio de acceso a Internet en 1996.**

	Dial-up	Línea dedicada	Total
Residencial	67,004		67,004
Gobierno	6,889	4,005	10,894
Educación	12,461	94,875	118,336
Comercial	107,725	99,143	207,138
<b>TOTAL</b>	<b>206,079</b>	<b>198,293</b>	<b>403,372</b>

Fuente: Tomado de: Cofetel. *Primer Informe Anual 1996-97*. México, Cofetel, 1998; 37pp.

Las dos tendencias que según el regulador pintan al segmento son persistentes. Hasta mediados del 2007: el total de constancias emitidas llega a 874, de las cuales más de la mitad, 525, *corresponden a proveedores ISP* (Internet Service Provider). Este avance significa un crecimiento de triple dígito en cuanto al registro de 1998, 354%. Los 349 permisos que completan el global comprenden varias opciones, aunque despunta en predominio de una sola: el servicio designado como *asociado al telefónico*, que en la estadística de 1991 a 1998 fue tan insignificante que su contabilidad se adicionó en el renglón de *Otros*, representa ahora el segundo segmento cuantitativo en tanto absorbe todas las alternativas de valor agregado que se canalizan por la vía celular, desde *ring tones* hasta el despliegue de fotografías o el trazado de rutas de tránsito vehicular a partir de los datos de localización *Gps*. El valor, el trabajo inmaterial y los agentes productivos se acumulan en estas aplicaciones, cada vez más variadas y cada vez más sesgadas a una sola clasificación: servicios lúdicos; servicios de entretenimiento.

Y asimismo la consulta y acopio de información que se logra vía celular remite a la segunda tendencia relevante: la multiplicidad de las plataformas técnicas de conexión a la red, que refieren a las primeras manifestaciones de la convergencia tecnológica y las economías de red. Centrada en sus comienzos en la línea telefónica habilitada para lograrla, o bien con esa única función, el acceso y el enlace a Internet registra una primera diversificación hacia 1998, cuando se autoriza a las redes de televisión por cable a agregar el servicio de enchufe a Internet a su prestación original. El recambio que simplemente reconoce la capacidad técnica de la conexión en casa, va más allá de una simple suma porque supone la refocalización de todo el segmento de los cableros: si bien fueron concesionarios de una red pública de telecomunicaciones con aplicación en el servicio de televisión restringida, con el cambio se les considera ahora como titulares de una infraestructura capaz de suministrar cualquier señal, cualquier aplicación cifrada en el formato digital. Y si ha de juzgarse esta funcionalidad bajo el lugar común que describe a la convergencia, la autorización no es más que un doble play provisional, cocinado en la protección que se le dedica al monopolio telefónico.

Casi desde el momento mismo de generarse, la autorización para el concesionario de la TV por cable se aplica en 16 ocasiones y otros tantos prestadores se identifican ya como proveedores ISP. A ellos va a incorporarse otro protagonista que después habrá de tomar relevancia como el operador de la red troncal del sistema e-México: en 1998, se concede a la empresa **Interdirec** –contracción justo de *Internet Directo*– el registro del primer servicio de acceso a Internet vía satélite, el cual utiliza señales restringidas digitalizadas que se transmiten a través del sistema doméstico directamente al hogar del suscriptor.



### 2.24 Canal 40 y el uso comercial de la banda UHF.

Como divisa de la apertura controlada que llega con la liberalización, es sintomático también el resurgimiento del promotor del fallido teletexto de 1987. En efecto, después de aquella oportunidad perdida, los capitalistas involucrados fundan la firma **Corporación de Noticias e Información**, dedicada a obtener, reunir y obtener datos y materiales para generar programas de radio y televisión sobre temas diversas, aunque con predominio de la información económica. A partir de esta experiencia, y con base también en las relaciones personales de sus propietarios con los cuadros superiores del Poder Ejecutivo, originan la compañía **Televisora del Valle de México, SA de CV**, que obtiene en septiembre de 1991 la concesión para explotar una frecuencia en UHF, el **Canal 40**, que recibe las siglas **XHEXI-TV**. La señal se sintoniza por primera vez a fines de 1994, y desde ese tiempo hasta su desaparición por el conflicto contractual con **TV Azteca**, mantuvo una orientación noticiosa e informativa. La única explicación posible de su aparición es la gran discrecionalidad que nadie cuestiona en el área de radio y televisión. Después de todo, como rezaba la estrategia de liberalización, en los servicios que aprovechaban directamente el espectro radioeléctrico, el Estado mantenía el poder de la asignación. Y el monopolio de dos estribos continuaba en vigencia plena.

### 3. El caso Telecomm o la efímera travesía del proveedor paraestatal

En un primer momento, pareció que los ánimos de apertura e impulso que la Administración Pública Federal disponía para el surgimiento del conjunto completo de los servicios de telecomunicaciones, igual contagiaban la reestructuración orgánica de las agencias propias. La formación de **Telecomm**, y sobre todo las funciones que se le encomiendan apenas se configura en el mismo noviembre de 1989, sugerían que el gobierno buscaba conformar a dos grandes entidades de servicio que cristalizaran la competencia a partir de dos esferas distintas e inclusive opuestas: la privada, en tanto se había anunciado ya la desincorporación de **Telmex** y se evaluaba el esquema más propicio para desahogarla; y el público, con **Telecomm** a la cabeza y sus infraestructuras de transporte como brazos operativos. Tal dictamen no era una inferencia exagerada o fuera de lugar. La firma especializada en estudios de mercado de alcance mundial, **Pyramid Research, Inc**, consideró entonces que la praxis del Ejecutivo en el tema tenía ese sentido y como tal la reportó en su informe sobre la estrategia de México en telecomunicaciones... *“Transformación Regulatoria* -titula en el sumario inicial de su documento de 190 páginas- *Aunque la incertidumbre respecto a lo que habrá de suceder nubla el papel de la entidad recién creada Telecomm, es claro que su formación establece a un competidor firme en el monopolio que ejerce Telmex... [...]... Las dos entidades se están involucrando en el territorio que explota el contrario. Telecomm hacia la provisión de servicios al usuario final, y Telmex hacia el transporte satelital y los servicios de datos. Ambos han iniciado*

*la instalación de amplias plataformas de transmisión y de redes avanzadas para el servicio de las corporaciones y de los usuarios en general. Pero el ingreso definitivo de Telecomm en el mercado de la conducción telefónica de larga distancia y el de Telmex en el respectivo a los servicios de valor agregado sólo aguarda la definición tarifaria, labor que debe desahogar el gobierno*<sup>80</sup>

La deducción de la consultora se desprendía de los términos definidos para el nuevo organismo descentralizado, **Telecomm**, claramente explícitos en el Decreto que lo origina (**Recuadro 56**). Articuladas en el discurso de modernización que tenía la retórica oficial, surgían tres premisas básicas que determinaban el desempeño futuro de la nueva instancia estatal; así se precisaba...

- i) La *separación de las funciones de regulación de las referentes al suministro (Considerando QUINTO)*. La segregación se producía como elemento vital en la modernización jurídica del sector (*Considerando SEGUNDO*) y respondía a la búsqueda de mecanismos ágiles y oportunos para la prestación de los servicios, condición fundamental para el desarrollo del país (*Considerando PRIMERO*).
- ii) La participación de la nueva entidad como *infraestructura de transporte de señales en lo general y con posibilidad de proporcionar servicio al usuario final*. La **fracción III del Artículo 3º** establecía esa función, misma que había de concretarse mediante tres infraestructuras que el organismo debía operar: la satelital, mediante el sistema doméstico; la de microondas, única que se había modernizado durante la crisis 1982-88, y una más de fibra óptica, que habría de implementarse. La combinación de estas plataformas aseguraba una oferta integral y versátil, que además complementaba la provisión de servicios directos por suscripción, como el télex y los tres clasificados en la transmisión de datos, que continuarían bajo la responsabilidad del organismo.
- iii) La posibilidad de articular las infraestructuras propias con las facilidades de terceros, nacionales o foráneos, para el suministro de servicios (**Fracción VI del Artículo 3º**). Ello permitiría que **Telecomm** se definiera como empresa de telecomunicaciones con la posibilidad de prestar cualquier servicio, *todos los que la tecnología y el rendimiento económico permitieran*.

Por nueve meses, y sólo en el papel, **Telecomm** fue rival potencial de **Telmex**. Si bien buscó repetir el esquema de servicio inaugurado en enero para los hoteles, no logra concretar alternativa alguna y se instala un impasse que va a resolverse hasta fines de octubre de 1990. Igual con un Decreto Presidencial claramente armado con vistas al movimiento que concluiría en diciembre, la venta de la telefónica, se aclara al fin el devenir del organismo. El

---

<sup>80</sup> Pyramid Research. *Mexico's telecomm strategy*. Cambridge, MA; Pyramid Research Inc., Marzo de 1990; 1pp.

**Recuadro 56. Modificación al Decreto de Creación de TELECOMM**

**Decreto por el que se modifica la denominación del organismo descentralizado Telégrafos Nacionales y se reforman los Artículos 1o., 3o., 4o. y 15 del Decreto por el que se crea dicho organismo, publicado el 20 de agosto de 1986.**

PRIMERO.- Que las telecomunicaciones constituyen una infraestructura básica para impulsar la modernización del país, favorecer su integración y facilitar un desarrollo social y regional más equilibrado.

SEGUNDO.- Que dentro de la política de comunicaciones y transportes contenida en el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, se señala la necesidad de modernizar a las telecomunicaciones, para lo cual el Estado, por un lado, ejercerá la rectoría en la materia y por el otro, inducirá su desarrollo con una mayor participación de los particulares.

TERCERO.- Que los Artículos 25 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 11 de la Ley de Vías Generales de Comunicación consideran como actividad reservada en forma exclusiva al Estado, entre otros, la prestación de los servicios públicos de telégrafos y radiotelegrafía.

CUARTO.- Que Telégrafos Nacionales es un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, creado por Decreto Presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de agosto de 1986, con el objeto principal de prestar el servicio público de telégrafos.

QUINTO.- Que en el marco de modernización administrativa, se hace necesario que una red básica de conducción de señales de voz sonido datos imagen y televisión a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se administre en forma descentralizada por el Estado, separando así la función de autoridad, de la prestación de servicios.

SEXTO.- Que la mencionada descentralización puede llevarse a cabo aprovechando la actual estructura del organismo descentralizado Telégrafos Nacionales, lo cual facilitará la modernización y redimensionamiento del servicio público de telégrafos, así como la prestación de los servicios de conducción de señales sin necesidad de crear una nueva entidad a fin de propiciar ahorros en el gasto y facilitar la autosuficiencia financiera del organismo.

SEPTIMO.- Que para alcanzar tales objetivos, es menester transformar al actual organismo Telégrafos Nacionales, ampliar su ámbito de competencia y como consecuencia cambiar su denominación; he tenido a bien dictar el siguiente

**DECRETO**

ARTICULO UNICO.- Se modifica la denominación del organismo descentralizado Telégrafos Nacionales y se reforman los Artículos 1o, 3o, 4o y 15 del Decreto por el que se crea dicho organismo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de agosto de 1986 para quedar como sigue:

ARTICULO 1o.- Telecomunicaciones de México es un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios, cuyo objeto principal es la prestación del servicio público de telégrafos y los de telecomunicaciones así como los de carácter prioritario que se encuentren directamente relacionados con ellos.

ARTICULO 3o.- Telecomunicaciones de México tendrá las siguientes funciones:

- I. Proporcionar los servicios públicos de telégrafos, giros telegráficos y télex, así como instalar y conservar su infraestructura.
- II. Instalar, conservar operar y explotar una red básica para servicios de conducción de señales de voz, sonido, datos, textos, imagen y televisión, por medio de estaciones terrenas y un sistema de radiocomunicación satelital, así como una red de microondas y fibras ópticas.
- III. Fomentar servicios de telecomunicaciones mediante la participación temporal minoritaria en el capital social de sociedades mercantiles.
- IV. Asesorar a los gobiernos estatales y a las dependencias y entidades del Gobierno Federal en materia de sistemas de telecomunicaciones.
- V. Programar, ajustándose a los programas sectoriales respectivos, organizar, operar y controlar la prestación del servicio de telégrafos y diversos a su cargo, que se encuentren establecidos en las leyes y convenios internacionales vigentes, así como en el presente Decreto.
- VI. Establecer la interconexión de sistemas de telecomunicaciones a su cargo con otros de entidades o empresas nacionales o extranjeras, así como combinar sus servicios, atendiendo a las bases que fije la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

En: *Diario Oficial de la Federación*, 17 de noviembre de 1989.

considerando Tercero de la nueva disposición es sustantiva porque redefine la vocación que según el discurso habrá de cultivar Telecomm. *“Que a fin de que los pequeños y medianos empresarios, así como los artesanos de escasos recursos puedan tener fácil acceso a los adelantos tecnológicos habidos en las telecomunicaciones, asienta y establece, es conveniente precisar las actividades del organismo descentralizado Telecomunicaciones de México...”*<sup>81</sup> La rectificación cercena las funciones que se habían establecido, y con ello limita su protagonismo en los segmentos que la unidad había ganado ya en el suministro de servicios terminales: si bien ahora mantiene la oferta telegráfica, únicamente se le faculta para transportar señales de terceros. Y ello desde el mismo Artículo primicia, que rectifica la redacción original promulgada en noviembre... **ARTÍCULO 1º.- Telecomunicaciones de México es un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuyo objeto principal es la prestación del servicio público de telégrafos, RADIOTELEGRAFIA Y LA COMUNICACIÓN VIA SATÉLITE y los de TELECOMUNICACIÓN QUE EXPRESAMENTE SE SEÑALAN EN EL ARTÍCULO TERCERO, así como los de carácter prioritario QUE EN SU CASO LE ENCOMIENDE EL EJECUTIVO FEDERAL.**

<sup>81</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Decreto por el que se reforman los artículos 1o. y 3o, fracciones I, II y VII y se deroga lo fracción III del artículo 3o. del Decreto que creó el organismo descentralizado Telecomunicaciones de México.* En: *Diario Oficial de la Federación*, 29 de octubre de 1990. Todas las citas se toman de esa fuente.

La referencia explícita al Artículo 3º plantea el parteaguas respecto a las funciones primeras. De inicio, el dictado genérico *“Telecomunicaciones de México tendrá las siguientes funciones”*, confina las alternativas de servicio a únicamente cinco, para los cuales ni siquiera se plantea la posibilidad de instalar una red que los sustente. De esta forma, la Fracción I demarca como funciones el *“proporcionar los servicios públicos de telégrafos, giros, télex, TELEFAX, CORREO ELECTRÓNICO, así como ESTABLECER y conservar su infraestructura”*, y la Fracción II amolda el soporte estructural de la oferta del organismo, ya claramente reducida a la red satelital y al servicio de conducción de señales que siempre ha tenido. *“Instalar, conservar, operar y explotar una red de ESTACIONES TERRENAS Y UN SISTEMA DE RADIOCOMUNICACIÓN SATELITAL, se ordena entonces, PARA PRESTAR SERVICIOS PÚBLICOS DE CONDUCCIÓN DE SEÑALES POR SATÉLITE Y ARRENDAR SERVICIOS DEDICADOS PARA REDES PRIVADAS POR SATÉLITE, LO QUE NO COMPRENDE EL SERVICIO PÚBLICO DE TELEFONÍA BÁSICA DE LARGA DISTANCIA”*. La última consideración borra de tajo aquella expectativa doble que percibía Pyramid y que en efecto se validó durante algunos meses por el único instrumento legal disponible. Más aún, para cerrar el expediente de Telecomm como proveedor de servicios, la red de microondas que instaló y manejó desde los cincuenta pasa a engrosar el paquete de provechos que se ofrecerá a los postores de Telmex. Si en algún momento de la historia de la red se planteó discrepancia entre la telefónica y la DGT por el tendido y la propiedad de la infraestructura, para el segundo semestre de 1990 ese traslado a rajatabla resuelve al fin el dilema. Por último, y no por ello menos significativo, la Fracción III de Artículo Tercero, que otorgaba a Telecomm la función de *“fomentar servicios de telecomunicaciones mediante la participación temporal minoritaria en el capital social de sociedades mercantiles”*, es también derogada: el organismo únicamente puede desempeñarse como carrier, dicta contundente la consigna gubernamental, y por lo mismo carece de facultad para involucrarse en tema alguno que pueda violentar la prioridad de entonces del régimen, la venta del monopolio telefónico.

El trato dispensado a Telecomm y la especificidad de funciones que aquel le impuso, no fueron sin embargo excepcionales. En el mismo *Diario Oficial* que replantea las funciones del organismo se promulga el **Reglamento de Telecomunicaciones**, cuyo objeto conforme establece su Artículo originario es el *“regular la instalación; establecimiento; mantenimiento; operación y explotación de redes de telecomunicación que constituyan vías generales de comunicación y los servicios que en ellas se prestan, así como sus servicios auxiliares y conexos”*<sup>82</sup>. El nuevo mandamiento insiste en fragmentar y dividir, y formaliza toda una categorización que define en lo particular redes y servicios. Precisa términos, condiciones, y si bien en el papel fomenta la liberalización del sector, su dicho no puede extraerse del contexto económico y político en el que se produce, y tal y como funciona el acotamiento de Telecomm, la segmentación de redes y de servicios privilegiada encuentra sentido y razón de ser en la supresión de la competencia real, posible y potencial al operador telefónico. El cuidado que se dispensó al proceso de desincorporación; la lista de beneficios que se armó para el comprador, y el afán de proteger a la empresa que

<sup>82</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Reglamento de telecomunicaciones*. En: *Diario Oficial de la Federación*, 29 de octubre de 1990.

surgiría, fueron el escenario en el que se designaron los papeles de los protagonistas restantes. Y en el caso de **Telecomm**, donde se determina que su labor después de 1990 es como simple flete satelital, que alquila sus facilidades para que otros obtengan valor.

### 3.1 La desregulación del segmento terrestre de la comunicación satelital y la explosión de las redes privadas.

El quehacer exclusivo de **Telecomm** como proveedor satelital encuentra complemento en las particularidades que toma la explotación del segmento terrestre. Hasta principios de 1989, aquel usuario que deseara habilitar una estación terrena para servicio doméstico debía entregar al Estado la propiedad de la instalación. En marzo de 1989 esta disposición se elimina y a partir de entonces las empresas privadas pueden instalar estaciones propias para enlaces terrestres nacionales conforme a sus intereses y requerimientos particulares. Para la conexión definitiva, únicamente solicitan el servicio de **Telecomm** para subir sus señales al satélite en la capacidad, configuración y velocidad que deseen. La disposición se ratifica después con la publicación del **Reglamento de Telecomunicaciones**, que norma la intervención de los particulares en la operación de estaciones terrenas y establece como condición que su uso sea privado y sin fines de lucro. Tal es el caso de las antenas parabólicas, que incluso ya no requieren autorización de la **SCT** para su aprovechamiento. Un segundo requisito que se mantiene es la homologación de los equipos a instalar, para mantener la uniformidad y compatibilidad técnica de los sistemas operativos y garantizar la operatividad de la red.

Con la desregulación del segmento de estaciones terrenas, se produce un sobresaliente crecimiento en la instalación y operación de redes privadas vía satélite. De apenas 17 sistemas existentes en 1989, se evoluciona así hasta 208 que son operativos en 1993, a tiempo que el porcentaje de ocupación de la capacidad dedicada a la transmisión de datos en los satélites domésticos **Morelos I** y **II**, se incrementa de sólo el 48% registrado en 1989 para el primer satélite, al 100% para ambos a fines de 1992. Los usuarios que explotan el sistema son instituciones de Gobierno; empresas financieras, manufactureras, comerciales y de servicios. Tales redes operaban en las dos bandas disponibles, "C" y "Ku".

En el papel, el cambio reglamentario y la explosión operativa posterior no eliminaban la oferta pública. En teoría también, ya sin las ataduras de su manejo obligatorio en la administración central, **Telecomm** podía ahora aprovechar la dinámica de uso que se había desatado y desempeñarse con flexibilidad, con base en el monopolio del segmento espacial que aún mantenía. Sin embargo, el relevo del capital privado era un hecho ya y la explotación del mercado recayó en aquellas empresas que más movilidad pudieron inyectar a sus propuestas. El esquema común era *llave en mano*, por lo que la tecnología venía de fuera y el aporte nacional se reducía al diseño, instalación y mantenimiento de los equipos. Aún en este entorno, **Telecomm** no pudo sacar ventajas y beneficiarse.

Su transición de entidad gubernamental monopólica a empresa comercial sujeta a la oferta y demanda, fue un proceso difícil y lento. El organismo se manejó siempre con un criterio político y no de eficiencia, lo que provocó que sus cuadros dirigentes no necesariamente conocieran al organismo, ni pudieran apreciar el contexto de desarrollo del sector y tampoco el dinamismo que lo caracterizaba. En los medios especializados fue común tal reproche por algunos años. Llegó a sugerirse incluso que la impreparación de los cuadros dirigentes se traducían en lentitud y medrosidad, juicios apresurados y una mala toma de decisiones respecto a temas clave en el desarrollo de las telecomunicaciones por satélite.

La problemática de ineficiencia del organismo quedó en evidencia con su proyecto para desarrollar una red de estaciones VSAT, que le permitiría explotar de manera directa los servicios vía satélite. De acuerdo con sus propias explicaciones, la problemática que enfrentó el proyecto fue el desfase entre su etapa de concepción y diseño y la correspondiente a su operación, por lo cual la tecnología utilizada se volvió obsoleta. El retraso se atribuye a **Telecomm**, por lo cual el organismo debió pagar la tecnología adquirida a un precio mayor que el de mercado, y sin obtener ingresos por su utilización. Además, la empresa proveedora tuvo diversos problemas con la instalación de los equipos y los funcionarios del organismo no lo detectaron a tiempo y tampoco pudieron corregirlo. Por las razones que fueran, la infraestructura terrena VSAT nunca tuvo un despegue operativo, y con ello la única encomienda de importancia del organismo fue la gestión del recurso satelital. Tal reducción operativa fue aún más evidente con la primera muestra de desapego de un viejo conocido: con base en los Artículos 59 y 60 del **Reglamento de Telecomunicaciones** de 1990, el 31 de marzo de 1991, **Televisa** cancela la recepción del canal 2 en las estaciones terrenas de **Telecomm** para conducir la señal mediante sus propias facilidades. Con ello, 64 instalaciones propiedad del organismo quedaron sin usuario y sin utilización alterna posible: su equipamiento solo permitía conducir televisión por el único canal disponible. La añeja ambición del consorcio, disponer de su propia infraestructura terrestre, comenzaba pues a cumplirse.

### 3.2 Los permisos discrecionales para operar servicios vía satélite para terceros.

A la debilidad manifiesta de **Telecomm** como operador confiable, correspondió la liberalización de facto del mercado satelital. Sin atender a reglamentación alguna y con base en criterios selectivos y parciales, se expiden en efecto diversas autorizaciones a varias empresas para que proporcionen servicios vía satélite a terceros, sin que medie otro juicio que el discrecional. El **Grupo SIT** y **Sersa (Servicios del Espectro Radioeléctrico, SA)**, fueron dos de las beneficiadas. Sin embargo, incapaces de labrar un camino propio, ambas empresas no alcanzan mayor relevancia pese a que recurren incluso a socios extranjeros identificados como operadores eficientes: **Grupo SIT** a **COMSAT**, y **Sersa** a **Geo Communications Incorporated**, mejor conocida como **Geocomm**. En conjunto, las dos empresas apenas llegan a proporcionar servicio a 30 usuarios, no obstante que intentaron explotar el tráfico de

telecomunicaciones más importante: el transfronterizo entre México y Estados Unidos. En especial **Sersa**, se ubicó incluso en los estados de la frontera norte y trató de atraer a las empresas maquiladoras, quienes sin embargo no mostraron interés alguno en sus propuestas<sup>83</sup>.

Para principios de los noventa, se expiden otras autorizaciones que tomaron como parámetro jurídico los acuerdos firmados con **MCI-OTI** y **HIT-STARS**. **Telecomm** contextualizó estos convenios bajo la fórmula de asociaciones de representación, con el objetivo de comercializar el segmento espacial de los satélites **Morelos**. Surgen así **GTE Spacenet** a través de la empresa mexicana **Castle Comunicaciones** del corporativo del mismo nombre, y otras firmas más que incluso obtienen la concesión para instalar telepuertos de comunicación, proporcionando enlaces punto a punto y operación de redes privadas en territorio mexicano y en Estados Unidos. **Satelitrón**, filial del **Consortio Industrial Electrónico**, y **Telepuertos de México** –que representaba mayoritariamente al grupo italiano **Zeta Communications**- se fundaron bajo ese procedimiento, con resultados distintos pero con poca participación en el mercado. Otras compañías -**Digicom**, **Econom**, **SITA**- obtuvieron autorizaciones similares, pero nunca debutaron con una oferta efectiva.

El desarrollo de la comunicación satelital recayó entonces más en las firmas distribuidoras de equipo de enlace al satélite que en los operadores. La constitución de redes privadas por parte de los grandes protagonistas económicos fue el vector decisivo de crecimiento y expansión. **Banamex** y **Bancomer**, por ejemplo, iniciaron la experiencia incluso cuando debían ceder sus infraestructuras al Gobierno, y para principios de los noventa ya poseían dos de las redes más grandes y completas del país. El primero, incluso a través de una filial especializada, **Infratel**, fundada para el manejo exclusivo de sus servicios de telecomunicaciones, operaba más de 400 estaciones VSAT's con hubs regionales situados en el *triángulo de cristal*. Disponía también de 30 instalaciones más con facilidades para telefonía (SCPC). Por su parte, la red satelital de **Bancomer** incluía 750 estaciones VSAT's en tecnología TDMA, las cuales transmitían a 56 Kbps; poseía asimismo 50 estaciones SCPC operando a 128 Kbps. Al integrarse respectivamente como socios fundadores de **Avantel** y **Alestra**, las dos redes bancarias nutrieron la infraestructura con que esas empresas iniciaron la competencia en el servicio telefónico de larga distancia, hacia 1997. Así, esa inversión pudo capitalizarse plenamente.

Desde la liberalización del segmento terrestre en 1989, las redes de datos evolucionan pues de 208 que se contabilizaban en 1993 hasta las 331 que se manejan en 1995, considerando las dos bandas de operación del

---

<sup>83</sup> Años después, ambas empresas comentarían el porqué de sus fracasos. De acuerdo con **Sersa**, el desconocimiento generalizado de la tecnología satelital provocó que su desarrollo se centrara más en "educar al usuario" que en venderle una alternativa de comunicación. El **Grupo SIT**, por su parte, se quejó siempre de que sus socios extranjeros lo habían engañado al venderle tecnología obsoleta. Esta versión incluso llegó a ventilarse en *Proceso*, a fines de los noventa.



sistema. Este crecimiento contribuye a que ambos satélites se empleen casi al 100% de su capacidad total, en tanto el **Morelos II** inicia operaciones en 1990 y debuta ya con un 15% de ocupación. Sin embargo, estas estadísticas parecen no enseñar todo el panorama. Si bien **Telecomm** registra ese total de sistemas vigentes, la **Federal Communications Commission (FCC)** consigna que en el país se desempeñan 408 sistemas de intercambio de datos<sup>84</sup>. La diferencia, 77 instalaciones, puede revelar el habitual desfase entre cifras de un mismo indicador que nunca son iguales. Pero también puede acreditar que esos enlaces se canalizaban por cualquiera de los 38 satélites coordinados, que no necesariamente debían informar de sus operaciones en el tráfico transfronterizas vía satélite. Esta suposición parece ser atinada al consignar los resultados de un estudio realizado por **Select** en 1994. De una muestra de 30 empresas filiales de firmas extranjeras radicadas en México, 27 confesaron que sus servicios de telecomunicaciones se canalizaban vía satélite, por mediación de operadores y carriers estadounidenses. Declararon también que la unidad de comunicaciones de la firma *“se manejaba desde la compañía matriz”* y que las decisiones sobre la adquisición de servicios y la compra de equipo *“radicaban también en las oficinas centrales”*. Bajo tales testimonios es lógico suponer que esas infraestructuras se operaban con alguno de los satélites *coordinados*<sup>85</sup>.

La coordinación de satélites con Canadá y Estados Unidos; la desregulación del segmento terrestre para la explotación de las plataformas domésticas, y la constitución de firmas nacionales para el suministro de servicios satelitales para terceros, fueron vectores que al entrelazarse redujeron el protagonismo estatal en el servicio a la gestión del sistema y a la operación de las redes estatales o de dependencias públicas. Tal contracción especialmente significativa por tratarse del sistema espacial, sería a la vez preparatorio del movimiento que a mediados de los noventa inicia su recorrido y para el año 2000 concluye: la venta del sistema a la iniciativa privada y la desregulación completa del segmento con el otorgamiento de concesiones para explotar la emisión y recepción de señales de satélites extranjeros en el territorio nacional. Para efectuar la desincorporación de **Telecomm** fue necesario fragmentar al organismo en tanto la prestación del servicio telegráfico se consideraba monopolio de Estado, y no era posible su subasta. Al dividirse, originó **Satmex**, instancia que mantuvo los activos satelitales en su poder hasta 1997, cuando se vende a un grupo mixto de capitales.

Más la desregulación del segmento terrestre que facilita el crecimiento de las redes privadas, es parte de la estrategia general de liberalización que impacta a todo el equipamiento terminal y que se postula en el **Reglamento de Telecomunicaciones**. *“La obligación de rentar a Telmex los aparatos telefónicos al contratar una línea es*

---

<sup>84</sup> Federal Communication Commission (FCC). *Telecommunications infrastructure in Mexican-US borders*. Washington, FCC, 1996.

<sup>85</sup> Select – IDC. *Encuesta sobre el uso de estaciones VSAT*. Mimeo; 1995.

*eliminada* –reporta Pyramid<sup>86</sup>- *y otros equipos como modems; conmutadores PBX; faxes y contestadoras pueden adquirirse con proveedores autorizados por SCT y conectarse a la red pública conmutada por el propio usuario*". El impacto de esta medida es sustantivo. Conforme estimaciones oficiales, a los tres meses de la publicación del Reglamento, cerca del 65% del equipo terminal operativo ni siquiera se ha registrado en la propia SCT. Tal vuelco hacia la interconexión libre se refuerza más aún con la publicación en 1992 de la **Ley Federal sobre Metrología y Normalización**, cuya aplicación y vigilancia correspondía a la entonces **Secretaría de Comercio y Fomento Industrial**. Para el sector, la disposición es un instrumento para impulsar el acceso e interconectividad de las redes y servicios públicos, tanto en el ámbito nacional como transfronterizo. Ello implicó que la normalización oficial vigente fuera concebida para permitir la compra, arrendamiento e interconexión de equipo terminal para dar servicio a todos los usuarios.

La estadística y ordenamientos sobre el equipo terminal encuentran complemento en otra referencia que con claridad testimonia el desmantelamiento de las estructuras conocidas. Según la base de datos del **Banco Mundial** referida a privatizaciones<sup>87</sup>, en el mismo 1990 se vende por 24 millones de dólares el servicio de telerreservaciones, **Sertel**, que pasa a propiedad de sus usuarios evidentes, las dos aerolíneas mexicanas. **Infonet**, por su parte, poco a poco se desgasta en infraestructura y funcionalidad y no proporciona más servicios. Al igual que **Telepac**, fueron sujetos de propuestas y de planes que buscaron utilizarlos sin que pudiera fincarse alguna de esas opciones.

Evidenciada pues en frentes distintos, la liberalización gana terreno y trastoca todas las estructuras conocidas del sector. Ante del cierre de 1990, aguardaba sin embargo el enroque estelar, aquel que de hecho identifica a la gestión de 1988-94 cuando se la refiere a las telecomunicaciones: la venta de **Telmex** y su entronización como el gran campeón nacional del sector cuya vigencia y longevidad han sido permanentes.

---

<sup>86</sup> Pyramid Research. *Mexico's telecomm strategy*. Cambridge, MA; Pyramid Research Inc., Marzo de 1990; 22-23pp

<sup>87</sup> Cfr. [www.worldbank.org/privatizaciones/html](http://www.worldbank.org/privatizaciones/html). Fecha: 22 de enero de 2005.



## Capítulo VI

### TELMEX Y EL TERCO ANCLAJE ENTRE CIELO Y TIERRA

“El panorama de la azotea desafiaba las leyes de la geografía política: México se veía desde Dallas. En primer plano había clubes de tenis, food Markets, muchas casas con piscina y ningún bañista. Un fervor pasteurizado se adivinaba en la estricta geometría de iglesias y sinagogas. No había basura ni puestos de fritangas ni futbolistas callejeros. Todo estaba en orden, como en una maqueta. Los observadores sin pasaporte podrían incluso bajar por Paseo de la Reforma, donde la rapiña del alemanismo se había petrificado en castillos habitados por actrices fósiles, políticos agonizantes, gringos de a de veras y fantasmas de abuelos muertos a machetazos. El polvo marcaba la frontera entre las dos ciudades. Welcome to México. Un capuchón o aureola gris se desparramaba por el valle, debajo de las nubes naturales, y descomponía los rayos del sol en astillas de luz. A su abrigo crecía la plaga de concreto, insaciable, devoradora de colinas, bosques y sembradíos que se propagaban más allá del horizonte, más allá de los horizontes que pudiera mirar un ojo sin punto ciego, alimentada de su propia rutina, tropezando en sus escombros para surgir de improviso en forma de torre –una por cada diez mil chozas- o abrir grietas para las caravanas de automóviles que desde Dallas parecían escarabajos. México extendía su pudridero en los cuatro puntos cardinales pero respetaba las murallas y alambrados de la hermana rica y limpia que veía los andrajos de su vecina con el desdén de un sapo recién convertido en príncipe”.

Enrique Serna<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> *Uno soñaba que era rey*. México, Plaza y Valdés Editores (Colección Platino); 175-176pp.

La noticia fue una de tantas que se difunden sobre los movimientos corporativos y que hacen legión todos los días. Acorde con la intensidad de ese flujo informativo, su trascendencia no se desprendía del contenido, que simplemente remitía a los acomodados empresariales y por ello podía relegarse, confundirse y desaparecer en la avalancha de referencias semejantes. Su relevancia brotaba al contextualizar la información, al entenderla en el entorno declarado de competencia que desde el 2006 cubre todos los enroques y desplazamientos del operador telefónico, tanto los públicos como los supuestos; los reales y los aparentes; los mentirosos también y los propios de las relaciones públicas que nada dicen y todo promocionan. Y en ese contexto, el anuncio que abría el año para el monopolio y su grupo de pertenencia, inauguraba en simultáneo dos frentes de combate que a manera de pinza habrían de coincidir en su oferta y presionar a sus oponentes nacionales, en especial a su otrora aliado de negocios, **Televisa**... *"El periódico Reforma publicó este lunes que Teléfonos de México y Grupo Sanborns Hermanos se alistan para crecer en sus negocios, ya que el primero se prepara para ofrecer el servicio de televisión y el segundo va al mercado de sorteos... [...] Arturo Elías Ayub, director de Comunicación, Alianzas Estratégicas y Relaciones Institucionales de Telmex, dijo que se tienen canales internacionales, así como los de TV Azteca, y que se está negociando con Televisa. "Tenemos todos los contenidos, como HBO, Disney, Fox, ESPN, Discovery, con (Televisión) Azteca tenemos un convenio y faltaría sólo Televisa. Estoy seguro de que llegaremos a un acuerdo", afirmó... [...] Por otra parte, Grupo Sanborns Hermanos entró al sector de apuestas con el lanzamiento de su sorteo Búhos de la Suerte, que ofrece premios de 20, 40, 100 y 500 pesos, canjeables por productos, además de un premio por 300,000 pesos en efectivo"*<sup>2</sup>.

El despacho alternaba dos niveles de significación que seguro lo convertían en bocado apetitoso para cualquier analista financiero. De inicio, la declaratoria sobre la puesta a punto del entramado para transmitir televisión, presionaba a las autoridades para relevar la prohibición de afrontarla como negocio propio, veda sazónada desde 1990 con la permuta al título de concesión de la telefónica. Destacar nombre y apellido de las señales emplazadas en el proyecto no solo descubría que las emisiones harto representativas de la televisión restringida ya estaban en la bolsa, sino también revelaba la iniciativa del consorcio como oferta completa, acostumbrada, competitiva de acuerdo con las reglas implícitas del segmento porque en ella concurrían los protagonistas presentes en todos los sistemas, y con ello los adversarios no tendrían ventaja alguna, sobre todo si en el paquete podían listarse los canales nacionales del sistema abierto. Ambos motivos lanzaban la pelota al terreno de la autoridad federal, quien en apariencia postergaba la decisión sin motivo alguno.

Más el empadronamiento de **Telmex** como concurrente en el escenario de la televisión restringida era noticia acreditada, hecha pública desde fines del 2006 como uno de los desenlaces primerizos del **Acuerdo de**

---

<sup>2</sup> ----- "Telmex va a TV; Sanborns a sorteos". En: *CNNExpansión.com*. En: [www.cnnexpansion.com/negocios/2008/01/14/telmex-va-a-tv-sanborns-en-sorteos/view](http://www.cnnexpansion.com/negocios/2008/01/14/telmex-va-a-tv-sanborns-en-sorteos/view) - Fecha: 22 de marzo de 2008.

**Convergencia.** Por ello, su notabilidad en el texto descrito emergía al relacionarlo con el segundo movimiento reseñado, empalme que ponía en evidencia la ambición del colectivo en otro contexto, con otros vuelos, en un accionar que debía comprenderse en la explotación de una de las áreas económicas de mayor provecho hoy en día, el entretenimiento. Si bien ese sector es campo de rentabilización emergente para las telefónicas –ocupadas por siglos en logran la comunicación de voz hacia dentro y hacia fuera de cada estado nacional-, en el caso de **Telmex** toma el perfil de recurso vital para su evolución productiva porque su usufructo inyecta valor a la enorme infraestructura de distribución hasta el hogar que ha conformado desde 1990. En consecuencia, su ingreso en la transmisión televisiva se plantea con el tinte de la sobrevivencia es indicativo de que el monopolio busca acumular experiencia en la *industrialización del ocio*, y por ello ubica su acción productiva en el escenario operativo que la empresa **CIE (Corporación Interamericana de Entretenimiento)** descubrió hace tiempo y ha explotado cotidianamente: *se compite por el tiempo libre de la gente, asegura la firma, por la forma en que lo disfruta o lo desperdicia en casa y fuera de ella*<sup>3</sup>. En tal cobertura integrada, cada operación del **Grupo Carso** es una ventaja que suma a su plataforma de servicio, y si para perfeccionar ésta ha experimentado día a día nuevas tecnologías y esquemas inéditos de conectividad y enlace, en el ámbito que hoy complementa a *los fierros* hace tierra también y lo mismo se asegura la oferta tradicional de programas televisivos, que ensaya otros productos y bienes para acoplar y fortalecer su propuesta, aunque según su decir sólo con fines benéficos<sup>4</sup>.

Redes; sorteos; programas televisivos, coinciden pues en un ensamble único que testimonia la complementariedad del formato digital y de su circulación ampliada y versátil. El conjunto funciona como la materia prima esencial para todos los implicados en la comunicación de hoy: contenidos; plataformas de intercambio interactivo; infraestructuras que solventan el consumo de cualquier ciudadano de todos los niveles sociales. Al inscribirse entonces en el juego de la televisión y de los sorteos, el reto del colectivo empresarial se torna firme, solvente, e igual que el corporativo de la televisora, establece cartas de intención y declaratorias para asumirse en posesión de todos los elementos necesarios para asentar su dominio con la misma intensidad con la que ha avasallado en su sector productivo natural. Tales premisas vienen a ser significativas frente al proceso de convergencia porque en ellas subyacen los cambios tecnológicos y de mercado que han modificado los esquemas habituales del suministro. En tal lógica, el proceso convergente supone la multiplicación y diversificación de aplicaciones sobre la capacidad existente, y en ello implica un crecimiento horizontal, sobrepuesto a las plataformas disponibles, y no necesariamente la ampliación de esas infraestructuras en cobertura y en penetración social. El **Telmex** monopolístico ambiciona pues transmitir televisión mediante su cableado físico, dedicado de principio y desde la privatización a facilitar la conducción de voz entre iguales. Por la red que enlaza a todo el país, la compañía ha canalizado ya valor agregado mediante aplicaciones diferentes al transporte de conversaciones telefónicas, como la llamada de despertador o la identificación de los

<sup>3</sup> Así lo cita Enrique Quintana. Ver: "La estrategia de **CIE**". En *Reforma*, 4 de octubre de 2005.

<sup>4</sup> Cfr. Karla Rodríguez. "Participa **Sanborns** en negocio de sorteos". En: *Reforma*, 14 de enero de 2008.

números entrantes. Por la misma vía suministra a la vez la conexión a Internet en varias velocidades y con vías de acceso distintas, e igual ofrece enlaces dedicados de alta velocidad para la comunicación privada entre empresas o individuos. Su producción televisiva centrada hasta hoy en el formato para Internet plantea entonces la disyuntiva evidente: o bien puede generarlo mediante la estructura corporativa propia y con ello se establece también como proveedor de contenidos; o lo compra a terceros en el mercado abierto, donde puede adquirir los derechos de transmisión de los programas de moda y lograr la aceptación de las audiencias acostumbradas a esos formatos. Para la operadora telefónica, como para las radiodifusoras y también para los concesionarios de cable, la *convergencia es simplemente la conquista de las fortalezas faltantes para cada cual, y agente alguno las tiene todas consigo.*

Y los datos duros disponibles irrumpen para avivar este examen germinal. El **Cuadro 57** que se despliega enseguida expone las cifras de las infraestructuras de base que habrán de soportar la convergencia, la vigente en el 2006 cuando se anuncia esa posibilidad y en buena parte se mantiene hasta el 2008. Se ha estimado que la unidad de medida esencial para suponerla es el *número de hogares existente en el país*, en tanto el paquete de voz, datos y video se consideran de *vocación residencial, esto es, para el consumo familiar*. El caso de la telefonía móvil, dispositivo de convergencia desde el año 2004, cuando se inicia el intercambio de mensajes, y hoy vehículo para conducir imágenes fijas y móviles; datos y su aplicación original, voz, concreta una oferta de perfil individual, personalizada, por lo que viene a ser el polo complementario del uso colectivo.

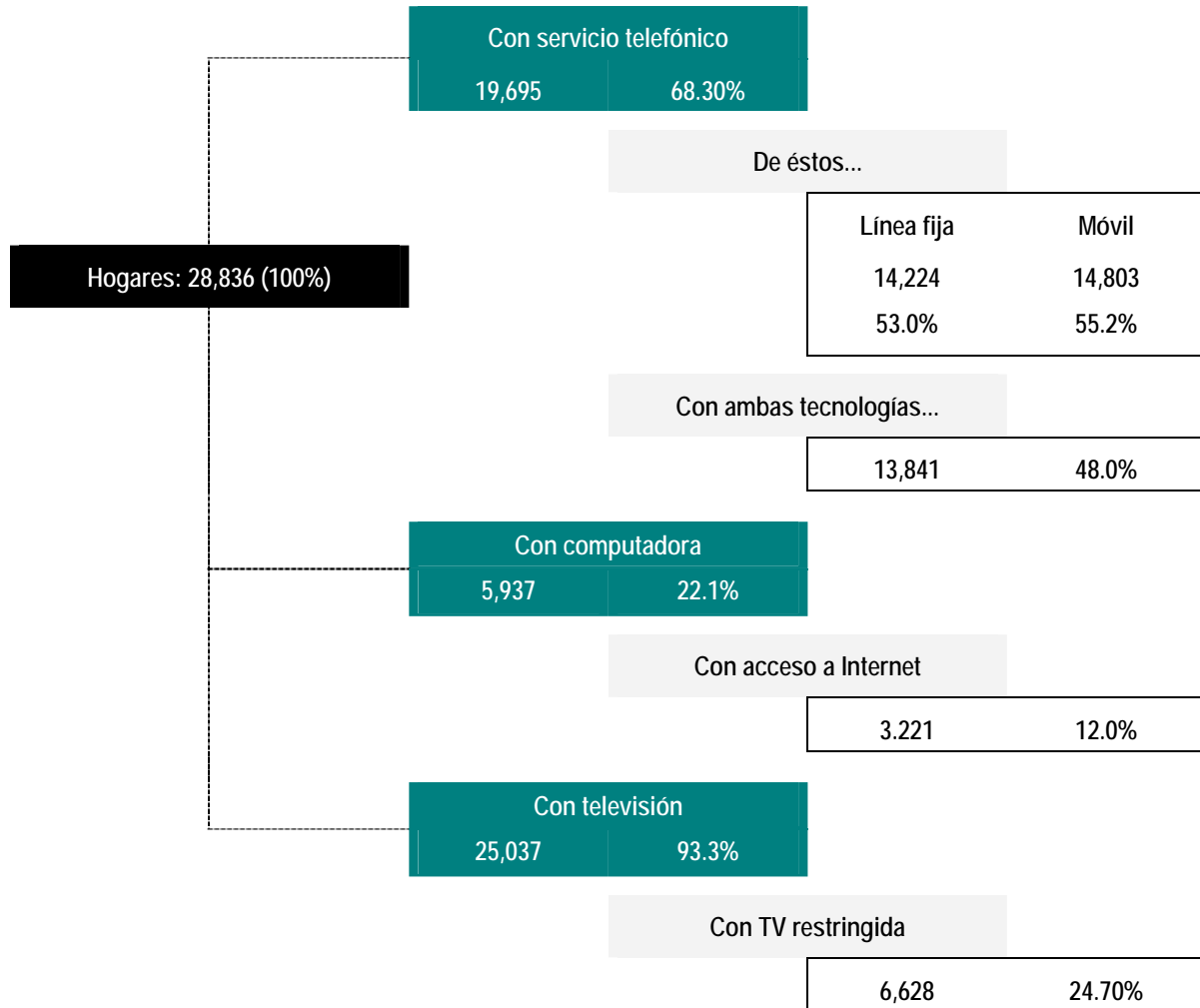
El **Cuadro 57** presenta datos del 2007 para el equipamiento de los hogares en tres categorías: *telefonía fija y móvil*, esta última como opción de comunicación familiar; *uso de computadora y disponibilidad de acceso domiciliario a Internet*, y, *televisión*, representada por el número de hogares con aparato receptor para contabilizar la penetración del sistema abierto; y *televisión restringida*, que en el global ofrecido conjunta a los suscriptores por microondas, por cable y vía satélite. Como es previsible, los *mejores porcentajes se concentran en los servicios de mayor permanencia: el telefónico y el televisivo en su modalidad abierta*, mismos que arrancan respectivamente en 1878 y en 1950.

Los rangos de cobertura asimétrica que se evidencian consignan desde luego un uso desigual de las tres opciones consideradas. En este escenario se contabiliza desde un aprovechamiento del servicio en su nivel más elemental, apenas de provisión, hasta el más elaborado, que demanda habilidad y capacidades distintas para obtener el mayor beneficio. El máximo porcentaje de 93.3% de cobertura de la televisión abierta supera en poco más de 80 puntos al promedio más bajo, 12% que registra la categoría *computadoras con acceso a la red*. Asimismo, en la dinámica interna de cada sistema, se perciben equivalencias similares. El promedio de hogares con TV restringida, 24.7, es menor casi por tres veces al de su contraparte, el sistema televisivo, y supera sólo por dos puntos porcentuales al



**Cuadro 57**

**Indicadores de infraestructura para la convergencia**  
(Miles de unidades y porcentajes)



Fuente: INEGI. *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. Cifras preliminares a marzo de 2007. Disponible en: [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx) Fecha: 23 de mayo de 2008.

indicador sobre residencias que poseen computadora, 22.1%. El servicio telefónico, también de alcance mayor, 68% de integración, se configura con la aportación sustantiva del actor más dinámico, la telefonía celular, que por primera vez en la historia rebasó ya por dos décimas al parque de líneas físicas.

La diversidad del equipamiento permite apuntar una primera inferencia, producto de un tanteo lineal: desde la oferta y conforme un criterio cuantitativo, el actor mejor posesionado para explotar la convergencia es el *operador de telefonía*. Mantiene como universo cautivo a la mayoría de los 19.6 millones de hogares conectados, que pudieran recibir su oferta televisiva justo por el mismo medio. Aún como sistema dominante, a pocos puntos de lograr la cobertura total, la televisión abierta no tiene ese potencial numérico por sí misma debido a la naturaleza del servicio que presta. Para migrar al suministro telefónico y de Internet requiere por fuerza de la coalición con terceros.

Aunque este primer acercamiento se presenta en bruto y sin detalle, para algunos analistas ha sido suficiente y de él nutren sus reflexiones específicas sobre la inédita reglamentación de convergencia, sostenida por el *Acuerdo* de octubre de 2006. Al sopesar a los actores reales que concretan las cifras anotadas, se ha planteado una primera división, muy polarizada, que fragmenta por un lado a quienes se detecta como los beneficiarios del Acuerdo, del resto de protagonistas, que en la sede contraria vendrían a ser los agentes desfavorecidos. Igualmente se ha especulado sobre qué empresas o conglomerados tendrán la titularidad en el proceso –Telmex, sin duda alguna, como aseguran unos; o bien, *Televisa*, según el decir de otros–, y quienes más conformarán su antónimo, como firmas proscritas o cuando mucho comparsas y en seguimiento de los dos líderes. Al sugerir y ordenar tales dicotomías, se deja ver la toma de partido de sus relatores, quienes buscan ya avalar el desempeño o las posiciones de la compañía que defienden, o bien critican con o sin evidencia a quienes se percibe como los contrarios, los competidores. En ese entorno, no extraña la opinión de un columnista financiero a quien se identifica con los intereses del consorcio televisivo: según su decir, el *Acuerdo de Convergencia* sólo ha provocado contrariedades para su representada. *“En última instancia, asegura al compartir sus preocupaciones, el más afectado por esa apertura será Televisa, porque el Acuerdo de Convergencia establece, además, una apertura de los contenidos, la columna vertebral de la empresa televisora... [...] El grupo de Emilio Azcárraga de pronto se vio así en el peor de los mundos: obligado a competir en televisión con un grupo financieramente poderoso como el de Carlos Slim, y obligado a proveerlo de sus propios contenidos*<sup>5</sup>.

Estas lamentaciones y reclamos velados son una cara de la moneda, la faceta trágica que el analista desea resaltar. Su contraparte, aquella positiva al consorcio, aflora en el ideario de otro cronista –fichado con insistencia en el bando de la telefónica– quien parece dedicar sus comentarios a responder la primera declaratoria: *“... a pesar de todas las*

---

<sup>5</sup> Darío Celis. “Carso vs Televisa”. En: *Fortuna Negocios y Finanzas*. Disponible en: [www.revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2006/octubre/htm/carso\\_televisa.htm](http://www.revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2006/octubre/htm/carso_televisa.htm) Fecha: 17 de marzo de 2007.

*cosas dichas y premoniciones —tipo adivino— en contra, justifica en su litigio, el Acuerdo toma vida con la adhesión de un grupo importante de sistemas de cable pertenecientes al Grupo Cablemás, el cual, hace poco, concretó una operación que, de ser aprobada por la Comisión Federal de Competencia, podría dar entrada en las acciones con voto por parte de grupo Televisa, la principal empresa de medios y producción del país...”<sup>6</sup>*

Ante tal polarización surge como indispensable el establecer premisas de arranque que faciliten la consideración de un escenario más objetivo. La publicación del *Acuerdo* desata apenas a las fuerzas concurrentes y el juego se ha legalizado únicamente. El consorcio y la telefónica habrán de desplegar desde luego una estrategia completa que marque los senderos a transitar para explotarlo, y ésta desahoga tareas coyunturales, de reacción y respuesta, y asimismo trabajos a mediano y largo plazo, que se planean y programan con la antelación que cada grupo estima propicios. En el papel y la teoría, la ventaja originaria de **Televisa** son sus contenidos; la de **Telmex** su infraestructura. Más si algo pone en claro la historia reciente de cada grupo es que sus preeminencias que hoy se antojan decisivas, con el tiempo pueden volverse relativas justo por los movimientos que su titular lleva a cabo en su desempeño diario. Con ello en mente, esas primacías indudables deben pulsarse como el punto de partida de las acciones que uno y otro preparan para vencer al rival en su terreno, si es que acaso se conforma la escaramuza que los enfrente de manera directa. Por ello, el análisis de cada servicio en lo particular, tarea que se desahoga en las páginas siguientes, es una labor adecuada porque anhela identificar los baluartes de cada cual y la forma en que de inicio se articulan para proyectar sus empeños. Las ansias de cada jugador responden a igual propósito, lograr la mejor posición, y solamente aquilatan una variante de dos posibles: ya rendir la plaza ajena mientras la propia se cuida y se mantiene; o bien compartirlas ambas porque al final del día eso conviene y quizá su única objeción sea acoger al contrario como compañero de banca.

La revisión que se intenta parte de la exposición patente en el *Cuadro 57*. De principio se atiende a la telefonía, que en la modalidad fija representa uno de los polos más sólidos del proceso convergente. En su perfil móvil es indiscutible que la simbiosis entre contenidos e infraestructuras ha logrado una difusión importante, teñida por la propuesta de servicios lúdicos, los sorteos y videojuegos. El desglose de la telefonía en sus dos variantes conduce al mismo protagonista, **Telmex**, el monopolio fichado ya como el enemigo natural de la televisora. Sin competencia seria en la infraestructura física, se alza como el contendiente mayor porque en todo el abanico posible de los servicios por llegar tiene ocasión para fincar su presencia y hegemonía. Es por tanto el actor a sujetar por los opositores, como lo ha sido desde 1996 al liberalizarse la telefonía de larga distancia. Vencedor habitual de esa y otras confrontaciones, su fragilidad única en el tránsito convergente es quizá la producción de contenidos, aunque los indicios disponibles señalan que esa desventaja es rastreada únicamente en el esquema tradicional y no para el

---

<sup>6</sup> Jorge Álvarez Hoth. “Convergencia, el plan original (i). En: *Excélsior*, 22 de marzo de 2007.

estándar IPTV, donde ya matricula solvencia. Así, sus correrías en el mercado de televisión analógica hoy se perciben como simples exploraciones del negocio, que han dado paso a la indagatoria formal y sistemática para la sobrevivencia económica. Aquella compra del 49% de **Cablevisión** en 1995 que tanto anunciaba, tiene ese sabor de experimento al desandarse sin haber gestado sinergia alguna seis años después, y la expedición de **Inbursa** en la estructura accionaria de la tenedora de **Televisa, Grupo Televisión**, solamente ha sido un enjuague financiero temporal que igual tiende a diluirse, y por ahora arroja a la basura todos los presagios que ligaban a los dos monopolios en una alianza de jerarquía y autoridad planetarias.

En el mismo sector televisivo, otras de sus aventuras han sido modestas, casi inversiones de inducción que nutren los avatares de la Bolsa. El intercambio de septiembre del 2001 para obtener el 38% del capital social de **Intélite**, productora del canal de televisión **Intelitv**, especializado en contenidos noticiosos, informativos y de análisis editorial, tuvo ese perfil, pese a que su finiquito más se debió al corte abrupto de sus transmisiones por el asalto de **TV Azteca** a las instalaciones del **Canal 40**, en diciembre de 2002. La inyección de recursos a la empresa de Andrés Bustamante, **El Güiri Güiri**, es tal vez anecdótica, e incluso la producción de videos que se difunden en las tiendas de discos **Mix-Up**, propiedad del corporativo, debe consignarse como quehacer provisional. La adquisición del 25% de la productora de televisión **Argos** en abril del 2000, ha sido más estable y fructífera. Su finalidad pionera fue fortalecer al entonces portal del consorcio **T1msn**, aprovechando la experiencia de la compañía mexicana en la conformación de contenidos para Internet y de servicios interactivos. Más tarde, el grupo ha financiado películas de ficción a propuesta de la empresa, y la relación se mantiene fresca y lista para procrear otras iniciativas. Estos movimientos sugieren que el monopolio sondea y analiza; inquiera, olfatea y prueba, y pronto habrá de mostrar lo que ha encontrado.

Los ensayos y tentativas de **Telmex** en el mercado de las imágenes no son pues novedad y antes y hoy reflejan la misma búsqueda: dotar del mayor valor añadido posible a su infraestructura. Esa intención ha sido manifiesta y exitosa en el segundo mercado que el consorcio explota: la telefonía inalámbrica. Al hecho de dominar con plenitud el equipamiento se suma el predominio en las alternativas de valor agregado, donde el consorcio mantiene hegemonía operativa sobre el conjunto de proveedores, y les determina desde el precio con el cual habrán de ofrecer sus productos hasta las condiciones específicas del suministro. Una preeminencia similar es manifiesta en el tercer bloque de análisis, el parque computacional y los servicios de acceso a Internet. En el sector se han reproducido en exceso las opciones y propuestas que oscilan desde la tarjeta prepagada de **Yahoo** y **todito**, hasta los contratos fijos que tasan únicamente la velocidad del enlace. Aunque estas alternativas escudriñan el mercado y desean explotar un nicho de oportunidad para reproducirse, todas confluyen en una dependencia durable del corporativo y su tendido fijo, que ofrece los enlaces dedicados para el acceso a los servidores de red. Por su parte, las réplicas inalámbricas tienen alcance limitado y la banda ancha generalizada que todos anhelan no encuentra

todavía un asidero sólido para prosperar y multiplicarse. Pese a su obviedad, una limitación estructural que hace más difícil ese transcurso y que pocas veces se resalta es el poder adquisitivo del usuario. *“Respecto a los precios de las conexiones –explica una fuente versada a suficiencia en ese tema– si bien se espera que sus costos mensuales lleguen a los 130 pesos por enlace telefónico (dial-up), siguen siendo restrictivos para los hogares de ingreso medio y bajo, porque hay que agregarle el costo de la renta telefónica, que en promedio es de 250 pesos al mes”*. Cuando la reflexión se ofrece, en 2006, la suma de los dos factores, los 380 pesos al mes, representaban el 26% del salario mínimo mensual que se pagaba en la *región A*, la de cotización más alta en todo el país. El saldo evidente de esa comparación es causa y principio del poco anclaje de la red en los hogares nacionales, y siempre será un vector decisivo en esa adopción.

Gran parte de la hegemonía que Telmex ejerce en telecomunicaciones, se prepara y sazona durante el bienio 1989-90, antes incluso de que sus nuevos dueños ejerzan cualquier potestad sobre su adquisición. Tanto la venta de la operadora como el arribo de la telefonía celular, del paging y trunking en posesión privada, y de la renovación de la estructura de TV restringida, se resuelven con el *otorgamiento de concesiones*, figura cuyo uso se reaviva y dinamiza como en ninguna otra época histórica. El instrumento jurídico es sin duda el eje rector de la liberalización (*Cuadro 58*), y su importancia se testimonia al consignar que la adjudicada a la telefónica fue la única herramienta normativa de primer orden que por más de un quinquenio se aplicó en la industria. Esa permanencia ha sido interpretada con una óptica doble y, como suele suceder, encontrada entre sí<sup>8</sup>: aquella favorable que al calificarla como una ordenanza sólida, justa y casi perfecta, encuentra el motivo de esa longevidad; y el prisma contrario, que remite a la improvisación de la política aplicada que con voluntad plena únicamente buscó vender a la empresa, y no regular a todo el conjunto industrial y de servicios. La paradoja de ambas interpretaciones, es que una y otra versión cosecha evidencias para validarse.

Un segundo elemento decisivo en la preeminencia del monopolio se desprende de la propia concesión. Al calificar a la empresa como titular de una *red pública de telecomunicaciones*, capaz y susceptible de conducir cualquier señal, naturalmente se le otorga la facultad de desempeñarse sin límite alguno, bajo aquel estribillo aprovechado hasta el hartazgo desde entonces que sugiere la *prestación de todo servicio que sea técnica y económicamente factible*. Con ello, el concepto parece complementar al de largo cuño, *vía general de comunicación*, que orientó el desempeño de las infraestructuras públicas y privadas dotándolas de una mayor jerarquía jurídica, y contextualizando su accionar

<sup>7</sup> La fuente es **Select**, empresa especializada en el análisis de las tecnologías de información y comunicación. Citado en: Lilia Chacón. “Registran mexicanos poco acceso a Internet”. En *Reforma*, 17 de mayo de 2006.

<sup>8</sup> Desde luego que la opinión positiva proviene de las fuentes oficiales. EL primer informe de la **Cofetel**, por ejemplo, no duda en referir al tema como el principio del crecimiento de la infraestructura nacional, situación que remite a la pertinencia y las bondades de la concesión otorgada (Ver.: Cofetel. Primer informe anual 1996-1997. Disponible en: [www.cft.gob.mx/cofetel/html/9\\_publica/6\\_primer%20informe/info03.shtml](http://www.cft.gob.mx/cofetel/html/9_publica/6_primer%20informe/info03.shtml) Fecha: 13 de septiembre de 2000. Por su parte, una muestra atinada de la segunda perspectiva se encuentra en el aporte de Ana Luz Ruelas. *La reconversión regulatoria de las telecomunicaciones*. México, Casa Juan Pablo y Universidad Autónoma de Sinaloa, 2005.

bajo la conducción inspiradora del Estado. El nuevo término es universal y de naturaleza convergente, genérico y gremial, de donde para establecer prohibiciones es necesario referirlas con exactitud. De esta forma, el único campo vedado para el desempeño de la telefónica es la conducción de señales propias de televisión, tema que frente al triple play de 2006 es motivo de controversia porque es frontera solitaria que el monopolio telefónico no puede conquistar sin que medie la autorización específica para ello. Tal limitación es aún más profunda porque ingresar a la provisión de video es asunto de permanencia en la evolución de su mercado natural. ***“El operador de telefonía fija que piense sobrevivir sólo con servicios de voz, está condenado al fracaso”***<sup>9</sup>, sentencian sin rodeos ni dilaciones los especialistas. Y con ello se enfoca el dilema de **Telmex**.

---

<sup>9</sup> Cfr. Verónica Gascón. “Añaden servicios para mantenerse”. En: *Reforma*, 10 de abril de 2006.

Cuadro 58

<i>Concesiones y permisos otorgados para el sector de telecomunicaciones en el período 1990-2006</i>
--

Servicio*	Títulos	PERÍODO																
		90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
Concesiones para																		
Acceso inalámbrico fijo o móvil (de 1850-1910 a 1930-1990 MHz y de 3.4 a 3.6 ghz)	12 <sup>1</sup>								6	2							3	1
Banda angosta (paging de dos vías)	5 <sup>2</sup>									5								
Cobertura social y rural	2 <sup>3</sup>																1	1
Explotar los derechos propios a las señales de bandas de frecuencias asociadas a sistemas satelitales extranjeros, que cubren el territorio nacional	17 <sup>4</sup>					1		2	1	1	1	1	3	1	1	2		3
Provisión de enlaces en la banda de 10 ghz.	14 <sup>5</sup>									14								
Provisión de capacidad en la banda de 7 ghz	4										1	3						
Provisión de capacidad en la banda de 15 y 23 ghz	15									15								
Estaciones de televisión <sup>6</sup>	707	2	2	2		7		2	3	6	37	191	1	2	8	424	14	6
Mensajería digital	1							1										
Ocupar posiciones orbitales geoestacionarias, orbitas satelitales asignadas al país y explotar sus respectivas bandas de frecuencias	4 <sup>7</sup>								3								1	

Cuadro 58 (Continuación)

<i>Concesiones y permisos otorgados para el sector de telecomunicaciones en el período 1990-2006</i>
--

Servicio*	Títulos	PERÍODO																
		90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
Concesiones para																		
Móvil marítimo	1					1												
Móvil terrestre	3										2		1					
Móvil aeronáutico	2				2													
Redes públicas de telecomunicaciones interestatales	41	2					5	5	3	3		9	1	3	1	4	2	3
Redes públicas de telecomunicaciones locales	22	2							5		2	4		1	2	2	1	3
Servicios de Televisión y/o audio restringidos a través de bandas de frecuencias	188	1	1				25			36	6	92			20	6		1
Radiolocalización móvil de personas	103		8		27	18	24	1	15		9	1						
Radiocomunicación especializada de flotillas (trunking)	60		6	11	11	15	6					1					9	1
Telefonía celular	18 <sup>8</sup>	10	6									1						
Servicios de televisión restringida y/o transmisión bidireccional de datos y/o transporte de señales del servicio local y/o telefonía local fija a través de redes cableadas	1,134 <sup>9</sup>		1		4	2	113	114	39	116	47	173		40	160	44	70	117
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>2,353</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	<b>143</b>	<b>125</b>	<b>69</b>	<b>197</b>	<b>112</b>	<b>476</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>192</b>	<b>482</b>	<b>101</b>	<b>136</b>



Cuadro 58 (Continuación)

*Concesiones y permisos otorgados para el sector de telecomunicaciones en el período 1990-2006*

Servicio <sup>1</sup>	Títulos	PER ÍODO																
		90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
Permisos para																		
Instalar y operar estaciones terrenas transmisoras	99							1	10	27	14	5	5	7	5	16	9	
Otorgados para comercializadoras de larga distancia	10																10	
Otorgados para comercializadoras de telefonía pública	81 <sup>10</sup>							19	10	5	11			1	5	8	14	
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>190</b>							<b>20</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>33</b>	

**Notas:**

- (<sup>1</sup>) En los servicios de radiocomunicación, se consideran dos concesiones: una para operar la red pública de telecomunicaciones (RPT) del caso, y la segunda que ampara la entrega de las bandas de frecuencias asociadas a esa explotación.
- (<sup>2</sup>) Los 12 titulares reciben las dos concesiones señaladas.
- (<sup>3</sup>) Mismo caso que nota 1. Se otorgaron entre julio y septiembre.
- (<sup>4</sup>) Mismo caso nota 1. Ambas otorgadas a **Telmex** en el marco del Fondo de Cobertura Social.
- (<sup>4</sup>) Comprende dos modalidades: para explotar los derechos de emisión y recepción de señales de bandas de frecuencias asociadas a sistemas de satélites extranjeros, y para operar una red pública de telecomunicaciones. Tres concesionarios disponen de las dos figuras; dos para explotar una RPT y los restantes para explotar los derechos de emisión y recepción. Seis se otorgaron en 2006.
- (<sup>5</sup>) Todas se otorgan en abril.
- (<sup>6</sup>) La información de **SCT** consigna los últimos refrendos de cada una. Es por ello que en 2004 se registra el mayor número, en tanto la política aplicable estableció que aquel concesionario que adoptara el proceso de transición hacia el formato digital obtendría el refrendo de sus concesiones sin considerar el año de vencimiento. El movimiento no altera la exposición ni los argumentos señalados porque efectivamente las nuevas concesiones se otorgan en el marco de la renovación tecnológica de la televisión, y son el antecedente de la conversión posible de la industria hacia la explotación de RPT's.
- (<sup>7</sup>) Las otorgadas en 1997 correspondieron a **Satmex**, después de la privatización; la última se entregó a **Quetzsat**.
- (<sup>8</sup>) En 1957 se otorga la respectiva a **Servicio Organizado Secretarial** y en 1989 se le renueva a nombre de **SOS Telecomunicaciones**.
- (<sup>9</sup>) En el año 2007 se otorgaron 34 que se repercuten en el total de mil 134 concesiones.
- (<sup>10</sup>) En el 2007 se otorgaron 8 permisos más que se repercuten los 81 totales.

<b>A. El arranque: del campeón nacional que cada vez logra mayor delantera</b>
--

*369% en diecisiete años...*

Si para cualquier sector el crecimiento que argumenta la cifra precedente satisface sin duda expectativas y optimismos, en el caso de la operación telefónica seguramente la efervescencia es mayor aún porque con ese porcentaje parece corregirse un escenario negativo que por mucho tiempo lastimó a la economía nacional. ***“Al anunciar la privatización de Telmex el 18 de septiembre de 1989***—dice un analista identificado plenamente con el proceso- ***el presidente Salinas planteó que en 107 años de existencia, la industria telefónica nacional mexicana ha sido incapaz de proveer al país de una base adecuada para el desarrollo de las telecomunicaciones”***<sup>10</sup>. Al considerar ese dictamen, el índice introductorio toma un papel adicional a su significado cuantitativo. Simplemente emerge como el primer indicador de que, al fin, se han sentado las bases para generar la plataforma que se necesita, faltante por más de un siglo en el tablado económico.

Y la euforia puede ser mayor porque el promedio de crecimiento ocupa el lugar 24 si se listan los obtenidos en cada uno de los 32 estados de la República (***Cuadro 59***). El líder del elenco es Quintana Roo, con un incremento del 830% en los 17 años, y otros tres no se mantienen muy lejos y rebasan el 700%. Después, pueden agruparse a cinco entidades cuyo registro oscila entre los 500 puntos y enseguida es posible empalmar a diez más para conformar el colectivo más grande, que aporta una gama amplia de variaciones numéricas: del 402 inferior de Tabasco hasta el 493% tope de Puebla. Una novedad a resaltar en ambos es que atrapan a estados cuyo avance económico ha sido siempre de los menos relevantes. Tabasco así lo acredita, y es el mismo caso de Oaxaca que obtiene un sólido 559%; Chiapas con 475 y Guerrero que se enlista muy cerca, con 446 en promedio. Todos rebasan por más de 100 puntos la media nacional, condición no muy frecuente en el escenario estadístico con los mismos actores.

La sorpresa que siempre aparece en un repertorio de este tipo cobra forma en el último escalón, al observar al estado que cierra el conteo. A la inversa y a contracorriente de casi la totalidad de los indicadores nacionales, el padrón culmina con la cifra del Distrito Federal, que apenas conquista el 249% de crecimiento y se coloca con un promedio menor en 120 unidades a la cuota nacional. En pocos temas y no en más ocasiones ese desempeño podrá contarse. Pobre, reducido, tendría que multiplicarse por tres para lograr equilibrio con el primer sitio.

---

<sup>10</sup> Gabriel Martínez. "Regulación de la industria mexicana de telecomunicaciones". En: Eduardo Andere y Georgina Kessel. *México y el Tratado Trilateral de Libre Comercio. Impacto Sectorial*. México, McGraw Hill-ITAM, 1992; 250pp.

Cuadro 59

Crecimiento de la infraestructura telefónica fija por Entidad Federativa. Período 1990-2007 (Miles de unidades)

Entidad	1990	1995	2000	2005	2007	Crecimiento
Quintana Roo	26	58	107	214	216	830.77
Tlaxcala	16	44	66	123	127	793.75
Zacatecas	27	56	86	193	197	729.63
Querétaro	45	102	157	297	319	708.89
Oaxaca	49	92	138	248	274	559.18
Aguascalientes	42	84	116	212	234	557.14
Estado de México	475	1,002	1,536	2,631	2,492	524.63
Hidalgo	54	99	140	256	279	516.67
Nayarit	33	62	85	162	166	503.03
Puebla	163	273	406	766	805	493.87
Chiapas	53	97	139	247	252	475.47
Campeche	18	34	48	83	84	466.67
Guanajuato	167	275	422	737	775	464.07
Guerrero	89	147	221	377	397	446.07
Baja California	163	301	459	739	695	426.38
Morelos	88	149	206	375	375	426.14
Michoacán	136	230	327	526	557	409.56
Baja California Sur	28	47	70	115	113	403.57
Tabasco	48	79	105	195	193	402.08
Durango	61	99	137	252	240	393.44
Colima	32	52	76	128	125	390.63
San Luis Potosí	86	128	180	319	332	386.05
Jalisco	424	737	1,066	1,550	1,580	372.64

Cuadro 59 (Continuación)

*Crecimiento de la infraestructura telefónica fija por Entidad Federativa. Período 1990-2007* (Miles de unidades)

Entidad	1990	1995	2000	2005	2007	Crecimiento
<b>NACIONAL</b>	5,352	8,801	12,331	19,512	19,754	369.10
Tamaulipas	177	275	376	599	643	363.28
Chihuahua	193	308	415	687	724	375.13
Coahuila	151	229	319	532	536	354.97
Yucatán	74	124	163	260	253	341.89
Nuevo León	370	598	846	1,251	1,249	337.57
Sinaloa	125	207	268	423	414	331.20
Veracruz	259	371	496	820	847	327.03
Sonora	141	225	313	470	443	314.18
Distrito Federal	1,524	2,202	2,827	3,709	3,803	249.54

Fuente: Realizado a partir de: para 1990, Instituto Mexicano de Comunicaciones (IMC). *Informe de la situación de las telecomunicaciones en México*, mimeo, IMC, Septiembre de 1995.; para 1995-2007, Cofetel. Líneas Telefónicas en Servicio, Residenciales y no Residenciales por Entidad Federativa 1992-2007. En:

[http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE\\_Lineas\\_Telefonicas\\_en\\_Servicio\\_Residenciales\\_](http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE_Lineas_Telefonicas_en_Servicio_Residenciales_) Fecha: 14 de octubre de 2007.

Con seguridad, el ideario favorable a la privatización se contenta a plenitud con los datos planteados. Más si en su interpretación se incrusta el análisis histórico de la numeraria surgen explicaciones más completas, que reivindicar los atrasos, sobre todo de la ciudad capital. Si se recurre al antecedente surge un primer detalle de no poco significado que hace retornar el escenario habitual: en 1990, en el último dato proveniente de Telmex como monopolio público, la ciudad capital concentraba el 28.4% de las líneas instaladas en todo el territorio, cuyo total llegaba a los 5.3 millones. Quintana Roo, la cabeza del crecimiento hasta el 2007, únicamente disponía del 1.7% de los teléfonos del Distrito Federal, y si se le compara con el global del país, su porcentaje se reducía a menos de la unidad, 0.48%. Todavía más, sus 26 mil teléfonos habilitados apenas superaban a Campeche y Tlaxcala, y por poco margen: 18 y 16 mil líneas respectivas que indican esa cercanía. El resultado de esta primera evaluación es muy claro entonces: la capital tenía menos camino que recorrer frente al aprovisionamiento intensivo que desata la privatización. Prácticamente, todos los demás arrancaron desde más atrás, desde los residuos que dejaba la centralización excesiva de toda actividad socioeconómica en el Distrito Federal y sus dos satélites de siempre, Monterrey y Guadalajara. En el 2007, esa concentración es todavía radical: al adicionar los registros del Nuevo León, Jalisco; de la ciudad capital y del Estado de México que la circunda, se centraliza el 46% del total de líneas instaladas a escala nacional (*Cuadro 60*). Este desbalance es tradicional ya. Un estudio de mercado de la firma especializada **Market Research Co.** insiste en reconocerlo en su análisis del 2007 y establece el comparativo de siempre: *“existen disparidades significativas entre las áreas urbanas y la rurales, dice, en el Distrito Federal se registra una teledensidad del 42%, que contrasta de manera radical con el 6% promedio del estado de Chiapas”*<sup>11</sup>. Si se atiende entonces a los mejores promedios de expansión del período, es de notarse que los casos superiores se distinguen por la pobreza de sus números al arranque de la contabilidad. El camino por recorrer ha sido más amplio para ellos, como también es menor en las entidades que parten de un mayor equipamiento: superarlo es más fácil porque el esfuerzo requiere menor impulso.

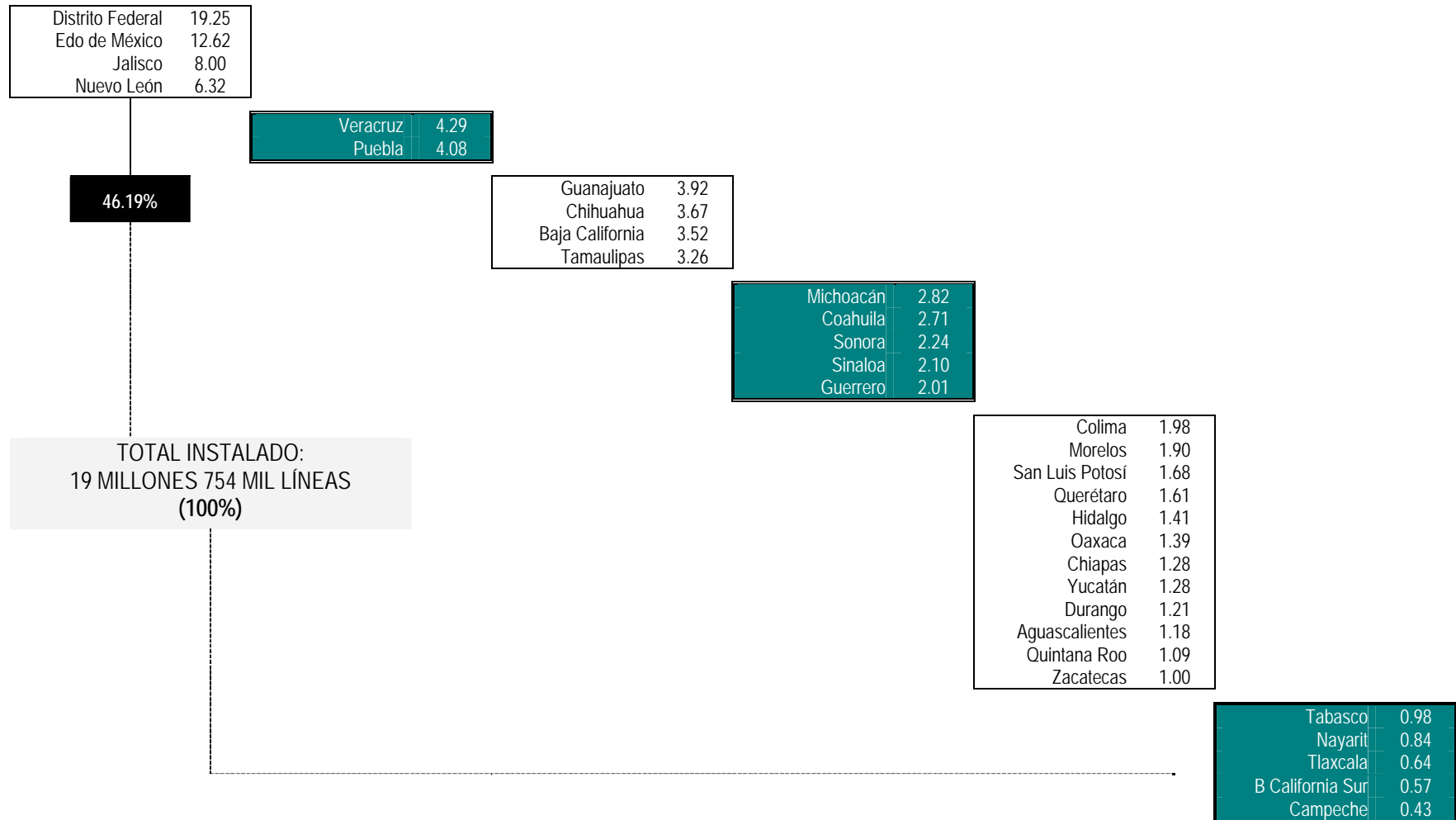
Más si como atestigua el *Cuadro 59* el crecimiento es sostenido en cifras absolutas, hacia el bienio 2005-2007 surge un desgaste en el aprovisionamiento que si bien apenas se insinúa afecta ya a diez entidades federativas. Por primera vez desde 1990, la dotación de infraestructura telefónica disminuye en esos casos, aunque con cifras de poca monta. El Estado de México inaugura los decrementos con 139 mil líneas desinstaladas, y Nuevo León, Tabasco y Baja California Sur los cierran con 2 mil cancelaciones (*Cuadro 61*). El comentario que ofrecen operadores y autoridades sobre el particular es muestra palpable del motivo que ha patentado la habilitación de líneas físicas desde 1990: la depuración del parque telefónico iniciada por Telmex desde el 2004 se sustenta en el *aseguramiento de la rentabilidad de líneas*, objetivo que establece parámetros de medición cuyo incumplimiento lleva al filtrado y desactivación de aquellas líneas que no generan ingresos suficientes. Con base en tal argumento, se cancelan las

---

<sup>11</sup> Marker Research.com. *2007 Latin American Telecommunications Markets*. Nueva York, Market Research Co., mayo de 2007; 124pp.

Cuadro 60

Distribución de la infraestructura telefónica fija por Entidad Federativa en 2007 (Porcentajes respecto al total)



## Cuadro 61

## Disminución del equipamiento telefónico entre los años 2005 - 2007

México	2,631	2,492
Nuevo León	1,251	1,249
Baja California	739	695
Sonora	470	443
Sinaloa	423	414
Yucatán	260	253
Durango	252	240
Tabasco	195	193
Colima	128	125
Baja California Sur	115	113

Fuente: Cofetel. Líneas Telefónicas en Servicio, Residenciales y no Residenciales por Entidad Federativa 1992-2007. En: [http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE\\_Lineas\\_Telefonicas\\_en\\_Servicio\\_Residenciales\\_](http://www.cft.gob.mx/wb/COFETEL/COFE_Lineas_Telefonicas_en_Servicio_Residenciales_)

instalaciones tanto convencionales como de prepago, y también otras más que han dejado de aprovecharse, como es el caso de las líneas troncales asociadas al servicio de Internet por marcación dial-up, conexión que tiende a ser remplazada por el enlace de banda ancha<sup>12</sup>. El descrito como *aseguramiento de la rentabilidad* que se entroniza con estos movimientos, es divisa que hace evidente las nuevas reglas dominantes en el servicio telefónico desde su surgimiento como empresa privada. El despliegue de la infraestructura telefónica como soporte de las aplicaciones y servicios a capitalizar, que se expresa en el crecimiento absoluto del período; su tendido hacia los centros poblacionales de mayor dinamismo económico para sustentar las externalidades positivas de la red, explica la cobertura en abundancia de las ciudades principales, y la lógica de rentabilización que acompaña ambos procesos y que justifica la desconexión de las líneas que los desatienden y no producen a suficiencia, son testimonio del tránsito entre el rédito estatal y los capitales privados en la titularidad de la explotación del sector. Ejemplifica asimismo el uso de la tecnología digital para la obtención de ganancias extraordinarias, proceso que transforma a la telefonía y paulatinamente a toda la gama de servicios y sistemas que entran en operación ya como paquete único de datos. El

<sup>12</sup> El razonamiento forma parte del reporte del cuarto semestre del 2007 reporte ITEL, de Cofetel. Disponibles en: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/hp/Configuraci%F3n%20local/Archivos%20temporales%20de%20Internet/Content.IE5/OX4JGZ0F/ITEL\\_07\\_IV\\_TRIMESTRE%5B1%5D.pps#260,3,Diapositiva 3](file:///C:/Documents%20and%20Settings/hp/Configuraci%F3n%20local/Archivos%20temporales%20de%20Internet/Content.IE5/OX4JGZ0F/ITEL_07_IV_TRIMESTRE%5B1%5D.pps#260,3,Diapositiva 3) Fecha: 3 de noviembre de 2007.

movimiento ha determinado pues las particularidades del suministro del servicio telefónico a partir de la desincorporación de la operadora dominante. En efecto propicia...

1. Que el protagonismo de la empresa privada que el régimen promueve como eje de la reestructuración productiva, se *traduzca en la hechura de un campeón nacional en el servicio telefónico*, que a semejanza de la estrategia empleada por los estados europeos durante los primeros tiempos de la industria informática – **Siemens** para Alemania; **ICL** en Gran Bretaña; o la **Compagnie des Machines Bull** en el caso de Francia<sup>13</sup>- busca concentrar en una sola instancia empresarial todos los recursos, para después proteger su desarrollo mediante una legislación y tratamiento idóneos que cobijen su desempeño y graven el de los competidores. El entorno que acompañó la venta de **Telmex** y la dispensa regulatoria que se le otorgó una vez que se privatiza, aseveran ese afán por fortalecer a toda costa al nuevo operador y garantizar su dominio. En tanto, el discurso que acompañó todo el transcurso lo presenta como el enroque necesario tanto para enfrentar a la competencia transfronteras que se anuncia poderosa y experimentada, como para garantizar la permanencia de los capitales nacionales en el sector y en el accionar de la firma principal, condición, conforme el dicho, fundamental para mantener la rectoría estatal sobre las telecomunicaciones.
2. Que en tanto la emergencia de **Telmex** implica la supresión del rédito estatal en el suministro directo del servicio, el Estado pliega su desempeño hacia la regulación y gestión, con lo cual su *responsabilidad en el nuevo escenario es legitimar las condiciones de mercado de los servicios, mediante la armonización de las estructuras jurídico-reglamentaria y político-ideológica con la preeminencia del actor privado y del esquema de acumulación que ejerce*. La nueva concesión que ampara el funcionamiento de **Telmex** después de su privatización en 1990; la convocatoria e implantación de la telefonía celular el mismo año, y la promulgación a mediados de la década de la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, entre otros ordenamientos, norman y amparan justo esa titularidad y generan los soportes instrumentales para fomentarla y garantizar la rentabilidad de los capitales concurrentes. A ello se suman la actitud, conducta y criterios de operación de autoridades y funcionarios adscritos al sector, más que favorables al mercado y por ello solícitos a favorecerlo con sus decisiones cotidianas. Por ejemplo, los constantes alegatos y peroratas que la vocería del gobierno dedica a la defensa de la llamada seguridad jurídica de las inversiones, no son más que un colofón de tinte legal que respalda y justifica los excesos del capital en su proceso de valorización.
3. Que para el *campeón telefónico nacional*, la protección y resguardo que se le dedican es maniobra completa e integrada que arranca con antelación a su venta efectiva. Por orden cronológico tal blindaje incorpora los elementos siguientes...

---

<sup>13</sup> Cfr. Jean Michel Treille. *L'économie mondiale de l'ordinateur*. París, Editorial Seuil, 1974.



- 3.1 El *diseño de las especificaciones económicas y del paquete que se integra para la desincorporación de la telefónica*, que incluye desde su oferta como empresa con una sólida integración y estructura vertical, hasta el conjunto de beneficios impositivos; tarifarios; financieros y de infraestructura productiva que se armaron para asegurar el desempeño exitoso de la empresa en sus primeros tiempos como entidad privada.
- 3.2 Los *términos y obligaciones que se establecen en la concesión que permite su praxis operativa*, mismos que le determinaron exigencias y deberes tasados únicamente hasta el término del sexenio 1988-1994 y el relevo del Poder Ejecutivo, y cuyo contenido no demandó un gran compromiso para el operador en tanto simplemente capitalizaban algunas de las cualidades más firmes que la empresa poseía desde antes de su privatización. Sus desempeños en telefonía rural y en investigación y desarrollo prueban el punto: eran actividades de larga data que el consorcio llevaba a cabo en forma rutinaria y con la desincorporación simplemente se integran en el nuevo entorno de propiedad sin alterar su funcionamiento.
- 3.3 El *trato que se dispensa a la firma una vez que se ha desincorporado*, el cual prioriza su desempeño económico con ventaja por sobre otras situaciones. Elementos clave de estas canonjías son las disposiciones explícitas e implícitas que cobran forma de inmediato, siempre en la línea de favorecerla. Las evidentes aparecen por ejemplo en el período de gracia por seis años que se concede a **Telmex** antes de permitir la apertura del mercado telefónico de larga distancia, donde habrá de enfrentar la alianza entre los operadores foráneos y los actores nacionales. Entre las veladas se cuenta el retraso para editar las reglas del servicio local, que inhibe la emergencia de otra oferta en el segmento y con ello se salvaguarda la prestación única del monopolio privado. El primer informe de **Cofetel** reconoce el hecho sin disfrazarlo. *“En materia de telefonía local, dice, a diferencia del servicio de larga distancia, Teléfonos de México en ningún momento tuvo un período de exclusividad. Sin embargo, hasta en tanto no se dieron condiciones económicas y jurídicas adecuadas, no se solicitaron concesiones adicionales”*<sup>14</sup>. Lo que la cita deja de lado es que el propio regulador fue quien juzgó y estableció los tiempos y las formas que determinaron aquellas condiciones, por lo que el retraso fue por completo intencional. De hecho, como señala un informe del **Banco Mundial**<sup>15</sup> referido a la segunda liberalización de las telecomunicaciones nacionales, las solicitudes para proporcionar servicio telefónico local se reciben en la **SCT** desde 1993, y simplemente se mantienen en el limbo

---

<sup>14</sup> **Cofetel**. *Primer Informe Anual 1996-97*. México, Cofetel, 1998; 113pp.

<sup>15</sup> Bjorn Wellenius y Gregory Staple. *Beyond Privatization. The second wave of telecommunications reforms in México*. Washington, The World Bank, 1996.

regulatorio que en la materia caracterizó al quinquenio 1990-1995, sin autorizarse ni prohibirse, y en consecuencia, sin lastimar al monopolio.

- 3.4 *La imposición de un entorno asimétrico y disperejo de competencia*, que exige requisitos y condiciones a los competidores del operador dominante que para éste no operan ni obligan. Ello deriva en la evasión de los compromisos generales, aplicables a todos los agentes, sin la posibilidad de que se le sancione por esa omisión. Por ejemplo, en su praxis y desarrollo, el proceso de interconexión está repleto de evidencias que comprueban tal desbalance, y con ello conforman la larga historia de privilegios y prebendas que se han otorgado al monopolio y que son rastreables lo mismo desde los noventas que hasta nuestros días.
4. Que resultante del ambiente de protección que lo guarece, los compromisos mandados a la telefónica más que deberes o cargas impuestas funcionan como la *traducción de su accionar productivo, y se acoplan a sus necesidades de capitalización* que se matizan a lo largo del tiempo. Así, a su debut como empresa privada, las obligaciones de cobertura definidas coinciden con sus propósitos de desarrollar la infraestructura de red, objetivo que precisa para lograr economías de escala. Y para abrigar ese esfuerzo, la autoridad no otorga concesión alguna que rivalice con esa expansión. Después, se limita a sus opositores posibles a confinar su oferta a una región específica o a un servicio en lo particular, situación de gran contraste respecto a la flexibilidad otorgada a **Telmex** desde su arranque, que le posibilita el suministro de cualquier servicio en todo el territorio. Finalmente, cuando el monopolio y su competencia enfrentan el proceso convergente, las condicionantes que se le determinan no hacen sino retomar los requisitos de interconexión y portabilidad establecidos desde la misma **Ley Federal de Telecomunicaciones** y que **Telmex** no ha cubierto a cabalidad desde entonces, recurriendo a uno y mil artificios de dilación y retraso. De esta forma, al supeditar ahora su cumplimiento, esas obligaciones se transforman en materia de negociación entre **Telmex** y la autoridad, y dejan de ser compromisos forzosos que emanan de una legislación superior para contextualizarse con laxitud en la buena voluntad del principal agente que concurre al mercado.
5. Que al apadrinarse la expansión territorial y de servicios del consorcio, el corporativo logra una prerrogativa de difícil compensación por otro operador. La plataforma operativa y la estructura funcional que el corporativo ha implementado desde su privatización, consolida y fortalece esa delantera en tanto su capacidad sustenta un aprovechamiento versátil, flexible, que lo mismo se adapta con facilidad a la provisión del servicio telefónico que a opciones distintas, aquellas que se clasifican en el siempre amplio abanico del valor agregado. Ello concreta una *ventaja acumulativa que emerge como cualidad integrada, sólida y superior*, en tanto únicamente requiere el ajuste y la adaptación de las facilidades disponibles para soportar la nueva

prestación que el corporativo libera. Es por ello que la empresa se constituye en fuerza dominante en cualquier mercado específico que atienda: su sólida infraestructura únicamente se adapta y con ello resulta suficiente.

6. Que los beneficios y provechos que ha obtenido la telefónica del poder estatal asimismo se subordinan a su búsqueda de realización en plazos mínimos y del retorno ampliado de la inversión en el menor tiempo posible, por lo que *los capitales que operan la compañía telefónica han conformado una oferta que principalmente se enfoca hacia los segmentos de población con mayores recursos económicos, y a la vez margina a los sectores sociales de menores ingresos*. Por ello, las asimetrías territoriales y sociodemográficas de cobertura y de servicio presentes en el mercado antes de la liberalización se han conservado, e incluso se profundizan a medida que el suministro diversifica los servicios. La habilitación de líneas fijas que se estableció como obligación básica para la nueva empresa, agota su dinamismo en cuanto se cumplen los compromisos fincados, y después de cuatro años se aletarga el ritmo de instalación. Si bien ésta se mantiene a lo largo del tiempo, su propósito de desarrollo no es ya la premisa de *ofrecer servicio a más mexicanos* que sostuvo y entronizó el discurso, sino consolidar la infraestructura operativa del monopolio para su capitalización posterior. La desconexión de las líneas fijas homologa un planteamiento nunca escrito y sin embargo con vigencia plena: toda instalación debe generar ingresos, y si éstos no se producen es indispensable reconvertir su entorno de desarrollo para corregir el desvío.
7. Que la consideración del servicio telefónico únicamente bajo la *perspectiva rentable acota su funcionalidad como servicio público y de interés general, y al ser avalado por el entorno proteccionista que el Estado ha generado para el operador, legitima esa limitante del esquema de suministro*. La vocación del capital privado no es la misma que anima a la inversión pública, por lo que al condicionar el crecimiento del sector a la satisfacción de la demanda de los sectores poblacionales de mayores ingresos, margina a la mayoría de conciudadanos de la disponibilidad de servicio, cuando no los empuja a una escasez permanente o a una prestación limitada en calidad y eficiencia que paradójicamente les resulta más costosa. Tal situación ha justificado la intervención del Estado para corregir las diferencias y fomentar el equilibrio en el suministro. El **Fondo de Cobertura Social** cuya implantación operativa llevó cuatro años después de ser aprobado por el Senado de la República, fundamentó su existencia en ese propósito de equidad, aunque al entregar las cantidades comprometidas al operador dominante solo se reforzó al monopolio y a su infraestructura otorgándole presencia física donde no la tenía.
8. Que en tanto red de acceso telefónico fijo de mayor proyección en el territorio nacional, la implantación operativa de los servicios *triple play* supone que el *monopolio sea el obligado principal en el cumplimiento de*

*las tres condiciones* que se han establecido para intervenir en el proceso convergente y desahogar sus articulaciones y empalmes. Éstas conllevan efectivamente...

- \* La *interconexión*, para que el resto de proveedores tengan acceso a su infraestructura y puedan hacer llegar su oferta hasta el hogar o instalaciones de los 16.4 millones de hogares cautivos;
- \* La *interoperabilidad*, condición indispensable para garantizar la conducción y recepción de esas ofertas y su desahogo técnico-administrativo completo, a cabalidad y con estándares adecuados, hasta la última milla de cada polo relacionado; y,
- \* La *portabilidad*, para que el acceso a servicios, aplicaciones y contenidos se lleve a cabo mediante la red que el usuario requiera o contrate, sin que en ese tránsito posible pierda su número telefónico original.

Hasta la fecha, la experiencia que se precisa desde 1997 en el único tema con desarrollo, la interconexión, señala con creces que el monopolio dispone de recursos amplios y suficientes para manejar a su provecho tal condicionante. De hecho, las opiniones que desde fines del 2007 hasta mediados del 2008 ha exteriorizado sobre el *Plan de Interconexión e Interoperabilidad* durante su consulta pública, señalan su rechazo inicial al instrumento, actitud que por lo menos vendrá a dilatar su aplicación y compromiso, y obligará a una concertación forzada para su desenlace.

9. Que la *progresión económica del consorcio depende asimismo de la simbiosis convergente*, por lo que su protagonismo en el proceso habrá de sustentarse en aprovechar al máximo todas sus ventajas, tanto las técnicas como las políticas; las legítimas, y asimismo las que ha cosechado con base en su posición dominante. Esta tarea puede llevar implícito el bloquear a sus opositores en aquellos temas que los relacionen, por lo que la negociación que se evoca en el punto anterior puede ser regla permanente y no tema excepcional. De hecho, con base en la estrategia que en forma periódica el consorcio utiliza para imponer sus intereses, a mediados del 2007 el corporativo ha iniciado su campaña y despliegue de declaraciones públicas que anteceden a las presiones directas, y ha divulgado ya que las ofertas triple play operativas en banda ancha después de octubre de 2006 le han quitado clientes en algunas ciudades, debido a que el suministro propio no ha podido concretarse por la dilación que, sin motivo, ha ejercido la autoridad para modificar su título de concesión y levantar la única prohibición que se le impuso<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Verónica Gascón. "Pierde Telmex clientes de red". En: *Reforma*, 14 de junio de 2007; y, Antonio Castellanos. "Pierde Telmex 50% de mercado ante cableras". En: *La Jornada*, 14 de junio de 2007.

10. Que a diferencia de la primera experiencia de interconexión de los noventa, el contexto económico político en el que se desenvuelve la convergencia y el accionar del monopolio es completamente distinto. En la actualidad, **Telmex** representa a una estructura corporativa de alcance internacional y con intereses en todo el continente, articulación que implica una toma de decisiones con ese alcance. Sus movimientos y acciones en el entorno nacional se condicionan así a ese factor, aunque al aterrizar cada práctica posible se precise enraizarlas en las condiciones locales precisas que cobijan su desempeño. De esta forma, el comportamiento de la empresa es camaleónico, como bien se argumenta en el ejemplo siguiente: por boca de su propietario, para México avala la postura de la **Comisión Federal de Competencia (CFC)** que recomienda el veto para que adquiera compañías de cable, y mientras, casi al mismo tiempo, en Colombia, justo emprende esa acción y compra cableras para hacerse de la práctica asociada al manejo en red de contenidos audiovisuales. Sería ingenuo suponer que la experiencia obtenida en ese mercado no habrá de trasladarse al entorno nacional, y aprovecharse a cabalidad<sup>17</sup>.

La ratificación empírica de las premisas anteriores dispone de múltiples evidencias que aparecen en la evolución específica de la telefónica. El mismo esquema de venta que se diseñó para desincorporar a **Telmex**; las garantías habilitadas para avivar el interés de los compradores posibles, y más aún el escenario regulatorio que se concibe y organiza para estructurar la interconexión entre operadores al abrirse la competencia en 1997, fueron medidas que polarizaron los beneficios para los nuevos propietarios de la firma y tanto castigan a los suscriptores del consorcio –y para precisarlo, únicamente hay que recordar el aumento de tres dígitos en la tarifa del servicio local, ordenado antes de privatizar a la compañía– como a sus oponentes, por su parte deseosos también de obtener ganancias y beneficios con su intervención en el mercado ya liberalizado. Estos hechos concretos evidencian la potestad que **Telmex** alcanza en el sector, mismo distintivo que le acompaña desde su asomo como entidad privada y a lo largo de los últimos diecisiete años. En ese transcurso, el predominio del monopolio se ha desplegado en decenas de ocasiones, ya para inhabilitar y obstruir a la competencia, a la real y a la posible; ya como obstáculo insalvable que impide siquiera un simple cuestionamiento elemental de su ascendencia. La convergencia de hoy no plantea una situación diferente, un entorno distinto que revierta ese accionar manifiesto, metódico. Anclada pues en la continuidad, con raíces originadas mucho tiempo atrás, el dilema a enfrentar tiene entonces igual planteamiento y propósito que los exhibidos en cada segmento de telecomunicaciones que se abre a la competencia: se trata de arrancarle el mercado al agente monopolístico, al *incumbente* como ahora se le designa, simplemente agregando una vocal al término en inglés.

---

<sup>17</sup> Ver respectivamente: ----- “**Telmex** no comprará cableoperadores mexicanos”. En: *tele-semana*. Vol 14, No 175; 15 de marzo de 2007; y, ----- “**Telmex** comprará a **TV Cable** y **Cable Pacífico**”. En: *tele-semana*. Vol 13, No 163; 7 de diciembre de 2006.

## B. La telefonía: el servicio más antiguo que ahora corre en el aire para mercarlo todo

Desde la privatización de **Telmex** en 1990, el desarrollo cuantitativo de la telefonía fija ha sido perseverante. Los compromisos de crecimiento del parque instalado que se decretaron en la nueva concesión y el ímpetu inherente al capital fresco, propiciaron que la instalación de líneas fuese permanente desde ese año, y a partir de entonces ha fincado una tendencia que sólo hasta nuestros días pierde dinamismo. Tal declive argumenta mejor que cualquier otro hecho el que la convicción por la suma que nació en 1990 ha estado lejos de asirse a propósito alguno de justicia social o de servicio universal. Al satisfacer con facilidad las condicionantes coyunturales que entonces la autoridad le impuso en cobertura, el monopolio pudo conformar su desempeño para cumplir con precisión sus objetivos de negocio. Así, en 1995, con una inserción pagada de informe y autoelogio, la firma manifestaba a quien quisiera saberlo que se había preparado ya para la competencia inminente, anunciada como frontal y vigorosa por la formación de alianzas estratégicas entre sus antagonistas locales y los operadores foráneos más grandes y reconocidos de Norteamérica. *“Telmex: en los últimos cuatro años, crecimiento sin precedente en las telecomunicaciones”*, titulaba el desplegado<sup>18</sup>, y para alimentar esa premisa describía enseguida la expansión lograda por el monopolio en cada uno de los rubros importantes. Desfilaban pues variables como la edificación de su red de fibra óptica para larga distancia e interconexión de centrales; el tendido, operación y aprovechamiento de cables transoceánicos para el enlace internacional; la digitalización plena de toda la infraestructura, y sobre todo el crecimiento de las líneas instaladas, que según su dicho, permitían la incorporación de todas las poblaciones rurales con más de 500 habitantes existentes en el país hasta esa fecha. Estas y otras referencias parecieron culminar en un segundo manifiesto, ahora a cargo de reporteros dedicados, quienes para redondear sus datos y cuantificaciones no dudaron en decretar: *“Telmex, lista para el desafío”*<sup>19</sup>. Después de tal absoluto, se reseñaban casi los mismos detalles y opiniones que se habían expuesto en la primera referencia. Ambos discursos contribuyen a crear la imagen de suficiencia que desde entonces ha buscado crear la operadora en torno a sus servicios.

Durante 2007 la estadística que ha registrado **Cofetel** con relación al equipamiento fijo es muestra y síntesis del crecimiento sostenido de la infraestructura, y, en los últimos meses, también evidencia de la erosión en la rentabilidad de la planta instalada, merma que se traduce en la desactivación de las líneas fijas. Hacia marzo del 2007 se logra así la cifra récord de la expansión telefónica, 20 millones 139 mil líneas<sup>20</sup>, cantidad que conlleva un aumento de poco más de 270 mil unidades respecto a la estadística de fines del 2006 (19.8 millones). En tres meses, ese tope comienza a variar, se reduce en lo inmediato, y en los dos cortes posteriores que se efectúan el resultado es cambiante aunque por poco margen: 19 millones 891 mil en junio de 2007; 19 millones 982 mil tres

<sup>18</sup> En *Excélsior*, 13 de febrero de 1995.

<sup>19</sup> *El Financiero*, 10 de marzo de 1995

<sup>20</sup> En: [www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE\\_Lineas\\_Totales\\_en\\_Servicio\\_19712004](http://www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE_Lineas_Totales_en_Servicio_19712004). Fecha: 19 de marzo de 2007.

meses después, y 19 millones 744 mil líneas habilitadas hacia el fin del año. Entre estos vaivenes, permanece sin embargo una constante: de cada global, el porcentaje mayoritario corresponde a instalaciones de perfil residencial. En marzo se cataloga en ese rubro el 74.4% de la suma general (14 millones 999 mil líneas) y el resto, 5 millones 140 mil, se clasifican en el rubro de no residenciales. Para el término del ejercicio, la distribución no se pierde: *14 millones 834 mil líneas residenciales; 4 millones 909 mil en su contraparte.*

Por muy poco, los datos que reflejan la paternidad de **Telmex** pueden referirse como indicadores nacionales. Desde su fundación como empresa monopólica de capital mexicano en los setenta, ha dominado el aprovisionamiento en una y otra modalidad y su privatización únicamente afianzó ese aporte. En aquel 1990, el parque instalado por la compañía era equivalente al registro de todo el país, y los 5 millones 352 líneas telefónicas habilitadas se repartían sobre todo en los tres polos económicos más importantes, que correspondían a las principales capitales del país. Guadalajara, en Jalisco; el Distrito Federal y Monterrey, Nuevo León, no solo centralizaban la infraestructura, sino al interactuar y relacionarse conformaban el llamado *triángulo de cristal* de la telefonía, que desde la aparición de los primeros operadores alternos ha sido objeto de codicia y ambición por el gran flujo de tráfico que canaliza. La densidad que producían las cifras nacionales –es decir, teléfonos por cada 100 habitantes– llegaba apenas a los 6.5 aparatos en el ámbito nacional.

Como en casi todos los servicios, la intervención de proveedores distintos a **Telmex** en telefonía ha sido marginal y de poca relevancia. Es hasta 1999 cuando otras empresas desarrollan instalaciones en la designación fija, sin lograr establecer un desafío al predominio de la compañía original. Sobre la suma de ese año, apenas contribuyen con 49 mil líneas, y si bien para el 2000 su registro se multiplica por cinco respecto al año anterior, sólo representa el 2.12% del total nacional mientras el restante 97.8% corresponde a la firma líder. El consorcio no deja de aprovechar su preeminencia y la hace valer en todas las situaciones posibles; de inicio, es su ventaja para manejar los precios de la instalación de líneas. Cálculos de la **Cepal**<sup>21</sup> señalan por ejemplo que en 1996 el habilitar una línea residencial en Estados Unidos costaba 43 dólares en promedio, y la renta mensual sin límite de llamadas, 20 dólares. En México, por esos mismos conceptos el monopolio cobraba más de 200 dólares y 15 más por cien llamadas incluidas, lo que implicaba un cobro extra a partir de la llamada 101. Este escenario se mantiene estable en el tiempo y en el 2005 la empresa cotiza ahora su instalación arriba de los 120 dólares, nivel que según la estadística de la **UIT** era de los más altos en América Latina. Brasil, Chile y Argentina, los países de siempre en el careo con el nuestro, presentaban costos radicalmente inferiores: únicamente 18 dólares en promedio para el caso brasileño; 36 de la operadora chilena y 49 para Argentina, menos de la mitad del ejemplo mexicano. Los precios del monopolio, además, configuran el parámetro de referencia que siguen los competidores en el entorno nacional: de esta forma **Maxcom**

---

<sup>21</sup> Rebeca Escobar de Medécigo. *El cambio estructural de las telecomunicaciones y la inversión: el caso de México*. Santiago de Chile, Cepal, Serie Reformas Económicas, Número 17; Febrero de 1999; 26pp.

cotiza su instalación en 110 dólares y **Axtel** en 113<sup>22</sup>, ambos por debajo del consorcio dominante por algunos puntos pero arriba de los comparativos regionales, e incluso superando a la cifra más alta, la del mercado argentino, que incluso se duplica con tranquilidad.

Hasta el 2006 el desbalance entre las líneas instaladas por cada empresa permanece, aunque el equipamiento nacional haya incrementado su total absoluto y reducido en algunos puntos el predominio del consorcio. En conjunto, los competidores habilitaron hasta el millón 320 mil líneas, entero disminuido frente a los 18 millones 600 mil que **Telmex** orquestaba a la época. El dominante acapara el 93.6% de los 19.8 millones de accesos disponibles. La empresa mejor posesionada es **Axtel**, con apenas 610 mil líneas dispuestas –esto es, únicamente el 3% del parque total que aporta el consorcio (*Cuadro 62*). Tal desbalance estructural, esta diferencia abismal y profunda entre la infraestructura del monopolio y la de sus competidores, es el testimonio duro de su predominio, y está lejos de conformarse únicamente en el entorno cuantitativo de las líneas telefónicas fijas. Su impacto es desde luego evidente en el desempeño de esa infraestructura, y en las tres aplicaciones que comúnmente se conducen por esa vía. En los servicios de larga distancia nacional; internacional, y en el transporte de datos en modalidades distintas - como renta de circuitos X.25, frame relay o TDM; en tecnología de paquete ATM, y con el protocolo IP de Internet-, el dominio del monopolio es completo, como se atestigua en el *Cuadro 63*.

Más aunque el consorcio publicite que su predominio evidente se ha generado por el acierto propio y la ineficiencia de sus oponentes, es claro que su dominancia actual no es producto del ejercicio empresarial que ha desahogado la firma, y tampoco sólo refleja el éxito de su gestión corporativa. El origen de su preeminencia ni siquiera es producto de la privatización, donde obtuvo grandes ventajas. Tal supremacía más bien descansa en las muchas fortalezas que conquistó **Telmex** en su desenvolvimiento como monopolio público. Aunque el discurso sostenga lo contrario.

---

<sup>22</sup> Datos de Verónica Gascón. "Instala México línea fija cara". En: *Reforma*, 29 de agosto de 2005.



Cuadro 62

## Operadores del parque telefónico de líneas fijas

(Miles de unidades)

	1991 <sup>1</sup>	2000 <sup>1</sup>	2001 <sup>1</sup>	2004 <sup>2</sup>	2006 <sup>4</sup>	2007 <sup>5</sup>
1990						
<u>5,352</u>						
Telmex	10,878	12,069	13,372	17,172	18,601	18,280
Nacional	10,927	12,331	13,773	18,073	19,861	19,891
Otros	49	262	401	901	1,320	1,611
			Axtel	454	610	
			Maxcom	180	240	1,134 <sup>6</sup>
			Alestra	267 <sup>3</sup>	410	
			Otros			477

Fuentes:

- (1) Elaborados con base en datos de los informes de **Telmex** de los años respectivos, y de los totales estimados por **Cofetel**. En: [www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE\\_Lineas\\_Totales\\_en\\_Servicio\\_19712004](http://www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE_Lineas_Totales_en_Servicio_19712004) Fecha: 19 de septiembre de 2007.
- (2) Angelina Mejía Guerrero. "Telmex sigue a la cabeza en telefonía". En: *El Universal*, 17 de marzo de 2005.
- (3) Compartía el total con **Marcatel**.
- (4) Alejandro Ascencio. "Acusan de fraude **Iusacell** y **Unefón**". En: *Reforma*, 10 de noviembre de 2006.
- (5) Hasta junio. La distribución por operador se proyecta de: José de Jesús Guadarrama. "Muchos jugadores y poca competencia: Cofetel". En: *Excelsior*, 19 de julio de 2007.
- (6) Conjunta a **Axtel-Avantel**; **Maxcom** y **Alestra**.

**Cuadro 63****Desempeño de los operadores de telefonía fija en 2006**

(Porcentajes de participación)

Operador	Larga Distancia <sup>1</sup>		Datos <sup>2</sup>
	Nacional	Internacional	
Telmex	73	56	68
Avantel	10	20	15
Alestra	7	11	10
Marcatel	5	8	SP
Otros	5	5	7

Notas:

- (1) En minutos cursados.  
 (2) Del total de utilidades obtenidas en el segmento.  
 (SP) Sin participación.

Fuente: Tomado de: Pyramid Research. *Communications Markets in Mexico. Premium Country Report 2007 Edition*. Londres, Pyramid Research Inc., 123pp.

1. La privatización: acicalar el atractivo de la prometida y garantizar el futuro de quien la despose.
--

En el mes de octubre de 1996, el Departamento de Evaluación de Operaciones del Banco Mundial daba a conocer un informe de gestión sobre los resultados que sus políticas sobre reestructuración industrial habían tenido sobre aquellas economías que las habían implementado. Y de inicio, como para evitar reclamos o impugnaciones, la entidad se curaba en salud. “... *se ha llegado a la conclusión* –dice en el mismo párrafo introductorio– *de que las políticas del Banco Mundial están bien fundadas y coordinadas. Pero los resultados han sido dispares. Los resultados de los programas de reestructuración con componentes que contemplan políticas para los diversos sectores y la economía en su conjunto, han sido más satisfactorios que los de aquellos sin componentes de esa índole...*”<sup>23</sup>. En el caso de México, el condicionante que resalta el Banco parecía operar en apoyo de su dicho. Las cuatro referencias que el informe incluía sobre el país, ensalzaban la disciplina y el orden de la política nacional puesta en práctica que, desde luego, había generado los saldos más positivos. Así, los préstamos de intermediación financiera que se habían dedicado a la reestructuración del sector privado tenían más probabilidades de lograr resultados satisfactorios, “*gracias a un entorno económico más libre*”, que el gobierno en turno generó a lo largo de la década de los noventa. Asimismo, las reformas para lograr estabilidad macroeconómica que la administración federal también implementó, solventaron el éxito de la reestructuración. “*En Chile y en México, a fines de los años 80 la inversión privada se canalizó hacia la reestructuración sólo después de que se redujo considerablemente el déficit fiscal y el programa de reformas ganó credibilidad*”, sentencia el organismo. En tercera instancia, la liberalización del mercado que en el país se llevó a cabo en forma por demás acelerada, jugó a la vez un rol determinante y fue vector para animar a la economía con los recursos frescos que aportó el sector privado, como lo reconoce la institución. En... “*México, la oferta de los productores estaba vinculada a las reformas del mercado, que comprendían medidas y acciones como la fijación de precios, la competencia, comercio exterior y marco normativo*”. Por último, en el rubro de propiedad y gestión, el Banco acota que la estrategia del país huésped fue igualmente decisiva para reestructurar con éxito al aparato industrial. “*En aquellos países donde el gobierno estaba firmemente empeñado en la privatización, el sector privado realizó inversiones considerables, como en México...*”.

El cumplimiento estricto de las ordenanzas de la institución que devela el reconocimiento a la actuación del Estado en la reestructuración, es muestra ya de que la venta de Telmex no debe codificarse sólo como el traspaso de los activos telefónicos estatales a la iniciativa privada, hecho común a escala mundial en esa época. El escenario que describe el Banco y los factores que destaca, conformaron un paquete en el cual la desincorporación del operador es

<sup>23</sup> Banco Mundial. “Reestructuración industrial”. En: *OED Précis* No. 103; 8 de septiembre de 1996. Disponible en: [Inweb18.worldbank.org/.../DocUNIDViewForJavaSearch/3C3B10FD21E3CE3D85256BD40067DADC/\\$file/103preSp.pdf](http://Inweb18.worldbank.org/.../DocUNIDViewForJavaSearch/3C3B10FD21E3CE3D85256BD40067DADC/$file/103preSp.pdf)  
Fecha: 25 de octubre de 2007. Todas las citas textuales de obtuvieron de ese documento.

síntoma y a la vez detonador, ejemplo e igual consecuencia. *“De acuerdo con los políticos, se establece<sup>24</sup>, el asunto central de la reforma era concebir a Telmex como una pieza central en un juego estratégico de largo alcance cuyo objetivo era transformar la economía: privatizar a las empresas públicas; abrir las fronteras para internacionalizar el comercio y permitir la inversión extranjera; y, sobre todo, recuperar la confianza del sector privado, perdida por la actuación de las administraciones previas que habían implementado políticas estatizadoras, incluida la nacionalización de la banca...”*. En este entorno, la privatización de la compañía no puede entenderse únicamente bajo su perfil técnico, como traspaso reglado y fuera del contexto histórico en el que se produce. El acto es sobre todo un hecho económico y político que remite a la reestructuración productiva que entra al relevo para renovar los ejes del proceso nacional de acumulación. Así comprendida, la venta de **Telmex** es entonces sintomática por lo que argumenta, y a la vez por lo que representa.

En tanto fruto concreto de la reestructuración productiva y paradigma de la misma, la desincorporación de la telefónica arroja evidencias muy precisas sobre el cómo, cuando y porqué se efectúa en concreto la venta de la compañía, y a la vez respecto a sus consecuencias, que se precisan de inmediato y también perduran hasta nuestros días. La privatización de la empresa demandó en efecto el desahogo de acciones preparatorias, que alteraron el entorno en el que **Telmex** se desempeñaba y la actuación protagónica de la estructura que se puso en movimiento para realizarla. La trascendencia de esta fase inicial, precursora sin duda, es reconocida tanto por las apoloías sobre la venta de **Telmex** como por las críticas del proceso<sup>25</sup>. Ambos partidos comparten la calificación positiva del proceso que la precedió, y en conjunto resaltan también la forma en que el Gobierno Federal de entonces diseña las premisas de la desincorporación, apresura su aplicación y desahogo, y se propone resolver y eliminar cualquier problema, avería o cuestionamiento que pudiera desalentar a los compradores posibles. Tal certeza resultaba fundamental en tanto la entrega de la telefónica era una de las primeras acciones políticas que buscaban superar la crisis económica de la década anterior, y su desincorporación fue concebida por el gobierno en turno como el paradigma de la liberalización económica y de la política de promoción a la inversión privada, ya nacional o extra fronteras. Según el decir del líder sindical de los telefonistas, la venta de **Telmex** fue el *proyecto estrella del régimen*, y bajo tal cobertura debía tener una marcha contundente; limpia; resuelta y expedita; que fuera signo y expresión de la voluntad férrea de los gobernantes por imponer la nueva estrategia de desarrollo sin dilación, desvíos o inseguridades. Debía sobre todo ser eficaz y cumplir el propósito implícito en la convocatoria permanente al capital que el Ejecutivo hacía llegar desde todos lados: en el corto plazo, tenía que abreviar el retorno de la

---

<sup>24</sup> Judith Mariscal. “Telecommunications reform in Mexico from a comparative perspective”. En: *Latin American Politics and Society*. Otoño de 2004; 8pp.

<sup>25</sup> Entre la argumentación a favor puede citarse el libro de Gabriel Székely y Jaime del Palacio (*Telefonos de México: una empresa privada*. México, Editorial Planeta, 1995), donde *“sin duda”* se le califica como *“una de las más exitosas ventas de empresas públicas en el mundo”* (60pp). En el polo contrario, es recomendable consultar a Rafael Rodríguez Castañeda. *Operación Telmex: contacto en el poder*. México, Editorial Grijalbo, 1995. El simple título remite ya a la opinión que el autor mantiene sobre el proceso.

inversión dedicada y multiplicarla para beneplácito de los nacientes propietarios. *“Se esperaba que la privatización fuera noticia internacional y que debía ser rápida para ser efectiva, se asegura. Tenía que formalizarse como un aviso para el inversionista privado, una alerta de que podía obtener grandes dividendos si invertía sus recursos en el país”*<sup>26</sup>. En tal convicción, sus propulsores la concibieron como una prueba al modelo económico que nació y se buscaba implantar. Las acciones preparatorias a la desincorporación buscan entonces el fortalecer a la empresa y dotarla de las mayores ventajas posibles, con miras a encauzar un desempeño económico exitoso que lograría legitimar tanto el proceso de apertura y de retiro del Estado de la actividad económica, como el rol estelar que habría de tener la inversión privada nacional y extranjera en el entorno renovado del desarrollo capitalista.

La legitimación que acompañó al proceso estuvo a tono con su envergadura. Como principio, se fincó un abundante discurso que describía con detalles la situación crítica del servicio telefónico. *“No obstante las altas tasas de crecimiento obtenidas en el servicio telefónico, aseguraba por ejemplo SCT, el dinamismo de la demanda ha superado la expansión de la planta. En las zonas rurales donde los núcleos de población están muy dispersos y la topografía es muy accidentada, el servicio telefónico ha tenido un desarrollo muy limitado, además de que careció de un programa congruente que coordinara y orientara las acciones para su desarrollo”*<sup>27</sup>. El tono hace costumbre en varios frentes y pronto llegan en cascada los datos y cifras que narran la crisis, sus repercusiones, y la tarea imprescindible que de ese diagnóstico se deriva, la desincorporación de la telefónica. Como en el caso de la inversión federal adscrita a la DGT, la dedicada a la planta telefónica fue menor en un 12.6% respecto al programa original del sexenio 1982-88, y de inicio ello derivó en la contracción de la cantidad de teléfonos instalados, que fue 17.2% menor respecto a las metas programadas en el comienzo de la gestión. En poblaciones enlazadas a la red telefónica; kilómetros de circuitos de larga distancia y evolución del tráfico, se presentan reducciones de dos dígitos, que oscilan entre el 26 y el 40%.

En otros indicadores de desempeño operativo, el escenario era igualmente inestable. A escala nacional se registraba un promedio diario de 67 teléfonos fuera de servicio y el tiempo de atención podría ser de semanas. Cerca de un millón y medio de solicitudes de instalación no habían sido atendidas, y además se cuestionaba su habilitación telefónica porque la causa principal de la ineficiencia del servicio radicaba en la antigüedad de la red. Con urgencia, se demandaba el reemplazo de 600 mil líneas –lo que representaba cerca del 20% de la capacidad instalada- y cirugía mayor respecto a las centrales telefónicas, gran parte de las cuales poseían tecnología analógica y por lo mismo presentaban ya signos importantes de obsolescencia; además, un alto porcentaje de las líneas locales

---

<sup>26</sup> M. Furat. *Deregulation in telecommunication sector in México*. School of Social Science of the Middle East Technical University, Massachusetts, Junio de 2004: 63pp.

<sup>27</sup> Citado en Ana Luz Ruelas. *La revolución de las telecomunicaciones en México y en Estados Unidos*. México, Universidad Autónoma de Sinaloa, 1995.

urbanas se conformaba mediante instalaciones aéreas, lo que producía una alta incidencia de desconexiones físicas y la necesidad de implementar un programa intensivo de mantenimiento, que podía no tenía fin.

El entorno del servicio se complementaba con otras precisiones igualmente negativas (Cfr. **Recuadro 64**). Por ello, la noticia difundida en la mañana del 18 de septiembre de 1989 durante la convención anual del sindicato de telefonistas, no causó sorpresa alguna. La misma Presidencia de la República anunciaba en efecto la privatización de la empresa.

Si bien la proclama sobre la desincorporación tenía tinte de finiquito que de una vez corregía la compleja problemática anunciada, justo su planteamiento terminante dejaba de lado otra cara de la telefónica que si se atendía estacionaba una gran duda respecto al diagnóstico que justificaba la venta anunciada. Un destacado analista pone en claro tal vertiente y sin dejar de reconocer la situación de la empresa llega a plantear incluso un camino distinto a la privatización como remate posible. La advertencia de Enrique de la Garza que enseguida se cita in extenso, es pues representativa porque establece tal digresión con claridad. *“Aunque aparentemente la privatización de Telmex se derivaba de la consideración de que en cinco años era necesario invertir 10 mil millones de dólares para expandir y modernizar el servicio, recoge del discurso, el hecho es que al momento de la privatización se trataba de una empresa financieramente exitosa y que desde hacía diez años había iniciado la ruta de la modernización tecnológica, organizacional y de las relaciones laborales y sindicales. En 1989, el año anterior a la privatización, Telmex había reportado el mayor aumento en utilidades y ventas de su historia; entre enero y junio de 1990, al momento de la privatización, las utilidades crecieron en un 167.9%, al grado de ser la empresa más rentable a nivel mundial en la rama de las telecomunicaciones. En esta medida, sería difícil plantear que no era posible que Telmex, como empresa de propiedad mayoritaria del Estado, hubiera podido lograr financiamientos para crecer y modernizarse en los noventa”<sup>28</sup>.*

Como el mismo De la Garza reconoce, los resultados positivos logrados fueron fruto de las acciones programadas para actualizar a la empresa. Y esta simple correlación que culmina en éxito cuestiona el desenlace privatizador porque abre una alternativa que si el poder consideró como eje posible de acción también tuvo el cuidado de no hacerla trascender: el fortalecimiento de la operadora para su permanencia en la estructura estatal. Si apenas en algunos meses, con disposición, recursos y metas específicas, se logró hacer ingresar a Telmex en el ranking de los líderes en rentabilidad, *¿qué podría haberse logrado con una tarea más decidida y con tiempos de desarrollo adecuados para concretarla? ¿Qué más con planes y objetivos definidos al detalle? ¿Con un sumario claro que propusiera la modernización de la telefónica como agente fundamental de las telecomunicaciones nacionales?*

---

<sup>28</sup> Enrique de la Garza. “Los bonos de productividad en Telmex”. En: Enrique de la Garza (editor). *Convenios y bonos de productividad en empresas mexicanas*. México, SYyPS, 2007; 191-192pp.

**Recuadro 64. Diagnóstico del servicio telefónico en 1990...**

- \* El servicio ha reducido su ritmo de crecimiento del 14% que logró a lo largo de los setentas al 6% registrado en el período 1983-88, lo que agudiza su ya escasa penetración, disminuye su calidad y acentúa la imposibilidad de diversificar sus servicios. La insuficiencia de recursos para financiar la inversión, las tarifas insuficientes y mal estructuradas, una administración inadecuada, y un marco regulatorio poco flexible se encuentran en la raíz de esa retracción del desarrollo.
- \* La red únicamente cubre el 18% de los hogares nacionales, sobre todo aquellos de estrato socioeconómico alto que prácticamente se encuentra cubierto en su totalidad. La población de bajos ingresos apenas se atiende: la penetración telefónica únicamente satisface el 5.4% de esos hogares. En telefonía rural subsiste un atraso en la atención a las comunidades de 500 a 2,500 habitantes: únicamente se satisface al 42% del total existente, faltando cerca de 18 mil localidades de ese rango. Hasta 1987 el ritmo de crecimiento había sido de 300 poblaciones por año, entre **Telmex**, la **DGT** y un concesionario privado.
- \* De forma global se registra un retraso significativo: la red telefónica consta de 4.3 millones de líneas y 8.7 millones de aparatos, lo que arroja una densidad de 5.1 líneas por cada 100 habitantes.
- \* El servicio presenta índices de calidad insuficientes y deteriorados; en la ciudad de México el promedio de reparaciones se ha reducido de 15 por día / trabajador obtenido hasta 1980, a la mitad, situación que se suma al desgaste paulatino de la vocación de servicio de los empleados.

Fuente: Realizado a partir de Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Programa Nacional de Comunicaciones y Transportes 1988-1994*. México, SCT, 1990.

La hipótesis es irrelevante ante los hechos, pero su planteamiento obliga a establecer por lo menos tres considerandos que gobernaron la operación de venta de la telefónica. Los puntos que enseguida se abordan ilustran tales vectores.

### 1.1 La estructura y desempeño de Telmex como base de la privatización.

En el discurso, la modernización de la empresa se sostenía en dos puntos: corregir las deficiencias en el funcionamiento rutinario de la operadora mediante la inyección de recursos abundantes, y, actualizar sus plataformas tecnológicas para expandir la cobertura y diversificar la oferta de servicios. Ambos propósitos partían sin embargo de una base común: la infraestructura disponible y los recursos técnicos, humanos, financieros y operativos que concentraba la empresa, mismos elementos que la retórica gubernamental minimizaba para fundamentar su decisión. Sin embargo, la envergadura de aquella plataforma y el aporte conjunto de todos sus componentes

tampoco era insignificante. La radiografía cuantitativa de **Telmex** del período 1982-1988 que se presenta en el **Cuadro 65**, si bien muestra las fluctuaciones económicas que la caracterizaron a la época, también ilustra su potencial de crecimiento: si se atiende al renglón de *Activos Totales*, es palpable la mayor estabilidad y solidez que poseía el monopolio. Esta percepción es compartida además por exámenes formales que habían evaluado el accionar de la telefónica y que incluso eran favorables a su privatización, y la recomendaban como la etapa necesaria para proseguir su desarrollo como entidad de servicio público. Tal fue el caso de los cuatro dictámenes que enseguida se sintetizan...

- a) El informe sobre la privatización de **Telmex** de la **Cepal**, mismo análisis cuyo punto de partida es el reconocimiento del cometido exitoso de la compañía en sus días de monopolio público. *“Desde su gestión bajo control estatal mayoritario, rescata, Telmex presentó una estructura financiera sólida y adecuados niveles de rentabilidad”*<sup>29</sup>.
- b) La nota sobre el proceso de liberalización de las telecomunicaciones mexicanas que somete la Embajada de Francia en México en 2001, que asimismo califica la situación financiera de **Telmex** como promisoría de un gran éxito económico en el corto plazo. *“Desde su nacionalización en 1976, aclara, su desempeño económico nunca ha sido una carga para el erario. Al contrario, la empresa siempre ha sido una fuente de recursos para el Estado mediante el pago de impuestos. Entre 1982 y 1987, el gobierno ha retenido cerca de los dos tercios partes de las utilidades de la firma mediante la obligación tributaria”*<sup>30</sup>
- c) El reporte de **Pyramid Resarch** de 1990, que igual rescata esas cualidades y por ello registra, contextualiza y aprueba la privatización de **Telmex** como un esquema propicio para obtener e incorporar con rapidez nueva tecnología de comunicaciones, la cual vendría a perfeccionar la funcionalidad de la firma y a fortalecer su posición competitiva ante la apertura de fronteras y el ingreso de participantes inéditos. Esa irrigación de recursos era pues necesaria, pero no imprescindible y menos aún dependía en exclusiva de la voluntad e interés de los capitales privados para lograrla.
- c) La formalidad del **Banco Mundial**, que según una destacada analista del sector, concuerda en preciar el potencial de crecimiento de la empresa y lo considera suficiente para soportar su desarrollo en el corto y mediano plazo. Su raciocinio, así, se establece en los términos siguientes: *“Telmex tiene una gran capacidad para generar recursos, que podrían reinvertirse en el sector. Aquel argumento que señala la*

---

<sup>29</sup> Rebeca Escobar de Medécigo. *El cambio estructural de las telecomunicaciones y la inversión: el caso de México*. Santiago de Chile, Cepal, Serie Reformas Económicas, Número 17; Febrero de 1999; 26pp.

<sup>30</sup> Embajada de Francia en México. *Evolutions de la politique mexicaine des télécommunications*. Mimeo, 2001; 5pp.



## Cuadro 65

**Telmex: resultados financieros 1982-1988**

(Cifras en millones de dólares de EEUU a precios corrientes)

Años	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
<b>Ingresos</b>	960	899	1,034	1,032	923	1,047	1,510
<b>Larga distancia*</b>			75	77	83	84	77
Nacional			41	47	57	54	47
Internacional			34	30	26	30	30
<b>Servicio Local*</b>			19	17	13	15	21
<b>Ganancias netas</b>	174	200	227	175	93	289	633
<b>Activos totales</b>	3,770	3,222	4,099	4,033	4,030	4,143	5,910

(\*) En porcentaje.

Fuente: Tomado de: Pyramid Research. *Communications Markets in Mexico. Premium Country Report 2007 Edition*. Londres, Pyramid Research Inc., 123pp.

*carencia de fondos públicos como limitante estelar para obtener las inversiones que se necesitan, no está particularmente fundado*<sup>31</sup>.

Conforme las afirmaciones que anteceden, la vertiente de modernización que sugiere **De la Garza** encontraba elementos objetivos para sostenerse. Otros soportes a sus premisas irrumpen al recordar las acciones de largo alcance que **Telmex** organiza para enfrentar la digitalización del servicio, y que se remontan a 1973, cuando concluye la instalación del centro telefónico San Juan en la ciudad de México y se habilita la primera central electrónica con control centralizado por computadoras **AKE**, para el servicio de larga distancia. Después, al debut de la década de los ochenta, la empresa libera la central digital pionera en el país y la radica en Tijuana, para la filial estrella **Teléfonos del Noroeste**. Dos años más tarde inicia propiamente la digitalización de la red nacional con la instalación exhaustiva de centrales en esa tecnología, y, en forma simultánea, pone en funcionamiento el

<sup>31</sup> Citado por Judith Mariscal. "La reforma en el sector de las telecomunicaciones en México: un enfoque de economía política". En: *Política y Gobierno*, Volumen V, Número 1, Primer semestre de 1998; 45pp

conmutador digital **MD1** de **Ericsson**, que optimiza las facilidades disponibles y perfecciona su oferta para el mercado de comunicación empresarial. Estos adelantos meramente puntuales se suman a la infraestructura total existente y afianzan el decir del experto en tanto *son los elementos de base que hubieran sostenido la modernización de Telmex en su entorno natural*. Y la mejor prueba de ello es que ese cimiento técnico-productivo logra extraer un gran provecho al aumento del 55% en la inversión federal de 1990, y por ello obtiene una rentabilidad calificada de privilegio en el mismo año. No es posible encontrar una comprobación más atinada del potencial de la firma: y justo aparece en el terreno que tanto aquilatan y valoran los seguidores y adictos del desempeño macroeconómico como evaluación única.

Cuestionada entonces la inviabilidad productiva de la firma en el entorno estatal que ennoblecía el discurso, el argumento objetivo para su privatización emerge lejos ya de las descripciones apocalípticas sobre el desarrollo de **Telmex**. En franca paradoja a esa premisa, inclusive se concreta atado a sus posibilidades de crecimiento y de reproducción que en ese 1990 se rastreaba en la firma. El trabajo sobre México de Ravi **Ramamurti** reconoce esa línea de acción y el juicio que le merece forja una máxima aplicable en otros entornos nacionales. La privatización de una compañía cuyo desempeño arroja utilidades y con posibilidades de capitalización, dice, se lleva a cabo de manera más fácil y con mayor provecho que si no se presentan esas ventajas<sup>32</sup>. Esta lógica meramente económica legitima las acciones del poder: no únicamente buscó vender a la telefónica para agradar al inversionista monopolístico y abrir una nueva área de oportunidad para su capitalización. También, y quizás incluso en primer lugar, deseaba obtener los mayores ingresos posibles por ello, y esa perspectiva crecía si la empresa arrojaba evidencias de que podía constituir un negocio atractivo. *“Los objetivos preponderantes del gobierno eran maximizar los ingresos de la privatización”*<sup>33</sup>, afirma a propósito un estudioso del proceso, y con ello se devela el porqué la telefónica fue seleccionada para anunciar al mundo la nueva estrategia de desarrollo nacional, centrada en el papel dominante de los recursos privados y el retiro del Estado de la actividad económica.

## 1.2 Sumar gangas y momios para redondear aquella venta única de garage.

Más la entrega de la telefónica igual precisaba otros avales. No se perseguía solamente el privatizar al operador, sino también el confeccionar la venta como el mejor negocio posible para quien decidiera adquirirla. De esta forma, cada entidad del Ejecutivo que se relacionó con el proceso hizo su parte a suficiencia, con una eficacia y rapidez desacostumbradas en el sector público. De comienzo, la **Unidad de Desincorporación** de la **Secretaría de**

<sup>32</sup> Ravi Ramamurti. “Telephone privatization in a large country: Mexico”. En: Ravi Ramamurti (editor). *Privatizing monopolies: lessons from telecommunications and transport sectors in Latin America*. Baltimore, John Hopkins University Press, 1996; 72-107pp.

<sup>33</sup> Rafael del Villar. *Equidad y competencia en las telecomunicaciones*. Ponencia presentada en la conferencia internacional “Equidad y competencia para un alto crecimiento en México”, México, D.F. 27 y 28 de noviembre de 2006. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTMEXICO/SPANISH/Resources/telecomm-pdf.pdf>

**Hacienda y Crédito Público** tomó riendas, vanguardia y formulismos, y con la presidencia del Consejo de Administración de la empresa efectuó su reestructuración, considerando tres grandes áreas de cambio y escrutinio: sus obligaciones fiscales; las tarifas de sus servicios, y el endeudamiento que registraba hacia 1990. El marco impositivo es entonces revisado, y se establece que todos los cargos a cubrir por la empresa se concentren en un impuesto del 29% sobre la totalidad de ingresos, mismo que puede acreditarse hasta con el 65% de las inversiones anuales que se realicen a lo largo del período 1990-95. Catalogado como incentivo fiscal, ese procedimiento implicó de hecho una reducción tributaria sustantiva, que el Gobierno exaltó como una contribución de la Federación a la bolsa de recursos frescos que debía comprometer el nuevo dueño. En consecuencia, la reforma *“permitió a los compradores de Telmex incrementar sustancialmente su tasa de retorno, y consecuentemente adelantar los pagos comprometidos en la compra de la empresa”*<sup>34</sup>.

En cuanto a los deberes, la deuda con el exterior que **Telmex** había contratado fue intercambiada en el mismo 1990 por obligaciones con el gobierno mexicano, recambio de enorme beneficio para la empresa en tanto le evitó llevar una carga en moneda extranjera; el efectuar transferencias de recursos al exterior, y la obtención de 200 millones de dólares como ganancia después de ese enroque<sup>35</sup>. Las tarifas, por su parte, se modifican en dos momentos y con sentido inverso. Como apunta el *Cuadro 65*, la fuente de ingresos principal de la telefónica era el servicio de larga distancia, pero al preverse la apertura a la competencia en ese segmento tomaba relevancia el servicio local como sustituto deseable y previsible. De esta forma, las tarifas de esa modalidad se incrementan de manera sucesiva: en un relevante 186% en 1988, y todavía en un superior 620% dos años después y once meses antes de que la firma se desincorporara. En compensación, las internacionales se reducen en cambio por varios puntos a lo largo del mismo 1990. Según un análisis especializado, los movimientos tarifarios generaron un incremento de un 125% en las ganancias de la empresa, mismo que ya se obtiene al cierre del mismo ejercicio, esto es, casi en forma simultánea a su privatización. Con tales números, no extraña la clasificación de la firma como una de las telefónicas más rentables del planeta<sup>36</sup>.

El protagonista federal innato del proceso, el despacho de **Comunicaciones y Transportes**, fue activo también e hizo posible que la nueva firma participara en todos los rubros de las telecomunicaciones del momento. Mediante el instrumento legal del caso, se facilitó su involucramiento en los segmentos siguientes:

---

<sup>34</sup> Judith Mariscal y Eugenio Rivera. *Competencia y regulación en las telecomunicaciones: el caso de México*. Santiago de Chile. Cepal-IDRC-CRDI; 16 de septiembre de 2006; 5pp.

<sup>35</sup> Ibidem.

<sup>36</sup> Ben Petrazzini. *The political economy of telecommunications reform in development countries: privatisation and liberalization*. Nueva York, Praeger Publishers, 1995.

- \* *Venta y distribución de bienes asociados a la operación telefónica.* Para ello, el **Reglamento de Telecomunicaciones** de octubre de 1990 liberaliza el uso de equipo terminal, y sólo lo sujeta a normas técnicas de homologación para su enlace en las redes. Se elimina el requisito de obtener permiso previo para su instalación y conexión, lo que abre la concurrencia de cualquier empresa y prohíbe la compra obligada de equipo. En tanto manejaría la única red pública, el monopolio aprovecha el cambio y mediante una unidad dedicada se transforma en un proveedor exitoso que pronto rebasa la provisión en telecomunicaciones y ofrece una gama amplia de productos informáticos y de oficina. La venta a plazos de computadoras que hoy sirve a la empresa como soporte para promover su oferta de conexión a Internet, tiene ese origen y procedencia.
  
- \* *Provisión de enlaces a escala nacional.* La alternativa se fortalece con la entrega de los 20 millones de kilómetros de circuitos telefónicos de la red federal de microondas, aún manejada a principios de los noventa por la **DGT**. Asociado al endoso de la red, de manera natural, se concede el suministro de la conducción terrestre de señales en todo el territorio, situación que para octubre de 1990 se hace todavía más explícita al modificarse las funciones de **Telecomm** y descartar expresamente a la telefonía de larga distancia de su ámbito de atribuciones. Así, **Telmex** era la única empresa autorizada para proporcionar el servicio.
  
- \* *Telefonía celular,* que apenas emergente, supuso el otorgamiento de la única concesión nacional para suministrarla, así como de las bandas de frecuencias del espectro que la soportan en todo el territorio. Tal enroque se logró al ampliar la vigencia de dos autorizaciones ya operadas por **Telmex** a través de sus filiales **Radiomóvil Dipsa** y **Teléfonos del Noroeste**. La primera obtuvo desde 1977 la concesión para instrumentar un sistema de radiotelefonía móvil en la ciudad capital, misma que debuta cuatro años después y llega a proporcionar el servicio conocido como *teléfono en el auto* a 600 usuarios hasta 1982. Por su parte, la segunda praxis se genera en el norte del país, en 1987, cuando **Telnor** solicita y obtiene carta blanca para instalar una base celular en Tijuana, con el propósito de servir a los turistas estadounidenses. Si bien el sistema no debuta de manera comercial, proporciona en cambio una experiencia básica para que el monopolio arranque ya con predominio en el servicio pionero, que hasta hoy se explota bajo la marca **Telcel** y desde su origen logra por mucho la posición dominante.

La prestación que se garantizó al concesionario únicamente tuvo dos sujeciones: la instalación y operación de satélites de comunicaciones, y la radiodifusión, en específico la prestación del servicio de televisión. En apariencia, la última condicionante tenía un claro tinte compensatorio: a cambio de excluirla del proceso de desincorporación como compradora posible, se garantizaba a **Televisa** que la firma por llegar no sería competencia en su negocio original

Tal consideración, estaba lejos de vislumbrar siquiera que con ese considerando se sentaban las bases de la pugna por la convergencia que llega hasta nuestros días<sup>37</sup>.

Finalmente, a través de la **Secretaría del Trabajo** se anima la modificación del contrato colectivo entre el sindicato y **Telmex**, misma que origina el **Convenio de Concertación para la Modernización**, firmado en abril de 1989<sup>38</sup>. El acuerdo vino a culminar la negociación entre empresa y trabajadores con motivo de la privatización, viraje que de seguir la pauta presente en otros países, suponía la eliminación mayoritaria de puestos de trabajo y el despido de sus ocupantes. A cambio del compromiso de **Telmex** de evitar el reajuste masivo del empleo, el sindicato aceptó la desregulación de las condiciones laborales y el acuerdo para disponer y distribuir a los trabajadores conforme las necesidades del servicio. Con ello se modifican y reducen las cláusulas originales del contrato colectivo que permitían el protagonismo y la intervención sindical en la incorporación de nuevas tecnologías. A la vez, se alteran las disposiciones que ligaban los salarios a la productividad, y se promete a los trabajadores que sus derechos laborales serán respetados en el proceso de venta, e incluso que podrán participar en la propiedad de la nueva empresa. *“Además, se acota e informa, el Ministerio del Trabajo concedió el registro de la Federación de Sindicatos de Empresas de Bienes y Servicios, antecedente de la actual Unión Nacional de Trabajadores, donde el Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana contaba con un lugar en la presidencia colegiada...”*<sup>39</sup>. El concurso de los trabajadores en la firma se gesta durante la misma privatización, cuando el Gobierno Federal adquiere 467 millones de acciones de la compañía, con un valor nominal de 365 millones de dólares, que se reparten entre los telefonistas sindicalizados. La operación se lleva a cabo mediante el concurso de **Nacional Financiera**, que concede un préstamo con plazos de amortización a ocho años a cubrir con los mismos rendimientos de las acciones.

La totalidad de movimientos y arreglos previos a la privatización buscaron reformar las estructuras de la firma con un solo objetivo: lograr la mayor rentabilidad posible en el corto plazo y garantizar ese resultado operativo para el comprador en los años por venir. Ese propósito suscitó tanto el desahogo de los preparativos que se han señalado, como las particularidades específicas que asumió el mismo proceso de venta. Esta temática, altamente representativa también, se describe en la sección que sigue: en conjunto con los preparativos, favoreció la

<sup>37</sup> Recientemente, esa versión fue ratificada por Alberto Aguilar. Cfr. Columna “Nombres, nombres y... nombres”. En: *Reforma*, 31 de marzo de 2008.

<sup>38</sup> De hecho, las negociaciones entre Sindicato y empresa sobre las condiciones de trabajo se habían iniciado desde mucho tiempo atrás, cuando la compañía decide iniciar la digitalización de su infraestructura después de los sismos de 1985 de la ciudad de México. Para conocer el proceso ver: Ignacio Medina Núñez. “Teléfonos de México: modernización, privatización y nuevas relaciones laborales”. En: *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*. Volumen I, Número 3, Mayo-agosto de 1995; y, Gabriel Pérez y Gerardo Tonal. “Estrategias de flexibilidad productiva y cambio tecnológico en Teléfonos de México”. En: *Economía, Sociedad y Territorio*. Volumen IV, Número 14, 2003.

<sup>39</sup> Mario Ortega Olivares. *La privatización de Telmex en el contexto de la reconversión global de las telecomunicaciones*. Ponencia en el Congreso 2006 de la **Canadian Association of Latin American and Caribbean Studies**. Universidad de Calgary, Alberta, Canadá. 28 a 30 de septiembre

conformación del monopolio que a diestra y siniestra hoy se impone sin rival a todo el sistema nacional de telecomunicaciones.

### 1.3 La oferta y venta de Telmex como empresa de integración vertical.

Ampliamente, el cómo de la privatización fue tema discutido entre los responsables de ejecutarla. Fueron planteadas opciones diversas; la más evidente sugería la fragmentación de la empresa en compañías de ámbito regional que mantuvieran su integración vertical para operar, como la **ATT** estadounidense. Otras más se inspiraban en la promoción de un ambiente de competencia y por ello recomendaban la parcelación horizontal de la compañía, para originar firmas especializadas en los diversos servicios con un ámbito de acción si bien de perfil nacional (telefonía local, en larga distancia, etc.)<sup>40</sup>

De las iniciativas posibles, las dos anteriores tuvieron los planteamientos más formales. Conservar la estructura vertical del suministro para la venta representaba una alternativa de gran interés para cualquier comprador, porque mantenía la unidad de la oferta en todo el país y el monopolio sobre la totalidad de los segmentos del mercado, lo que podría traducirse en la obtención de un enorme poder político y económico. Una variante de esta misma propuesta remitía a la desagregación de la estructura de la empresa y su desincorporación por área de negocio, lo que llevaría a formar empresas dedicadas al transporte de señales; una más a conmutación; otra a la provisión de los equipos terminales. La segunda posibilidad ofrecía por su parte ventajas adicionales. *“Un documento de los asesores de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial discutía esa alternativa, se nos informa. Sus autores argumentan que la segmentación de compañías proporcionaría grandes beneficios substanciales. Por ejemplo, podría generar la información necesaria sobre las estructuras de costos, lo que permitiría sustentar la toma de decisiones del órgano regulador y la comparación entre firmas competidoras. De igual manera, una oferta segmentada reduce las barreras de entrada al mercado de otros proveedores, situación que podía favorecer la competencia”*<sup>41</sup>.

No obstante las posibilidades, el empeño de lograr una venta rápida, efectiva y sin complicaciones y con los menores cambios posibles en el status quo de la empresa, determina que **Telmex** se oferte como unidad vertical con operación en todo el territorio, y con dominio en los adornos y adjuntos que le preparó la **Secretaría de Comunicaciones**. Según sus promotores, al conservar su estructura se buscó crear una compañía fuerte, con inversión nacional mayoritaria pero con apertura a capitales que trajeran tecnología de punta y conocimientos para la

<sup>40</sup> Cfr. Judith Mariscal y Eugenio Rivero. *New trends in the Latinamerican telecommunications markets: Telefónica & Telmex*. Ponencia presentada en la 32 Conferencia Anual TPRC, 1o a 3 de octubre de 2004; Arlington, Virginia.

<sup>41</sup> Judith Mariscal. “Telecommunications reform in Mexico from a comparative perspective”. En: *Latin America Politics and Society*. Otoño de 2004; 112pp.

innovación y la vanguardia. Con ello se preservaría además la rectoría del Estado sobre el servicio, y a la vez podía garantizarse el suministro telefónico para todos los mexicanos<sup>42</sup>. En tal bagaje argumental, la desincorporación de la empresa era respuesta a la emergencia: el país requería de la modernización digital y si por sus dificultades financieras el Estado no podía enfrentarla, los capitales privados estaban en posibilidad de tomar el relevo y asumirla con la manufactura de un campeón nacional que sería fuerte, solvente y con capacidad rebosada para culminarla.

Durante la primera quincena de diciembre de 1990, **Telmex** se privatiza. El consorcio ganador supera las ofertas de tres postulantes, uno de ellos proveniente del sector financiero -**Acciones y Valores (Accival)**, empresa de inversiones mexicana cuyo propietario principal después sería el capitalista mayoritario en una de las primeras compañías en obtener la concesión para competir en larga distancia- y dos más plenamente identificados con el negocio telefónico, **GTE Corporation**, y la propia **Telefónica de España**, que con su oferta pretende reproducir el esquema de implantación en el continente, centrado en la adquisición de empresas de telefonía fija. Finalmente, *“el grupo comprador estuvo constituido por Carso y dos operadores telefónicos extranjeros, Southwestern Bell y France Cable et Radio (una subsidiaria de France Telecom)... [...]... El precio de compra por el 51% de las acciones con derecho a voto fue de mil 700 millones de dólares. La venta tuvo que apearse a la Ley de Inversión Extranjera, que establecía un máximo de 49% de participación extranjera. Con el fin de cumplir con este requisito se crearon acciones de control que significaron el 10.4% del total y fueron adquiridas por el Grupo Carso”*<sup>43</sup>. Las acciones con derecho a voto implicaban el control de la empresa. Antes de su venta, con el objetivo de garantizar que la propiedad de la firma permaneciera en socios mexicanos, la **Secretaría de Hacienda** procedió a reestructurar el paquete accionario. La mitad de las denominadas doble “A” con derecho a voto que se reservaban para la compra por parte del Estado, fueron liberadas para su oferta a ciudadanos mexicanos, en tanto las acciones “A”, también con derecho a voto, continuaron con su suministro libre. A la par, se creó un tercer tipo de acción, el “L”, con derechos limitados y de compra abierta (**Cuadro 66**). Con esta estructura los empresarios mexicanos podían lograr potestad en la empresa al adquirir únicamente el 24% del total de acciones, cifra que representaba el 51% de las acciones con derecho de voto pleno. El 24% se dividió entonces en un 10.4 para **Grupo Carso** –que logró con ello el control de la firma, en tanto representa la mayoría–; las firmas extranjeras dividían otro 10%, y el restante 4% se dedicó a los trabajadores, conforme a la intervención de **Nafinsa (Cuadro 67)**.

Tanto la propiedad de **Telmex** como empresa de estructura vertical como su control mayoritario por un solo grupo, conformaron el escenario para la emergencia plena del monopolio, investido ya como lozano *campeón nacional*. En la experiencia mundial, es notorio que el dominio sobre la infraestructura telefónica fija significó una ventaja que se

<sup>42</sup> Tales fueron los términos con los que el propio Presidente de la República anunció la privatización de la empresa. Ver: Mario Ortega Olivares. Op. Cit.

<sup>43</sup> Judith Mariscal y Eugenio Rivero. “Organización industrial y competencia en las telecomunicaciones en América Latina: estrategias empresariales”. En: *Serie Desarrollo Productivo*, Cepal; 2005: 16pp.

Cuadro 66

<i>Reestructuración accionaria de Telmex para su privatización</i>
--

## Estructura Accionaria

Original		Modificada	
51%	Acciones serie AA	20.4%	Acciones serie AA
49%	Acciones serie A	19.6%	Acciones serie A
		60.0%	Acciones serie L (voto limitado)

Fuente: Rebeca Escobar de Medécigo. *El cambio estructural de las telecomunicaciones y la inversión: el caso de México*. Santiago de Chile, Cepal, Serie Reformas Económicas, Número 17; Febrero de 1999; 24pp.

Cuadro 67

<i>Comprador, fechas y porcentajes de venta de Teléfonos de México</i>
--

Comprador	Fecha	Porcentaje	Precio*
Grupo Carso Southwestern Bell France Telecom	Dic 1990	20.4	1,757
Sindicato de telefonistas		4.4	325
Sin dato	May 1991	15.7	2,170
Southwestern Bell	Sep 1991	5.1	467
Sin dato	May 1992	4.7	1,500
Mercado bursátil	Dic 1993	3.3	1,000
	Ene 1994	1.5	550
<b>TOTAL</b>			<b>7,769</b>

(\*) En millones de dólares corrientes.

Fuente: Elaborado a partir de Patricio Rosas. *Privatización, reestructuración industrial y prácticas regulatorias en el sector de telecomunicaciones*. Santiago de Chile, Cepal, Junio de 2005; 29pp.



tornó decisiva para enfrentar la competencia y la apertura. Incluso, se ha llegado a referir que esa ventaja ha sido factor decisivo para que los operadores dominantes de Chile, Argentina y España derrotaran los intentos de las empresas de Estados Unidos por penetrar sus mercados nacionales, no obstante el solvente poderío tecnológico y comercial que éstas detentan. En México, la historia fue esa en efecto y si al debut de la liberalización se pronosticaba que los nuevos operadores impactarían el predominio del consorcio, su poderío acumulado por varios años no únicamente lo sostuvo frente a esos embates, sino que lo impulsó para revertirlos y custodiar su protagonismo. Si bien la empresa mantuvo y consolidó su operación, el costo nacional asociado a ese éxito ha sido enorme, y para cubrirlo se ha impactado la estructura del mercado todo de telecomunicaciones, que desde entonces se caracteriza por su alta concentración. Sobre ese tema, es de enfatizarse el juicio de dos especialistas renombrados. *“... El tratar de lograr la privatización de Telmex en un tiempo breve, sostienen, tuvo implicaciones negativas con relación a la competencia y también a la regulación, pues la creación de instituciones específicas para la regulación del sector quedó relegada por algunos años”*<sup>44</sup>. La certeza del razonamiento es palpable al apuntar que es hasta 1995 cuando se publica la **Ley Federal de Telecomunicaciones** que regula la apertura, por lo que durante cinco años el instrumento único de guía y control del sector es la concesión otorgada al consorcio. Tal período de gracia, que el consorcio no desaprovechó, fue decisivo para conformar el escenario que hoy se cuestiona y critica desde tribunas distintas. Por ejemplo, el cuestionamiento sobre las tarifas que cobra el consorcio ha sido ejercicio periódico tanto de organizaciones multilaterales –con la **OCDE** en vanguardia y no muy lejos la **Cepal** o el **Banco Mundial**<sup>45</sup>– como del ámbito nacional –**Banco de México**, y desde luego la **Comisión Federal de Competencia**. Su insistencia en enjuiciar la condición monopólica del operador, por otra parte, responde a que tal situación compromete los principios más reiterados y notables de las propuestas y doctrinas sobre la competencia económica y la eficiencia de los mercados. La presencia dominante y absoluta de **Telmex** efectivamente cuestiona la plataforma conceptual que presume la teoría porque no ha culminado la supuesta consecución automática de ventajas y procesos tales como la reducción de tarifas; el desarrollo tecnológico o la penetración social y mayoritaria de los servicios de telecomunicaciones. En el papel, estos beneficios aparecían como los efectos primeros de la privatización, y es claro aún que permanecen más en la apatencia que en la práctica concreta.

Más fuera de censuras o acusaciones, la venta de la operadora ejecutó a cabalidad sus propósitos originales y cumplió la expectativa de todos los actores involucrados en el proceso. El grupo comprador adquirió una empresa con amplio potencial de mercado que podía explotar en condiciones de total ventaja para su interés económico, en todo el territorio nacional y en un mercado amplio cuya perspectiva de negocios en nuevos segmentos también se le había asegurado en monopolio. Los trabajadores de la compañía habían frenado el desenlace común de las

---

<sup>44</sup> Ibidem, 14-15pp.

<sup>45</sup> Únicamente como muestra representativa puede citarse el informe del **Banco Mundial**. *Private solutions for infrastructure in México*. Washington, The World Bank, 2003.

privatizaciones, el ajuste de personal, e incluso participaban en la estructura de propiedad de la operadora. Los grupos económicos que perdieron no fueron marginados de la nueva área de oportunidad y todos tuvieron una segunda oportunidad que los llevó al escenario de las telecomunicaciones nacionales como actores de primer orden. **Accival** resurge como propietario mancomunado en **Avantel**, la empresa que inaugura la competencia en telefonía de larga distancia en 1997; **GTE Corporation** y **Telefónica** participan en **Alestra**, otra de las compañías pioneras, y posteriormente la firma española enfoca su oferta nacional en telefonía móvil y después de sendas adquisiciones logra convertirse en el segundo operador, sólo detrás del **Telmex** monopolíco.

La rapidez de la desincorporación y las ventajas y provechos que se armaron para el comprador fueron sin duda señal de la política de promoción y resguardo que habría de otorgarse a los capitales privados. La venta de **Telmex** no despertó controversia alguna en la sociedad mexicana –de hecho, fue un movimiento cerrado que únicamente implicó a los funcionarios del primer círculo presidencial<sup>46</sup>- y el resto de los grupos económicos atestiguaron en los hechos la política de apertura económica y de retiro estatal, que con seguridad animó los afanes propios. La burocracia política tampoco tenía gran motivo de inquietud en tanto la privatización no alteró en demasía el escenario económico, ya que en los hechos se trató de un simple traspaso en la propiedad de la firma. Finalmente, como lo deseaba la **Secretaría de Hacienda**, el enroque generó recursos frescos para la administración central. El ingreso fiscal proveniente de la desincorporación de empresas públicas llegó a un total de 31 mil 749 millones de dólares durante su fase más intensa, que se llevó a cabo en el período 1990-99. De ese global agenciado que en el papel debió contabilizarse en las cuentas nacionales, el 24.5% –es decir, 7 mil 769 millones logrados en los seis movimientos de venta de acciones que se realizaron entre 1990 y 1994– correspondió a la suma obtenida por la privatización de **Telmex**<sup>47</sup>.

El simple acto de compra de la telefónica aseguró pues grandes ventajas cualitativas y cuantitativas para el propietario desde su arranque de operaciones. Para completar el entorno de amparo y resguardo que se le diseñó, resultaba necesario además el garantizar las condiciones específicas del mercado que tendría el debutante, prioridad que se desprendía de las necesidades del proceso de reestructuración económica y no necesariamente debían responder al desarrollo de las telecomunicaciones y a la oferta de servicios al conjunto social. *Las características del instrumento jurídico que reglara el desempeño de Telmex partían de su consideración como empresa y no como entidad de servicio público, sujeta a un mercado donde el interés social representa uno de los vectores más*

---

<sup>46</sup> Judith Mariscal narra con detalle el proceso y destaca el papel relevante de la cofradía que lo encabeza. Cfr. Op. Cit. Nota 39. Raví Ramamurti (Op. Cit. Nota 30), igual reseña algunos hechos del mismo y la tesis comparativa de Mina Furat relata también otros pasajes de la desincorporación. Cfr. *Deregulation in telecommunication sector of México and Turkey*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad Técnica del Medio Este, Estambul; Junio de 2004.

<sup>47</sup> Patricio Rozas. *Privatización, reestructuración industrial y prácticas regulatorias en el sector telecomunicaciones*. Santiago de Chile, Cepal, Serie Recursos naturales e infraestructura; Número 93; junio de 2005; 18 y 20pp.

decididos. En esta línea, aunque la explicación que ofrece Patricio Rozas<sup>48</sup> sobre el tema refiere a la situación de América Latina, parece resultado directo de la experiencia mexicana, en tanto concreta punto a punto cada elemento de reflexión que ofrece. *“La inadecuación de la institucionalidad regulatoria, advierte, así como de los marcos legales correspondientes respecto del objeto de la regulación, se explican en gran medida por los objetivos perseguidos por la autoridad a comienzos de los años noventa, cuando se privatizaron las principales empresas de telecomunicaciones de la región. Las prioridades de esa época fueron maximizar el valor de la privatización de activos estatales y / o los montos de inversión necesarios para la modernización del sector. Escasamente la promoción de la competencia en los principales segmentos de mercado de esta industria fue definida como objetivo de la política pública. En la mayoría de los países, los compradores gozaron, por tanto, de largos períodos de exclusividad durante los cuales mantuvieron las rentas monopólicas de telefonía básica a cambio de inversiones en la expansión de las redes nacionales”*. El marco regulatorio que se diseñó para la actuación pública del monopolio y los primeros movimientos que en efecto éste implementa para iniciar su operación, fueron entonces decisivos para sustentar su preeminencia como empresa de telecomunicaciones, tarea a cumplir desde el momento mismo en que nació en el mercado hasta la fecha actual. Es por ello que las condiciones establecidas en la modificación a la concesión otorgada a la operadora si bien fueron determinantes en el surgimiento y años primitivos del Telmex privado, después de casi dos décadas de mantenerse aún solventan su fortaleza y, sobre todo, han sido los pilares de su sostenida expansión internacional que cada vez traza fronteras más ambiciosas.

<p>2. De canjes, mudanzas y blindajes jurídicos: las prerrogativas de Telmex como custodia y misión de Estado</p>
---

El 10 de diciembre de 1990 se publica la modificación al título de concesión de **Teléfonos de México**. El primer elemento a destacar es el conjunto de silogismos y raciocinios que se aprovechan para acreditar los servicios que se concesionan; la plataforma técnica que habrá de permitir y estructurar su suministro, y la explotación que se propone y autoriza, favorable siempre al titular de la concesión. No bien abren los antecedentes del documento, cuando ya se plantean esas intenciones. El punto nodal de toda la manifestación que sigue establece esa finalidad. *“...El Gobierno Federal considera necesario modificar el Título de Concesión, se asienta de inicio, para adecuarlo al*

---

<sup>48</sup> Patricio Rozas. *Competencia y conflictos regulatorios en la industria de las telecomunicaciones de América Latina*. Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina (Cepal). Serie Gestión Pública, número 25; Diciembre de 2002; 30pp. Ver también con el mismo título las ponencias del autor en el **VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública**, celebrado en Lisboa, Portugal, del 8 al 11 de Octubre de 2002; y asimismo en el **Foro Internacional sobre Regulación en Telecomunicaciones: Balance de sus quince años en Colombia**, del 22 y 23 de Marzo de 2007.

*avance tecnológico, asegurar que Telmex cumpla con los compromisos de cobertura, calidad y precio de los servicios, así como para promover una competencia equitativa con otras empresas de telecomunicaciones, que propicie el mejoramiento de los servicios en atención a las demandas de los usuarios*<sup>49</sup>. Efectivamente, con base en un discurso que adiciona y entrelaza como referencias de legitimación la búsqueda de la innovación tecnológica; la oferta de servicio en zonas, parámetros y tarifas definidos por los requerimientos del suscriptor, y el fomento a la competencia en el mercado, se trazan los compromisos, obligaciones y derechos que tenía la operadora al debutar en el escenario concreto de las telecomunicaciones. La lectura de la concesión arroja así varias premisas que definen esos temas aunque con un eje conceptual único: preservar la posición de arranque de la telefónica y garantizar también que en su desempeño operativo se perpetúen esos lucros y dividendos.

La misma definición que inaugura el documento remite a ese propósito teñido por la dualidad. *“El desarrollo tecnológico, se establece como justificación de entrada, permite actualmente conducir por la red de servicio público telefónico no sólo señales de voz, sino también de datos, textos e imagen, lo que hace posible la prestación de una gran variedad de nuevos servicios, por lo que la red pública telefónica ha evolucionado hacia una red pública de telecomunicaciones”*. De este primer concepto se desprende el considerando estelar de la autorización, plenamente convergente si se le contextualiza en el lenguaje de hoy: la red concesionada tiene la posibilidad técnica de conducir cualquier tipo de señal. Ello es claro desde que se le define como *red pública de telecomunicaciones* y además cuando se precisan los servicios que ampara el instrumento...

*“Construir, instalar, mantener, operar y explotar una red pública telefónica por un período de 50 años contados a partir del 10 de marzo de 1976<sup>50</sup>, con cobertura en todo el territorio nacional, a excepción del área concesionada a Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V.*

*Telmex, por medio de la red pública telefónica, deberá prestar los siguientes servicios:*

- \* El servicio público de conducción de señales de voz, sonidos, datos, textos e imágenes, a escala local y de larga distancia nacional e internacional.*
- \* El servicio público de telefonía básica”.*

Al asociar la red tanto al entorno tecnológico de avanzada como a la totalidad de servicios posibles, el paso consecutivo es dotar del nivel jerárquico-institucional suficiente tanto al instrumento técnico como a la empresa

---

<sup>49</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. “Modificación al Título de Concesión de Teléfonos de México, S.A. de C.V.”. En: *Diario Oficial de la Federación*, 10 de diciembre de 1990. Salvo excepciones que se señalan, todas las citas que siguen se toman de esa fuente.

<sup>50</sup> Se estableció esa fecha en tanto el 10 de marzo de 1976 se había realizado la última modificación al documento por un período de 30 años. Por ello, asimismo se concede la autorización hasta por 50 años.

propietaria que está en posibilidades de explotarlo. Tal propósito se logra desde el **Capítulo 1** y su *definición de la red telefónica como vía general de comunicación*, concepto que extiende su cobertura a la totalidad de elementos que la conforman, tanto en modalidad fija e alámbrica, como en la móvil y *sin hilos*.

En combinación, red, servicio e institucionalidad, dan forma tanto a las premisas que estructuran la intervención de **Telmex** en el mercado de servicios, como a los compromisos a satisfacer y cumplir por la empresa en esa actuación estelar. Surgen entonces temas precisos donde unas y otros se detallan y explicitan, y cuyo ensamble y ordenamiento teje de manera progresiva el entorno de ventaja y de consolidación que se entroniza en el formato regulatorio expreso en la concesión cedida al monopolio. Con tal eje de interpretación, los asuntos que enseguida se puntualizan son por demás representativos: concretan tales réditos y utilidades en cuota y realidad objetiva de mercado.

## 2.1 Del monopolio y sus asideros materiales.

Simplemente porque no existía otra alternativa, la concesión entregada a **Telmex** le otorga prestación única en dos esquemas: en *telefonía básica* –entendida como *“la capacidad completa para la comunicación de voz”*- y en el *servicio de conducción de señales*, mismo que *“proporciona al suscriptor líneas o circuitos con la capacidad necesaria para transmitir, conmutar en dado caso, y recibir señales entre puntos de conexión terminal de la red”*. Al entrelazar ambas definiciones surge la base del poderío de sistema que se entregó al monopolio: en tanto la red puede transportar cualquier señal y se dispone de la facilidad de llegar hasta la instalación y el hogar del usuario, se abre la posibilidad de ofrecer cualquier servicio hasta la misma residencia del receptor, que por lo mismo queda atado al monopolio de manera permanente. Esta condición se condensa en el apartado de **Condiciones, Capítulo 1 y fracción 1, Red pública telefónica**, de la concesión, que refiere el quehacer y función de los llamados *dispositivos de conexión terminal*. Definidos como el *“punto de enlace a la red a partir del cual se instalará el cableado en el inmueble del suscriptor, el equipo terminal, o bien se conectarán otras redes privadas o públicas”*, su protagonismo es vital en el proceso de interconexión entre redes de telecomunicaciones, y al ceder su propiedad única a la empresa le confirió una ventaja cualitativa que aún no ha perdido, y que se manifiesta con un perfil estratégico para el proceso convergente. El instrumento establece tal potestad en toda la red, la real y la posible, tanto en aquella ya instalada al momento de promulgarse la concesión y donde al usuario se le concede la opción de buscar una alternativa, como en la que habría de desarrollarse a partir de entonces, donde la posibilidad de seleccionar proveedor se cercena en beneficio del monopolio. De esta forma, en el caso de las *“líneas contratadas hasta el 31 de diciembre de 1990, Telmex podrá instalar a solicitud del suscriptor, y mediante un cargo específico el Dispositivo de Interconexión Terminal para identificar el punto de conexión terminal de La Red, a partir del cual el cableado y el equipo serán propiedad del suscriptor”*. En el segundo caso, la exigencia es

precisa: *“Telmex se obliga a instalar, para los suscriptores que contraten a partir del 1o. de enero de 1991, dispositivos de interconexión terminal que permitan identificar claramente el punto de conexión terminal de La Red...”*

A la distancia, la importancia de la posesión de la interfaz terminal en la residencia física del suscriptor es altamente valorada. Una vez más, el decir de Patricio Rozas es aleccionador y resulta plenamente acertado por la precisión que aporta: *“... aún en el caso de los países de la región que privatizaron el monopolio estatal integrado y abrieron parcial o totalmente la industria de las telecomunicaciones a la participación de agentes económicos privados, alega, la posición de la firma dominante en el segmento de telefonía local constituye un elemento crucial de la explicación acerca de la evolución de la organización industrial del sector post-privatización, ya que las firmas operadoras que ingresaron más tarde al mercado necesitan hacer uso de la red de acceso al usuario final, en poder de la empresa dominante, para proveer sus servicios... [...]... De esta manera, el carácter monopolístico que tuvo en su origen el conglomerado que domina la red principal de acceso al usuario final, establece una sólida base para el desarrollo de conductas contrarias a la competencia, incluso en los mercados en que las restricciones legales fueron eliminadas completamente”<sup>51</sup>.*

Si bien se establece como facultad de la Secretaría el relevar a **Telmex** de la instalación que se le autoriza, resulta claro que al definirla como parte de la red concesionada se otorga a la empresa el dominio sobre los dispositivos terminales, y con ello se le entrega la potestad de facilitar o prohibir el acceso de proveedores terceros hasta y en esa fase de desagregación. Es por ello que el monopolio califica las iniciativas que proponen efectuar la interconexión de redes en ese nivel como *expropiatorias*, en tanto bajo su óptica atentan contra la propiedad de esa instalación que en efecto le fue concedida en diciembre de 1990.

## 2.2 Sobre cronologías, ámbitos y vigencias de los compromisos pactados.

Después de la propiedad monopolística de **Telmex** sobre la red de servicio, la definición a destacar refiere a tiempos y períodos, ambos medidos en el corto plazo y la inmediatez. Pese a la trascendencia que en sí misma tuvo la desincorporación de la telefónica para el interés público, y al no generarse instrumento regulatorio adicional por un quinquenio, resalta que los compromisos y obligaciones que la concesión impone a la telefónica son concebidos y aplicados solamente hasta 1994, mientras que algunas de las condiciones que se prevén para los años que siguen se subordinan al resultado de sendas negociaciones con la compañía. Tal situación afecta a temas nodales para el

---

<sup>51</sup> Patricio Rozas. *Competencia y conflictos regulatorios en la industria de las telecomunicaciones de América Latina. VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, celebrado en Lisboa, Portugal, del 8 al 11 de Octubre de 2002; 12pp.

servicio como la telefonía rural o las tarifas a repercutir por el suministro. En específico, tiene las repercusiones que a continuación se abordan.

**a) La obligatoriedad temporal de los compromisos y la operación monopólica hasta por seis años.**

En general, los deberes que se imponen al *campeón telefónico* se centraron en la cobertura y calidad del servicio. Sin embargo, el pacto en ambos asuntos se acordó bajo condiciones de tiempo muy benignas para la operadora: sólo hasta el término del sexenio que corría, es decir, hasta 1994. Bien pareciera que la brevedad del plazo significa que los impulsores de la privatización deseaban cumplir parte del discurso que habían armado, y por ello incluyeron compromisos de claro perfil social cuya vigencia no comprometía a **Telmex** por más de un cuatrienio. Es claro además que ese condicionante actuó como garantía y blindaje para el consorcio: limitó la imposición de más cargos o responsabilidades por parte de las autoridades que iniciaran su gestión después de la fecha límite, y auspició que la telefónica resolviera esas condiciones desde ya para después proseguir su desempeño sin más exigencias.

Igual coraza logra el monopolio con el patrocinio otorgado a su suministro único. Si para **Telmex** la estructura vertical era ya una ventaja competitiva porque le aseguraba una provisión completa, la segunda prerrogativa que le concede el Estado refuerza ese funcionamiento inicial todavía con una mayor salvaguarda: la nueva concesión le garantiza un *período de gracia hasta por seis años*, antes de que otras empresas puedan participar en los mercados que ya explota. Si bien la **Disposición General** listada en la **fracción 4 del Capítulo 2** de la concesión, *Derechos Reales y Competencia*, señala que la Secretaría se reserva el derecho de otorgar concesiones similares a la del consorcio, el condicionante que impone tornó esa opción en poco probable, cuando no imposible. Así, el mandato establece que podrán autorizarse más concesiones siempre y cuando *“no se haya cumplido con las condiciones de expansión y eficiencia del servicio público objeto de la concesión. Para otorgar nuevas concesiones para otras redes públicas de telefonía básica, añade, la Secretaría tomará en cuenta la eficiencia del servicio público objeto de esta concesión, el equilibrio financiero de Telmex y las condiciones de competencia equitativa”*. La condescendencia con la empresa titular es absoluta en tanto condiciona la competencia al mismo desempeño monopólico de la empresa. Tal razonamiento entra en contradicción frontal con el mismo principio que generó la venta de la telefónica. ¿Qué acaso no se argumentó que la ineficiencia del servicio era motivo para ello? Si el servicio es eficiente, ¿no habrá entonces competencia posible? De igual manera, si la firma no logra equilibrio financiero, ¿tampoco podrá autorizarse otra oferta? Más aún, ¿qué debe entenderse por esa condición financiera? ¿Es quizá la bonanza económica que ha conducido la internacionalización del monopolio?

La prebenda complementa sin duda la disposición señalada sobre la obligatoriedad temporal de compromisos y añade dos elementos cruciales que han condicionado la estructura de mercado de los servicios...

- \* Por un lado, la *dilación en tiempo y forma de la competencia en el sector*, pese a las afirmaciones del grupo político promotor de la venta de **Telmex**. El retraso condicionó el despegue mismo de las telecomunicaciones porque en forma progresiva el ritmo de desarrollo logrado se avasalla al interés económico del consorcio, y sólo después de cubrirlo, atiende y satisface los requerimientos socioeconómicos del país y de sus grupos e individuos. El tiempo de gracia consolidó la operación monopólica y se tradujo entonces en un lastre que aún ahora condiciona la evolución del mercado y limita a sus agentes económicos. Una vez más, la reflexión de Patricio Pozas es ilustrativa del punto: *“La mayoría de los problemas actuales del sector encuentran su origen en los largos períodos de operación exclusiva que se otorgaron a los inversionistas privados, que tuvieron el efecto de retardar considerablemente el ingreso de nuevos competidores al segmento de telefonía básica, obstruyéndose la formación de mercados competitivos y de empresas eficientes. Además, en algunos países no se crearon las instituciones reguladoras que demandó el sector después de su apertura ni se elaboraron los marcos legales pertinentes sino hasta después de culminar el proceso de privatización. En esencia, en algunos países se permitió la mutación del monopolio estatal en monopolio privado...”*<sup>52</sup>. Como enfatiza el experto, el lapso otorgado se truco en *limbo regulatorio* en tanto la autoridad no generó regulación alguna para las telecomunicaciones y el monopolio disfrutó de ese vacío sin coacción o condicionante alguno a su desempeño productivo. Destaca asimismo que en ausencia de un órgano regulador especializado, en aquellos casos que generaron controversia, la negociación central se produjo entre el grupo propietario de **Telmex** y justo quienes habían diseñado el amplio cuadro de ventajas que incluyó la modificación a la concesión, por lo cual es lógico suponer que no se generó fricción alguna entre ambos equipos: se trataba de discutir sobre asuntos y temas conocidos; pactados, de acuerdo previo y donde las opiniones eran semejantes cuando no las mismas.
- \* En segunda instancia, el *predominio del interés económico de la fracción política que condujo la privatización*, en el sentido de *obtener los mayores recursos económicos posibles de esa venta*. Con evidencia empírica, tal hipótesis fue comprobada en el año 2000 con un análisis a detalle de la **Universidad de Stanford** y del **Banco Mundial**, mismo que evaluó los resultados logrados por 20 firmas de telefonía de 15 países que al ser privatizadas obtuvieron períodos de gracia sin competencia alguna. El dictamen econométrico que se produjo al considerar el desempeño alcanzado de cada protagonista generó conclusiones terminantes: en todos los casos, la condición de exclusividad en el suministro del servicio local y el de larga distancia aumentó el precio de venta en cada una de las empresas censadas, en tanto los inversionistas posibles están dispuestos a pagar más si se les asegura que las rentas a lograr provienen de una situación de monopolio y no de las inversiones que deban efectuar. Es por ello que los períodos de gracia no repercuten necesariamente en el

---

<sup>52</sup> Patricio Rozas. *Competencia y conflictos regulatorios en la industria de las telecomunicaciones de América Latina*. Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina (Cepal). Serie Gestión Pública, número 25; Diciembre de 2002; 37pp.



desarrollo de la red y de la cobertura del servicio, cualidades que son postergadas porque el inversionista tiene la posibilidad de recuperar su inversión sin atenderlas. Cabe mencionar que el estudio realizado incluyó a **Telmex**, resaltando que su precio de venta fue el más alto de toda la muestra<sup>53</sup>.

Agraciado pues, el consorcio aprovecha el período otorgado y en no más de un lustro despliega un esfuerzo sostenido para hacer honor al dicho que su Director General exterioriza por aquellas épocas: *“mantenerse a la vanguardia en un sector de vanguardia...”* En términos prácticos, ese ideario no tuvo otro objetivo que consolidar las fortalezas que por muchos años acumuló la compañía, y superar las debilidades que pudiesen comprometerla.

**b. El cumplimiento exacto y preciso de los números y rangos de las metas de cobertura.**

Enmarcada también con la vigencia de un cuatrienio, la **Cláusula 2** del **Capítulo 3** de la concesión determina que la compañía queda obligada a expandir el número de líneas telefónicas a una tasa promedio mínima del 12%, hasta 1994. El cumplimiento del mandato fue preciso y se observa que el lineamiento fue incluso superado, aunque por porcentajes mínimos: durante los cuatro años efectivos, el total de accesos habilitados crece a un promedio del 12.2% anual. No obstante, al satisfacerse la exigencia, la expansión decae de manera radical hasta una cuarta parte de la referencia originaria, y de 1994 a 1995 desciende hasta el 3.6% (Ver **Cuadro 68**).

**Cuadro 68**

**Cumplimiento de las metas de instalación de líneas fijas 1990 – 1995**

(miles de unidades)

Año Base 1990	Líneas Instaladas: 5,352	Porcentaje de crecimiento comprometido (12 Anual)	Total de líneas según Compromiso	TOTAL REAL	
				Líneas Instaladas	% de Crecimiento
		1991	5,994	6,024	12.5
		1992	6,713	6,753	12.1
		1993	7,519	7,620	12.8
		1994	8,421	8,492	11.4
		1995	9,432	8,801	3.6

Fuente: Informes anuales de **Telmex** de los años referidos.

<sup>53</sup> Cfr. Scott Wallsten. *Telecommunications privatization in developing countries: the real effects of exclusivity periods*. Stanford, Universidad de Stanford, 12 de mayo de 2002.

La estadística presentada permite inferir que el arranque vigoroso de su primer cuatrienio como empresa privada permitió que el consorcio estableciera una plataforma básica a rentabilizar, y al combinarse con el otorgamiento de un período de gracia como proveedor único hasta 1996, la misma alcanza el vigor suficiente para consolidarse y apuntalar la posición de privilegio de la firma, calidad que ya no perderá en los tiempos que siguieron. Si bien al cumplirse las obligaciones de crecimiento el desarrollo de la infraestructura prosigue (*Cuadro 69*), no logra el dinamismo primario porque ya se establece sobre bases distintas y responde a una motivación también diferente: aquellas que aporta el plan de negocios del corporativo que se centran en atender a las regiones donde puede obtener un mayor retorno de las inversiones devengadas. En palabras de la *Cepal*, el punto de inflexión toma cuerpo *"... a partir de 1995, cuando la inversión destinada a atender a los estratos menos rentables de la población se reduce. Lo anterior, debido a que la mayoría de las obligaciones en materia de cobertura social que se impusieron a Telmex se concluyeron en 1994"*<sup>54</sup>.

Cuadro 69

<i>Porcentaje de crecimiento de líneas fijas 1995 – 2001</i>
--

1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-2000	2000-2001
3.0	4.8	7.3	10.1	12.9	9.7

Fuente: Informes anuales de **Telmex** de los años referidos.

El crecimiento de la planta telefónica solventó pues la base de capitalización de la nueva **Telmex**. Como empresa integrada y con una estructura vertical, aprovechó esa infraestructura local para ganar preeminencia económica al abrirse la primera fase de la competencia, la telefonía de larga distancia. El período de exclusividad que le fue concedido devino entonces en simple etapa preparatoria para la experiencia que llegaría después: sin duda le trajo beneficios tan fundamentales que en mucho explican la solidez y prestancia que desde entonces y hasta hoy pintan a la firma.

### 2.3 De los segmentos todos donde autoriza y acoge su concurso.

Como carta alegre de donativos y legados, la lectura de las fracciones listadas en la **fracción 1** de las *Definiciones y Alcances de la Concesión* enumeran las actividades donde se permite la intervención del consorcio. Al ser los

<sup>54</sup> Rebeca Escobar de Medécigo. *El cambio estructural de las telecomunicaciones y la inversión: el caso de México*. Santiago de Chile, Cepal, Serie Reformas Económicas, Número 17; Febrero de 1999; 35pp.

objetos básicos de la concesión, el servicio de conducción de señales y la telefonía básica inauguran el catálogo, y en el tercer sitio aparece la comercialización de equipo terminal. Después la instalación y mantenimiento de aquel propiedad del usuario y que puede incluir el cableado, y a partir del quinto lugar emergen ya los servicios completos: explotación de la radiotelefonía rural –para lo cual se aclara que la Secretaría otorgará las frecuencias del caso; radiocomunicación en lo general, área donde en efecto la firma se incorpora como postor y ganador en varias de las licitaciones efectuadas desde 1997; y telefonía móvil con tecnología celular, cuya única condicionante es la necesaria presencia de otra empresa concesionaria en aquella región donde busque instalarse. El numeral 8 aprecia la prestación de servicios complementarios y de valor agregado –dependientes de la red pública telefónica en tanto la aprovechan para su suministro particular- y el 9 la distribución de señales de televisión, donde el consorcio está facultado para involucrarse si lo autoriza la Secretaría y sólo si lo solicitan empresas autorizadas a proporcionar servicios de televisión al público. *“Telmex, se consigna con el tono tajante de la prohibición absoluta, **no podrá explotar, directa o indirectamente ninguna concesión de servicios de televisión al público en el país**”*. Para concluir, el numeral 10 considera también la fabricación de equipo de telecomunicaciones, de computación y de electrónica como área de desarrollo de la empresa, y como en todos los casos anteriores, los requisitos únicos para permitir la son dos: que el consorcio la lleve a cabo mediante empresas subsidiarias o filiales, y que su contabilidad se separe de los estados financieros de la empresa original. Un tercer limitante es estribillo sin convicción porque no plantea métrica alguna para justipreciarse: cualquier actividad que Telmex inicie, dice la sentencia, deberá ceñirse al mercado abierto. Y como si fuese necesario reforzar el punto, el **Capítulo 2 de Disposiciones Generales** retoma la trama y en la **fracción 9** prohíbe las prácticas monopólicas, aunque igual sin precisión o detalle, y menos aún con la propuesta de elemento alguno de juicio. *“Telmex, dice la norma sin particularizar ni expresar caso alguno, **en ningún caso podrá aplicar prácticas monopólicas que impidan una competencia equitativa con otras empresas en las actividades que desarrolle directa o indirectamente a través de sus filiales...** De igual manera, ... **queda prohibido a Telmex la realización de actos, convenios, acuerdos o combinaciones que tengan por objeto constituir ventaja exclusiva indebida a su favor o de otras personas, o que tiendan al monopolio de mercados complementarios al servicio concesionado**”*. La declaratoria culmina con el numeral 10, que asimismo se plantea sin aventurar siquiera el cómo habrá de comprobarse la prohibición. *“Telmex **no deberá otorgar subsidios en forma cruzada de los servicios objeto de esta concesión hacia los servicios que proporciona en competencia a través de sus empresas subsidiarias o filiales...** Telmex **tampoco deberá subsidiar en forma cruzada servicios concesionarios que preste directamente en competencia excepto en los casos expresamente dispuestos en este Título**”*.

El decálogo de permisiones compendia la convicción de proteger la estructura vertical que se cedió con la venta de la telefónica. Hasta 1990, la empresa era propietaria por entero de 21 subsidiarias, que lo mismo desarrollaban las obras civiles de instalación de la planta telefónica que la edición del directorio telefónico. Su filial más importante en

tanto funcionaba como unidad de prueba y experimentación de nuevas tecnologías y de servicios era **Teléfonos del Noroeste (Telnor)**, y dedicada en exclusiva a la explotación de la telefonía celular mantenía a la empresa **Dipsa**. Una tercera compañía de importancia era **Mitel de México**, que conjuntaba la inversión minoritaria de la matriz canadiense del mismo nombre y la aportación de la telefónica, y fabricaba bajo licencia PBX's, conmutadores, aparatos telefónicos e incluso una línea de semiconductores con aplicación en el sector.

El auspicio a **Telmex**, pues, no se fundamentó únicamente en apadrinar la conversión del monopolio público en una instancia empresarial igual concentrada en extremo, por lo cual no cedió propiedad alguna. También, se solventó en el apoyo para que el andamiaje productivo propio de la compañía telefónica se reconvierta en estructura corporativa capaz de participar en cada nuevo segmento industrial que habría de surgir del devenir económico de las telecomunicaciones, evolución que implica el desarrollo de un entorno institucional que cobije tal diversificación productiva. El surgimiento de empresas filiales, sucursales o firmas coligadas que explotan al mercado en su conjunto cobra fuerza entonces, y con base y a partir del monopolio sobre la telefonía fija se deriva la posición de fuerza que **Telmex** habrá de expresar en esas instancias y en la explotación sistemática que esas unidades productivas desarrollan en los mercados distintos que la industrialización del sector propicia y estrena. Tal es el origen de las llamadas *ganancias de la conglomeración*, figura síntesis que ordena y centraliza la generación de utilidades de todos los componentes productivos del grupo, y que en el caso de la telefónica han fundamentado también su expansión transfronteras en la principal línea de negocios, la telefonía inalámbrica, para fincar y desarrollar economías de escala en el ámbito continental.

La diversificación de negocios del consorcio se afianza pues en la envergadura de la infraestructura telefónica heredada. Y ello asienta una gran paradoja. Si bien la expansión de las telecomunicaciones de hoy conjuga y conjunta varios componentes que remiten a la complejidad y variedad tecnológicas; si las plataformas inalámbricas son las redes de mayor dinamismo, tanto en la infraestructura que implementan como en las aplicaciones que ofrecen; si, en suma, todos los servicios convergen y hacen indistinto el transporte y el acceso, es la línea fija, el vulgar alambre de cobre y su tendido estratégico como red básica, quien habrá de desempeñar el mejor papel en los tiempos por venir. *“Al final –se nos explica a ese propósito– todas las redes llegan a una infraestructura de cable que permite llevar las comunicaciones de última milla hacia el centro de operaciones, que seguirán comunicándose por medio del cable de cobre o fibra óptica. Ésta deberá de soportar entonces mayor tráfico y ser más resistente a las caídas del servicio, porque un mayor número de redes depende de un solo cableado”*<sup>55</sup>. La lectura del razonamiento deriva en una de las referencias forzosas de las telecomunicaciones nacionales. Si el tendido, la infraestructura y los centros troncales de control y de inteligencia, vienen a posicionarse

---

<sup>55</sup> Lilia Chacón. “Pasa por cable comunicación”. En: *Reforma*, 28 de febrero de 2006.

como elementos nodales, la hegemonía de **Telmex** habrá de perpetuarse porque domina la red desde 1990. Y por si ello no fuera suficiente, controla también su complemento más visible, la red inalámbrica.

## 2.4 Sobre la integración de acciones y labores probadas y socorridas.

En temas asociados a la operación telefónica que también se incluyeron en la concesión es palpable asimismo el relajamiento en la definición de los compromisos que se fijan al concesionario. Es claro que esa blandura se tradujo en la incorporación de obligaciones que únicamente retomaron algunas de las acciones que **Telmex** ejecutaba como monopolio público, por lo cual su cumplimiento estaba asentado de antemano cuando no incluso cubierto a satisfacción respecto a lo que se imponía. Tal es el caso de las tareas de investigación y desarrollo, que se abordan en el **Capítulo 3** de la concesión, dedicado a la *Expansión, modernización y mantenimiento de la red pública concesionada*. El numeral 13 del apartado plantea la obligación de *“realizar la investigación tecnológica e industrial que favorezca la competitividad de la empresa y del país en materia de telecomunicaciones, para lo cual mantendrá una coordinación adecuada con el Instituto Mexicano de Comunicaciones, y otras instituciones de investigación y desarrollo tecnológico”*. Si bien es claro que la disposición otorga un carácter permanente y evolutivo a la actividad que obliga, también debe relatarse que el arranque de esas labores no demandó esfuerzo alguno al corporativo. Desde principios de los ochenta, la empresa mantenía dos unidades dedicadas a esos propósitos. La primera, el denominado **Centro de Investigación y Desarrollo (CID)**, se encargaba en lo fundamental de desarrollar actividades de investigación y desarrollo concretas y específicas, sobre todo para la adaptación de la tecnología que se importaba. Prueba de ello fue el arreglo conocido como triplex, en tanto permitía dividir una misma acometida telefónica en tres líneas que pueden instalarse por separado, para hogares distintos. El desarrollo del **CID** se aprovechó para dar servicio a usuarios residenciales de poco consumo telefónico y durante 1988 **Telmex** instaló hasta 2 mil sistemas triplex que beneficiaron a seis mil hogares en la ciudad de México; Monterrey, Guadalajara; Puebla y Tulancingo. Entre los planes de la empresa que se conocieron hasta 1994, ya privatizada, se contaba la instalación de 200 mil sistemas que repercutiría en la integración de 600 mil nuevos suscriptores a la red telefónica.

La segunda unidad de investigación tenía un perfil más comercial, pero igual se enfocaba al diseño de soluciones propias. El **Centro Integrado de Telefonía Electrónica (CITE)** proponía equipos y aplicaciones a los usuarios particulares, y llegó a operar hasta 18 centros nacionales de distribución en las principales ciudades del país que funcionaban como aparadores de la oferta de la telefónica en los mercados complementarios. El centro de asesoría que el monopolio ha habilitado en la actualidad tiene su origen en esa plataforma, cercenada durante los noventa para sustituirse por un esquema de consultoría más flexible y versátil.

Igual lógica de capitalización de la experiencia acumulada subyace en el tema insignia de la labor social de cualquier operadora, la telefonía rural. Por lo menos desde los ochenta, el **Telmex** público había integrado de forma sistemática un promedio anual de 277 comunidades con más de 2 mil 500 habitantes, rango que ejemplifica ya la metodología utilizada tanto para definir a una población como localidad rural como para establecer las obligaciones de cobertura. En este esfuerzo, para 1987, la telefónica inauguró el programa **Telmex I**, cuyo objetivo fue la instalación de una plataforma técnica que conjuntaba estaciones terrenas enlazadas al satélite Morelos como centros recolectores del tráfico; enlaces de cable que conectaban esas facilidades a polos regionales, ubicados estratégicamente, y, por último, sistemas rurales de radio de acceso múltiple, que conformaban la última milla para la integración de la caseta telefónica que se habilitaba en poblados apartados y de difícil acceso terrestre. El proyecto tuvo un financiamiento de 25.9 millones de dólares del **BID (Banco Interamericano de Desarrollo)** (*Recuadro 70*), y consideró a poblaciones que al menos contaban con 2 mil 500 habitantes; disponían de electricidad, y podían ofrecer cobertura en un diámetro hasta de 50 kilómetros, lo que permitía desplegar varios montajes telefónicos con base en esa línea de vista. Así, para 1988, se habían instalado 621 radios en localidades con los distintivos anotados, infraestructura de la cual se derivaron más de 62 mil líneas telefónicas.

Con base en el esquema anterior, en 1990 se habilitaron mil 41 radios para el servicio de mil 200 comunidades. Poco antes de la privatización, se conoció que la operadora se proponía implementar la **fase II** del programa **Telmex**, y planeaba integrar a 14 mil pueblos y comunidades ubicados en el medio rural. Para ello, combinaría el arreglo del sistema de radio para atender a 7 mil 980 poblaciones; 4 mil 200 más se integrarían mediante teléfonos instalados en agencias habilitadas como centros de tráfico, y el resto, mil 820 poblaciones, se enlazaría mediante conmutadores PBX conectados a la red de larga distancia. Dependiendo de la ubicación geográfica de cada localidad, la compañía planeaba proporcionar el servicio a todas las poblaciones con más de 500 habitantes, lo que se revelaba como el mayor esfuerzo de cobertura realizado hasta esa fecha.

Los compromisos y metas a cumplir que la operadora hacía públicos poco antes de su privatización<sup>56</sup> y que formaban parte de su plan de trabajo en marcha, fueron trasladados punto a punto a la concesión y emergen como las obligaciones que habría de acatar la telefónica en el tema de *servicio universal*. De comienzo, la propia definición que se pone en práctica reivindica la conceptualización que la empresa utilizaba. En el **Objetivo de Servicio Universal**, en su **Capítulo 3**, punto primero, la concesión ordena en efecto que **Telmex**, "*como concesionario de La Red con cobertura nacional, tendrá como uno de sus objetivos lograr que en el menor plazo posible cualquier persona pueda tener acceso al servicio telefónico básico, en su modalidad de caseta telefónica pública o de servicio domiciliario*". La disposición avala entonces los trabajos realizados por la telefónica y

<sup>56</sup> Cfr. Kenia Haydee Rojas Inda y Arturo Serrano Santoyo. *El nuevo panorama telefónico de México en 1996: fin del monopolio*. Ensenada, BC; Praxis Telecom; julio de 1996.

<b>Recuadro 70. Financiamiento del BID a telefonía rural en México</b>
--

**INFORMACIÓN BASICA DE PROYECTOS FINANCIADOS POR EL BID**

Número de Proyecto:	<b>ME0133</b>
Nombre:	<b>Programa de Telefonía Rural</b>
Descripción:	<b>Construcción y equipamiento hasta de 1,200 comunidades rurales con teléfonos utilizando 58 centrales de radio de acceso múltiple.</b>
País:	<b>México</b>
Sector:	<b>Telecom – Telecomunicaciones</b>
Fecha de aprobación:	<b>12/20/1985</b>
Cantidad financiada:	<b>10,124,158*</b>
Agencia ejecutora:	<b>Teléfonos de México</b>
Contratos otorgados:	<b>Adquisición de equipo a: (Empresa / Valor):</b>
	<b>Nippon Electric Co.                      5,040,000*</b>
	<b>Teletra Española                          2,800,000*</b>

(\*) Cifras en dólares de EEUU a precios corrientes.

Fuente:

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Información de Adquisiciones de Proyecto. En: <http://condc05.iadb.org/idbppi/asp/ppProcurement.aspx?pProject=ME0133> Fecha: 1º de enero de 2007.

establece que la integración del ciudadano al servicio telefónico se establezca mediante el llamado *acceso universal*, medida que remite a los trabajos de la UIT sobre cobertura social y a su recomendación de crear más un ambiente de comunicación que enlaces directos a la casa o instalaciones de los suscriptores (Ver **Recuadro 71**). En tanto existe el servicio domiciliario, y sobre todo considerando que a lo largo del tiempo se le concibió como parte de la canasta de bienes de consumo, el recule hacia la opción colectiva emerge más como una medida segregacionista: auspicia la separación entre ciudadanos de primera, aquellos que disponen de una conexión en su propia residencia,

## RECUADRO 71

## UIT: DEL SERVICIO AL ACCESO UNIVERSAL

*“En 1984 –afirma la UIT en su reporte anual del ejercicio de 2002– el informe El Eslabón Perdido apuntaba al hecho de que la falta de infraestructura de telecomunicaciones en los países en desarrollo impedía el crecimiento económico. Pero esta óptica quedaba limitada porque se enfocaba principalmente al acceso a los teléfonos, más que en el concepto actualmente más amplio de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Hoy en día se conoce al ‘eslabón perdido’ como la brecha digital”<sup>1</sup>*

Ante el nuevo entorno y la variación de sus preocupaciones, UIT retoma los ejercicios metodológicos que fueron elaborados por sus agremiados técnicos en 1998, y al considerar que las plataformas inalámbricas serán las estructuras reinantes de telecomunicaciones para las décadas siguientes, define a ese equipamiento como esquema complementario al servicio universal, categoría forjada a lo largo de varias décadas y que emerge de los ánimos del *Informe Maitland*, como también se conoció al reporte *El Eslabón Perdido*. Si éste había planteado lograr la *disponibilidad telefónica para cualquier individuo a nivel planetario* –meta susceptible de generalizarse a todos los países en tanto ninguno la cubría por completo– el servicio universal reconfigura ese anhelo y ambiciona ahora *instalar un teléfono en cada hogar de todo el mundo*, propósito de menor envergadura y casi centrado en la conectividad física, concreta, ligado a una obra civil específica para lograr el enlace a la red.

El empeño habrá de ser efímero sin embargo, e incluso antes de cuantificar su impacto se le deshecha como parámetro de medición. El empleo de criterios en apariencia no considerados cuando se le propuso como meta objetiva y que el desarrollo tecnológico evidencia y enfatiza aún más, lo vuelven impracticable. Para superar y resolver estas condicionantes, el organismo invoca una nueva categoría de aprovisionamiento que va a trascender el 2002 y a fortificar sus bases a tiempo que sus detalles técnicos se optimizan y alcanzan un mayor desarrollo. Con el soporte de la tecnología inalámbrica y su permanente evolución, la funcionalidad de los equipos ofrece un ambiente de comunicación etéreo, inmaterial, casi mágico. La conectividad de los *sistemas sin hilos genera así una atmósfera de interconexión* que como el aire puede penetrarlo todo y conquistar con ello una omnipresencia embrionaria –virtual, si se apela a la descripción modernista– siempre disponible y vigente y sólo tangible al establecer los enlaces efectivamente, al materializar la interacción real entre sistemas y personas. *“Hemos encontrado el eslabón perdido*, dice la Unión sin evitar el triunfalismo natural de quien tanto indaga. *Son las comunicaciones móviles”*, complementa con el entusiasmo inherente a ese descubrimiento.

El calificativo universal que se asocia al servicio indica disponibilidad para todos, sin distinciones ni limitantes. Y tal condición sólo puede ser fruto de la plataforma inalámbrica en tanto la conectividad que propone cohabita con la atmósfera, es impalpable y se genera en la asignación de una frecuencia que enlaza y conduce las señales por el espacio, traspasándolo todo y enfrentando límites sólo de vez en cuando, y cada vez con menos frecuencia debido al perfeccionamiento técnico de los equipos y sistemas. Tal cualidad sostiene al llamado *acceso universal*, que frente al condicionante físico del servicio universal se considera *encubierto y latente, en potencia y siempre en espera*, con una *disponibilidad envolvente que se activa a deseo y voluntad del usuario*.



RECUADRO 71	(Continuación)
-------------	----------------

Según el adoctrinamiento que encabeza el organismo, la instalación de un teléfono en cada hogar que suponía el servicio universal resulta insuficiente hoy en día. El acceso universal viene a ser un *esquema superior porque se preocupa por instalar más la disponibilidad que la conexión específica, más la oportunidad de la comunicación que un enlace directo, establecido y adosado al lugar físico*. Así, su definición lo precisa como la *posibilidad de que un teléfono se localice a una distancia razonable de los hogares o centros de trabajo de la población*. Jugando entonces con la geografía del lugar y la situación económica determinada de una comunidad cualquiera; la matriz tecnológica disponible, los servicios deseados, y las inversiones marginales necesarias para solventarlos, el acceso universal desata políticas distintas para procurar la comunicación, que incluso pueden adquirir un perfil coyuntural, tan momentáneo como el requerimiento temporal de una población indistinta. El establecimiento de puntos de acceso en comunidades remotas; las tarjetas prepagadas que garantizan el consumo; la habilitación de enlaces en zonas urbanas marginadas o en centros comunitarios rurales alejados, son algunas de la estrategias que se derivan de este ideario sustentado en la factibilidad técnica más que en la instalación atada al usuario y en las condiciones materiales de la localidad. Esta apertura de servicio lo vuelve único, conceptualizado ahora por la experiencia de cada país y por el desempeño logrado por su decisión técnica. ***“Lo mismo es ‘el acceso público o privado que facilita la comunicación para cada habitante en menos de un kilómetro de distancia’ que propone Costa Rica, ejemplifica UIT, “que el ‘teléfono a menos de dos horas de caminata’ que se instituye en la Sudáfrica rural; o la máxima operacional ‘una familia; un teléfono’ que inspira a China para enlazar sus extensas regiones rurales”<sup>2</sup>.***

- 1 Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). *Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones 2002. Reinención de las telecomunicaciones. Resumen de Conclusiones*. Ginebra, UIT, Marzo de 2002; 12pp.
- 2 Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT); Oficina para el Desarrollo de las Telecomunicaciones. *Reporte Final sobre las Políticas de Telecomunicaciones y su Repercusión a Nivel Institucional, Reglamentario y de Servicios*. Ginebra, UIT, 3 de agosto de 1998; 14pp.

y ciudadanos de segunda, quienes deben conformarse con la habilitación de una conexión para muchos<sup>57</sup>. El sentido de comunidad, el concepto de bien patrimonial con el que algunos autores han pretendido calificar al acceso en condiciones simétricas e igualitarias, se pierde ante el interés rentable dominante que aparta y establece categorías de servicio sustentadas en el poder económico y en el gasto que pueden dedicarle los sectores sociales de mayor poder adquisitivo. El uso del teléfono, y de las telecomunicaciones en general, queda así definido únicamente bajo el perfil del consumo, y la relación determinante entre operadores y ciudadanos se tasa por el intercambio. Más aún, la discriminación implícita en la telefonía colectiva, es antítesis del concepto que entrega Diego Rosi en su explicación sobre el acceso a las telecomunicaciones como soporte básico de la participación social. ***“Más recientemente***, dice,

<sup>57</sup> Situación que para el analista Ernesto Piedras es semejante al uso de un refrigerador colectivo que se conecta en la plaza del pueblo, único lugar dotado de energía eléctrica, y donde todos los ciudadanos están obligados a conservar sus alimentos. Creemos que la analogía es afortunada. Conversación con el autor, 12 de octubre de 2007.

*el servicio universal se definió como el derecho de todo ciudadano a acceder al servicio básico de telecomunicaciones en las mismas condiciones que quienes ya cuentan con él*<sup>58</sup>. En esta óptica, el servicio de teléfonos públicos o locutorios, como los conceptualiza el mismo autor, son desiguales respecto al servicio residencial, por lo cual la opción universal queda aún como empeño a concretarse. La concesión avala el acceso universal y en su apartado cuatro del **Capítulo 3, Redes de telefonía rural**, establece el compromiso ceñido a esa conceptualización... *“A más tardar el 31 de diciembre de 1994, edifica, Telmex deberá lograr que todas las poblaciones del país con más de 500 habitantes, de acuerdo con el Censo General de Población y Vivienda de 1990, tengan acceso al servicio telefónico, al menos mediante una caseta pública o agencia de servicio de larga distancia... [...]... Entre el 1° de enero de 1991 y el 31 de diciembre de 1994, Telmex se obliga a instalar servicio telefónico mediante agencias con conmutador, manual o electrónico, en todas las poblaciones de más de 2,500 habitantes”*.

Como en todo el instrumento, la correspondencia entre lo planeado con anticipación bajo la estructura pública y la exigencia de la autoridad a la firma privatizada, resuelve el tema de la telefonía rural en favor del operador. El suministro que implementa no le demanda esfuerzo alguno de planeación, y la inversión asociada seguramente se consideró de antemano, quizá incluso con recursos públicos. El nuevo propietario simplemente deja que el programa avance en su evolución natural, y con ello el compromiso queda saldado. Y esta facilidad es por demás relevante porque incide en un tema normado por el equilibrio financiero de las compañías telefónicas. La dotación de servicios en regiones de poco retorno económico es meta relegada en los planes de negocio, por lo que la acción del poder público resulta necesaria para garantizar esa cobertura. En 1990, con el enroque señalado, la obligación pudo solventarse sin violentar la lógica rentable que se imponía. Y en los años que siguieron, esa fórmula vino a revalidarse con el soporte jurídico que a la letra le otorgó la concesión misma, y el visto bueno tanto de las autoridades y funcionarios que la diseñaron como de los nuevos y flamantes que después, y también con prontitud y atingencia, le dieron respaldo.

## 2.5 De los compromisos futuros: siempre a conciliar con la prosperidad y el veredicto del operador.

Fincado el desarrollo inmediato de la empresa con la protección a su desempeño y con el resguardo y garantía a su suministro monopólico, sólo restaba encauzar su devenir hacia el éxito económico permanente. Y la concesión asimismo blinda ese tránsito. Así, en dos temas esenciales para el desarrollo de la telefónica se instaura la figura de la concertación como guía para normas sus acciones. Un primer caso de este enroque surge en los apartados de servicio universal y de telefonía rural, descritos en el **Capítulo 3** de la concesión en los apartados primero y cuarto.

<sup>58</sup> Diego Rosi. *Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados*. Marzo de 2006; 10pp. En: [/www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos.htm](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos.htm) Fecha: 26 de julio de 2007.

Si bien como se ha señalado, se dispone la obligación de la operadora por considerar al servicio universal como un objetivo de desarrollo, se introduce también una premisa condicionante que relaja de inmediato la exigencia y sujeta su práctica a los resultados del desempeño que pueda lograr el consorcio... *“Telmex avanzará hacia este objetivo de servicio universal de acuerdo a su capacidad financiera, la demanda por servicios telefónicos, y conforme a los programas que concerte con La Secretaría...”* Como es evidente, el compromiso pierde obligatoriedad al sujetarse a la evolución económica del operador y a los planes de inversión reglados por su plan de negocios, que no necesariamente integran a las comunidades rurales. No obstante este condicionante que desde luego es privilegio para el operador, una segunda limitante supedita la cobertura social a la voluntad que el consorcio pueda dedicarle a la concertación de planes y proyectos específicos... *“Telmex se obliga a concertar cada cuatro años con La Secretaría, programas de expansión de telefonía rural, para lo cual se considerarán las condiciones previsibles de demanda y los costos para proporcionar el servicio”*. En primera instancia, la disposición no entraña notoriedad alguna en tanto remite a la continuidad en el aprovisionamiento de las comunidades rurales conforme a su desarrollo local e incluso de la región donde se ubican. Sin embargo, en la argumentación que sigue a esa premisa, la ordenanza pierde vigor y se torna relativa y por demás flexible y discrecional. *“A partir de 1995, Telmex también deberá dar servicio en las poblaciones que resulten comprendidas en el programa de expansión de telefonía rural descrito en los primeros párrafos de esta condición, que incluirá aquellas poblaciones en las cuales pueda recuperar al menos el 75% de los costos de instalar y mantener operando el servicio... [...] Cuando a juicio de La Secretaría, estos estudios de costos no fueran fundados, Telmex se obliga a instalar o reinstalar el servicio telefónico, según el caso, sin perjuicio de la sanción que La Secretaría aplique”*.

La concertación que se precisa como piedra de toque para el programa de telefonía rural, es apenas el principio de un ejercicio cuyo resultado está sujeto a la aplicación vertical de la condición previamente definida: la integración de una comunidad cualquiera a la red telefónica, dependerá del dictamen sobre las perspectivas de recuperación de los costos de instalación y de funcionamiento de los sistemas instalados. La evaluación económica, que además el propio operador ejecuta, es entonces determinante para el programa y respecto a la cobertura social, la telefónica no tiene compromiso alguno que no se establezca dentro de esos parámetros. La telefonía rural queda entonces tasada en la fórmula económica del provecho y la renta, y por lo mismo se sujeta al flujo contable de inversión contra rendimiento. La implementación del servicio universal incluso en la conceptualización de modalidad colectiva, excluye a las poblaciones cuyo consumo telefónico no permita la recuperación económica deseada. Tal criterio instala así un parámetro de eficiencia que establece condiciones socioeconómicas mínimas a cubrir por cada localidad para justificar su inclusión en el programa. Y fuera de ese escenario, no existe la opción de proporcionar la telefonía rural y la empresa operadora no tiene responsabilidad alguna en ello.

Pero si la disposición anotada buscó generar condiciones de equilibrio financiero en el único segmento donde la operación económica de la telefónica podría ser deficitaria, para el funcionamiento de los mercados principales de **Telmex** igual se le diseñó una gran autonomía de desempeño en una categoría fundamental para cualquier empresa proveedora de servicios: la *propuesta tarifaria para el cobro del suministro que ofrece*. El **Capítulo 6** de la concesión determina en efecto los parámetros a seguir y formaliza tres criterios específicos para la formulación tarifaria:

- i) La definición de una *canasta de servicios básicos*, esto es decir, un conjunto de los servicios públicos de telefonía sujetos al control tarifario;
- ii) El establecimiento de un *sistema de precios tope*, que determina los límites máximos de la tarifa promedio ponderada de la canasta de servicios básicos; y
- iii) La ingerencia de un *factor controlador*, que deriva el incremento porcentual máximo que **Telmex** puede aplicar a la canasta y que se especifica con base en el comportamiento y proyección del tráfico de los servicios.

De inicio con una periodicidad trimestral; después anual, y finalmente por cada cuatro años, la combinación de los tres elementos ha establecido las tarifas a aplicar por el monopolio para los servicios incluidos en la canasta<sup>59</sup>. El juicio sobre este mecanismo proviene de un alto funcionario federal del sexenio 2000-2006, crítico del monopolio, quien después de calificar la venta de **Telmex** como una *“mala privatización”*, señala que la concesión incluye dos elementos *“increíbles... 1) garantiza la rentabilidad de la empresa (es una condición que no se puede dar a un monopolio, cuando se busca promover la competencia); y, 2) permite que el monopolio manipule los precios, pues para calcular el tope de incrementos de precios indexados de Telmex, definió una canasta de servicios, y con ello la posibilidad de manipular los precios para perjudicar a la competencia y al mismo tiempo estar dentro de su límite de precios”*<sup>60</sup>.

Fuera del interés que sin duda permea la declaratoria anterior por la identidad de su titular y por su esmero en identificarse como antagonista del consorcio, los dos desarrollos que se develan argumentan un vicio ya arraigado en la marcha cotidiana del sector y que ha supuesto una dificultad infranqueable para el regulador: sus análisis y dictámenes dependen de la información que proporciona el monopolio. Tal debilidad; crónica, se insiste, será uno de los vectores más decisivos en la regulación de las telecomunicaciones y en el accionar del monopolio y de los agentes que han pretendido competir en los mercados que sirve.

---

<sup>59</sup> Y ello produce un primer desfase, en tanto la canasta definida en 1990 deja fuera los servicios que el monopolio ha venido suministrando periódicamente, que ya no se ajustan al control tarifario.

<sup>60</sup> Citado en Ana Luz Ruelas. *La reconversión regulatoria de las telecomunicaciones*. México, Universidad Autónoma de Sinaloa y Casa Juan Pablos, 2005; 51pp.

### 3. Del desempeño y uso de todos los adornos: predominio macro y micro, horizontal y vertical, de la telefónica

El conjunto de ventajas que se otorgaron en la concesión se cultivan y ejercen desde las travesías debutantes de **Telmex** como empresa privada. EL provecho que mejor disfruta es sin duda el monopolio sobre la red telefónica fija, mismo que estructura una condición dual que hasta el 2008 continúa reinante: unas son las condiciones, características y desarrollos que toman los flujos de telecomunicaciones que se transportan en la red propia de la telefónica, el llamado *tráfico on-net*, y otras muy distintas y variadas son las que prevalecen en el que se genera y proviene de otras redes, el *tráfico off-net*, que para conducirse y llegar al suscriptor debe recurrir a la infraestructura del consorcio. En la primera modalidad **Telmex** aprovecha todas las prebendas que ha acumulado y las pone a punto y en tensión para generar su amplio abanico de servicios, desde el telefónico básico hasta la conexión a Internet de banda ancha vía **Infinitum**. En la segunda, esas mismas ventajas son ofrecidas a las redes competidoras bajo las condiciones que el dominante establece. Y esta situación que concreta el predominio cotidiano de la telefónica apareció desde el debut de la competencia, que obliga a la interacción de la empresa con sus primeros opositores en el servicio de larga distancia. Como se relata en las páginas que siguen, cada relación, enfrentamiento o conflicto que ha surgido entre ese binomio ha llevado al mismo desenlace: el refuerzo del consorcio y el amarre de su posicionamiento en el mercado. Tal ha sido la historia; y tal es uno de los vectores a considerar en el pronóstico del desenlace posible del proceso convergente.

#### 3.1 La competencia en el segmento telefónico de larga distancia.

Con el objetivo de animar el interés de los nuevos agentes, la apertura de la telefonía a la competencia se inició en el segmento de mayor rendimiento económico: el mercado del servicio de larga distancia. Con las primeras compañías que al cobijo de la **Ley Federal de Telecomunicaciones** de 1995 solicitan y obtienen una concesión para operar una red pública interestatal de telecomunicaciones –que según el principio regulatorio que se aplica por lo menos debe entrelazar a tres entidades federativas– y también la anuencia para prestar el servicio de telefonía de larga distancia, se emplaza y disputa una primera pugna con el proveedor tradicional: el proceso de presuscripción, esto es, el corte de caja para que todos los usuarios telefónicos tengan la oportunidad de seleccionar al operador que habría de conducir el tráfico de larga distancia que genere su número telefónico. Los suscriptores que no soliciten su cambio por escrito –a través de *boletas ad hoc*, sistema incierto que en más de una ocasión evidenció sus debilidades, desde en el reparto de las mismas hasta en la requisición y entrega– quedarán con el proveedor original<sup>61</sup>. Para atraer al mayor número de consumidores, cada firma no tiene más elemento que la propuesta

<sup>61</sup> En 1997, **Cofetel** promovió la realización de un proceso de comprobación de esas solicitudes, mismo que invalidó el 30% de las realizadas desde 1995. Cfr. **Cofetel. Informe de Labores de 2000**. México, Cofetel, 2001, 44pp.

publicitaria, el anuncio que con mucha o poca imaginación casi siempre destaca como cualidades mayores de los recién llegados la frescura y la limpieza, mismas que por extensión se endilgan a todas las empresas nuevas. Por parte de **Telmex**, la apuesta es la costumbre, la estabilidad, y el poco ánimo de la mayoría para cambiar por lo nuevo y, menos aún si debe manifestarse por escrito mediante la requisición del formato establecido. La prescripción se ofrece de manera gradual, y a finales de 1998, en las 100 ciudades abiertas al proceso, 6.7 millones de líneas se han prescrito, cifra que representaba el 80% del universo con posibilidad de hacerlo<sup>62</sup>.

En el desarrollo del proceso, no faltan las arbitrariedades, los desfalcos y trampas; las pérdidas intencionadas que tornan cada secuencia en maniobra poco transparente e instalan un entorno amoral y de poca ética, nunca resuelto por el órgano regulador. Quien revise la información noticiosa sobre el sector y sobre el desarrollo del proceso en aquellos años, encontrará el germen de uno de los rasgos centrales que habrá de caracterizar la apertura y que ha mantenido su vigencia y disponibilidad como recurso para pelear y dirimir el posicionamiento en el mercado: el amparo, la controversia jurídica, la denuncia en tribunales, nacen entonces para las telecomunicaciones, y después van a reproducirse en avalancha transformando a los departamentos legales de cada concesionario en intérpretes centrales de la competencia y de sus modos operativos. Esta variante se relaciona directamente tanto con el esquema de delanteras y primacías que se concedió al monopolio, como con la debilidad en el ejercicio de la regulación diseñada, que de 1990 a 1997 tipificó a la **Subsecretaría de Comunicaciones**, y de 1997 a la fecha pinta también a **Cofetel**, creada por la propia Ley de la materia en 1996. La réplica de los particulares a la aplicación de leyes, reglamentos y planes que se inaugura con la prescripción, es síntoma de un diseño institucional inadecuado; flojo, parcial, improvisado inclusive, de la estructura jurídico-regulatoria, que al vacío legal de un quinquenio que se produce después de las privatización de **Telmex**, adiciona la desagregación de las tareas y funciones que corresponden a cada entidad pública que interviene en el sector, y ello se traduce en flaquezas e inconsistencias en la aplicación de la Ley. El decir de Judith Mariscal y Eugenio Rivera destaca que esa blandura de los reguladores ha sido una de las atroñas superiores en el desarrollo del sector. *“La falta de una real autonomía (del regulador) y sus poderes limitados ha llevado a un proceso regulatorio lento e ineficaz. Más aún, la entidad no dispone de procedimientos flexibles ni tiene la autoridad suficiente para tomar acciones decisivas y oportunas. La implementación efectiva de la ley está sujeta a numerosas incertidumbres. De particular importancia es el uso generalizado del recurso de amparo que permite la suspensión de la acción reguladora cuando los regulados consideran que la norma aplicada viola sus derechos constitucionales. En un contexto*

---

<sup>62</sup> De hecho, la prescripción se implanta de manera gradual y en el primer año de vigencia incluye a las 60 principales ciudades del país, que concentran cerca del 80% de los suscriptores de telefonía. Para 1998 el compromiso es abarcar 100 y en 1999, 150. En el año 2001 se generaliza a todas las poblaciones que dispongan de una central telefónica con capacidad técnica de enrutamiento. Cfr. Cofetel. *Resolución sobre el Plan de Interconexión con Redes Públicas de Larga Distancia del 17 de junio de 1994*. Disponible en: [www.cft.gob.mx/204.153.24.194/html/9\\_publica/atecnico/resinterc.shtml](http://www.cft.gob.mx/204.153.24.194/html/9_publica/atecnico/resinterc.shtml) - Fecha: 12 de agosto de 2003. Las cifras se toman de: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). *Regulatory reform in México*. París, OCDE, 1999:9pp.

*en que la justicia opera lentamente, estos recursos llegan a permanecer en trámite hasta por más de tres años, lo que naturalmente deriva en una regulación ineficaz*<sup>63</sup>.

A la languidez del órgano regulador se agregó además la discrecionalidad de sus actos de gobierno. Aunque la autoridad siempre trató de hacer pasar sus decisiones como procesos técnicos, exactos y neutrales, y por lo mismo con poco espacio para la interpretación subjetiva, su desempeño tuvo más de una arista de decisión política que lo alejó de la asepsia publicitada<sup>64</sup>. Casi siempre, los fallos y resoluciones emitidas tuvieron un objetivo coyuntural, puntual, y en ese alcance cedieron beneficios a unos mientras sancionaban a otros. En aquella dinámica de alegatos, críticas y descalificaciones, resalta que un único elemento sea por mucho la matriz de origen de todo el proceso emprendido y de la polémica que lo acompañó: para concretar su servicio, el competidor requería del acceso hasta la residencia del usuario, a la *última milla* que acopla la red telefónica con el suscriptor final, y como determinó la concesión de 1990, en el ámbito técnico y operativo ese engranaje fue instalado y se mantenía bajo el control y propiedad total de la firma dominante. Ello obligaba a interconectar los equipos de cada operador con los propios del monopolio, encadenamiento que engendró una larga secuencia de coincidencias y desencuentros, de negociaciones y pugnas, donde cada cual intentaba comprometer la decisión hacia su dividendo: las compañías debutantes para forzar el acceso a un costo reducido, el más barato que pudiera lograrse y con la mayor desagregación posible, hasta el *bucle residencial* como se le denomina, para abrir la posibilidad técnica de ofrecer servicios de valor agregado directamente al suscriptor final. El consorcio, a la inversa, deseaba bloquear esa posibilidad y permitir la conexión en sus equipos de enrutamiento, límite que le facilitaba la vigilancia y dominio del acceso terminal. Tal fricción no evitó que por cada acuerdo logrado el corporativo emitiera facturas por todos los vectores imaginables –de *cubicación*, por ejemplo, circunstancia que nace apenas para designar el espacio físico que ocupan los equipos de cada competidor en las instalaciones huésped de **Telmex**, y que demandan el suministro de aire, energía, seguridad, y todos los insumos requeridos para funcionar– y que ejerciera su posición de oferente único para cotizarlas en precios sin control alguno. Todo se valía para conseguir beneficios, y la telefónica se desempeñó con esa lógica franca.

Ante la permanencia del enfrentamiento y el desgaste de ánimos y energías de los competidores, el desenlace que el regulador favoreció cada vez que intervino fue una de las variables que contribuyó tanto a definir la estructura del mercado de larga distancia, como al ganador final de la contienda. En efecto, **Telmex** perdió puntos en el corto plazo, pero pronto revirtió el déficit y con el tiempo se tornó vencedor indisputado, condición que hasta la fecha conserva.

---

<sup>63</sup> Judith Mariscal y Eugenio Rivera. *Organización industrial y competencia en las telecomunicaciones en América Latina: estrategias empresariales*. Santiago de Chile, Cepal Serie Desarrollo Productivo, Noviembre del 2005; 27pp.

<sup>64</sup> Una descripción muy precisa de esa actitud en los responsables principales del proceso se encuentra en Ana Luz Ruelas. Op. Cit. Nota 57. En especial el capítulo 2; 57pp.

### 3.2 El destino preferido de los recursos de inversión.

Al encauzar la competencia hacia el mercado de larga distancia, la política puesta en marcha buscó convocar la oferta y participación de todos los proveedores posibles más que impulsar el desarrollo del segmento y su infraestructura de soporte y terminal. Con tal estímulo, los recursos frescos se canalizaron hacia el montaje de grandes redes y enlaces de conducción –en su mayoría en tecnología de fibra óptica, en ese tiempo de avanzada– cuyo propósito central fue dotarse de facilidades propias para cubrir las distancias geográficas y conectar a los principales centros de tráfico, empalme que sustentara con mayor facilidad la rentabilización de las inversiones erogadas. Como los debutantes mantenían relaciones de negocio y propiedad con operadores del extranjero, sobre todo de Estados Unidos –entre los principales, **Avantel**, socia del todavía immaculado **MCI Communications**; **Iusatel** con **Bell Atlantic**, situado como el segundo lugar en el universo de los *telcos*; y **Alestra** con el añejo y conocido **ATT** y los no menores **GTE** y **Telefónica de España**–, el diseño de la cobertura incluyó saldar la red en las poblaciones limítrofes de la frontera norte del país, para su enchufe con los puertos y el andamiaje completo de servicios del corresponsal sólo con el cruce del territorio nacional. La de **Avantel** llegó hasta los 5 mil 600 kilómetros de extensión y disponía de tres centros colectores de tráfico ubicados en el *triángulo*; por su parte, **Alestra** reproduce la configuración de la primera y dispuso de un tendido de 4 mil 596 kilómetros.

En tanto la capitalización de estas infraestructuras se soportaba en captar el mayor tráfico telefónico posible únicamente en la modalidad de larga distancia, se buscó conectar a las poblaciones de mayor registro en ese segmento, y en especial al *triángulo de cristal* que se mantenía en vanguardia y según el estereotipo en boga concentraba hasta el 70% del tráfico Lada. Real o ficticio, la búsqueda de ese flujo de telecomunicaciones propició la duplicidad de medios por la presencia de todos los operadores en las mismas coordenadas, y tal centralización de equipos y sistemas en unas cuantas poblaciones en consecuencia llevó al desperdicio de buena parte de las facilidades que se acumularon unas sobre otras. Con ello se suscribió quizá el primer renglón de la larga lista de asimetrías que se inauguraron con la liberalización y que persisten hasta nuestros días: la concentración de recursos en las ciudades mayores y el abandono de las poblaciones de menor relevancia económica. Aún hoy, aunque su tecnología se ha actualizado radicalmente respecto a la asignación original, la propuesta de las compañías sobrevivientes reproduce esa arquitectura tripartita. La de **Alestra**, en específico, relega a los estados del noroeste del país y los atiende en forma secundaria<sup>65</sup>.

Aunque la posibilidad de competencia en el servicio telefónico local estuvo planteada desde la promulgación de la concesión a **Telmex** e incluso fue manifiesto el interés de algunas empresas por invertir en las redes y los equipos

---

<sup>65</sup> Si bien bajo un enfoque publicitario, las características de la red, su trazo y especificaciones, se encuentran disponibles en el portal de la empresa. Cfr. [www.alestra.com.mx/atl/infraestructura.htm](http://www.alestra.com.mx/atl/infraestructura.htm) Fecha: 18 de marzo de 2007.



necesarios para suministrarlo, el marco legal que reglamentó esa posibilidad se genera hasta fines de la década. Tal dilación fortaleció más aún al consorcio dominante porque fue la alternativa única para que los contrarios ingresaran al mercado y, en franca paradoja, trataran de disputarle la cuota que de manera natural ya tenía asignada de antemano<sup>66</sup>. Así, la ecuación siempre se zanjó en favor de **Telmex**, y es precedente y condición para el proceso de hoy: para progresar y para afianzarse, la convergencia *deberá enlazar a todos los proveedores de los tres servicios considerados, y ello implica que el más grande conceda más que los pequeños o los simples asociados*.

### 3.3 El monopolio y los límites institucionales de la competencia.

La interconexión supone el desarrollo de un proceso económico de equilibrio. Si su precio se fija elevado, en exceso inclusive, puede inhibirse la competencia y desalentar la inversión en los servicios. A la inversa, si apenas logra cubrir los costos de la telefónica receptora o le permite una ganancia mínima, se compromete su futuro rentable y la infraestructura local no habrá de desarrollarse por la insuficiencia de recursos. En el discurso, tal principio de equidad nucleó la actitud del poder y la autoridad gubernamental define la tarifa debutante para tasarla. Sin embargo, unos y otros la cuestionan y el monopolio llega a descalificarla al alegar que ese ejercicio pionero no contabilizó algunos cargos y el monto planteado es insuficiente e injusto. Se forja entonces una conciliación pretendidamente ejemplar: operadores y regulador acuerdan contratar a una compañía independiente, un tercero neutral y acreditado, quien haría el análisis pertinente para establecer el veredicto respectivo. Es consenso también que la estadounidense **Bellcore** lleve a cabo el proceso, y se le contrata y proporciona toda la información del caso. El consultor determina que el monopolio ha acreditado un gasto de 422 millones de dólares para facilitar la interconexión, y con base en esa resolución y con otros elementos de juicio que la autoridad recoge de los propios concurrentes, la naciente **Cofetel** finalmente reconfigura los montos a cubrir por los operadores conectantes hasta 1998. La tarifa por minuto de ocupación de la infraestructura se fija entre los 18 y 19 centavos de peso para 1997, y de 16.4 a 17.3 centavos durante 1998, dependiendo del tipo de centrales donde se lleve a cabo la interconexión telefónica<sup>67</sup>. Además, para el tráfico internacional de entrada se autoriza un cargo adicional por minuto, equivalente al 58% de la tarifa que pagan las empresas extranjeras a los concesionarios mexicanos para terminar llamadas en México<sup>68</sup>.

Fuera de la exactitud o imprecisión de la tarifa, el acto mismo de definirla rebasa la propuesta técnica y de hecho se contextualiza como una acción de política pública, establecida ya con una intención plena o bien en la inconciencia

<sup>66</sup> Cfr. Rafael del Villar et Cristina Casanueva. *A decade of regulation and liberalization of the telecommunications industry in Mexico (1990-2000)*. Disponible en: [www.delft2001.tudelft.nl/abstract%20files/abstract1135.doc](http://www.delft2001.tudelft.nl/abstract%20files/abstract1135.doc) Fecha: 22 de marzo de 2002.

<sup>67</sup> El resumen de la historia se encuentra en los antecedentes y considerandos de dos Resoluciones Administrativas de la **Secretaría de Comunicaciones y Transportes** sobre tarifas de interconexión, emitidas respectivamente el 16 de abril de 1996 y el 28 de mayo de 1997. Ambos documentos están disponibles en **Cofetel** ([www.cft.gob.mx](http://www.cft.gob.mx)).

<sup>68</sup> ----- "Pagarán concesionarios 18 o 19 centavos de peso el minuto 1.7 pesos para tráfico internacional". En: *La Jornada*, 26 de abril de 1996.

por el regulador del mercado. El dictado de Elí Noam es manifiesto y preciso al distinguirlo con ese rumbo y en tal alcance, [...]... *“el establecimiento de cargos de interconexión –sentencia– puede ser usado por los reguladores como una herramienta para financiar metas de política de desarrollo, mismas que van más allá de la disyuntiva entre favorecer a las entidades establecidas que desean frustrar la interconexión, o a las empresas entrantes que buscan obtener subsidios. El reto para los reguladores es fijar un precio para un bien intermedio, esto es, la interconexión en sí, en una forma tal que fomente la entrada competitiva de todos los agentes que lo deseen, para beneficio de la salud del mercado y para evitar ineficiencias que lo frustren o limiten”*<sup>69</sup>.

Para la agencia nacional, la disyuntiva planteada por Noam se remedia de manera inequívoca en provecho de la fuerza dominante. Un estudio de 2004 que evaluó el caso de México como investigación de campo<sup>70</sup>, señala que el corporativo ha provocado esa consideración y tratamiento a su favor con base en cuatro factores, conexos intrínsecamente, y de un accionar tan decisivo que su efecto se comprueba con múltiples evidencias empíricas rastreables desde la emergencia de la firma en 1990. Esos factores entrañan...

- a) La *condición asimétrica de la información*. Conlleva que antes y durante el proceso de definición de las disposiciones regulatorias, el consorcio o bien oculta la información imprescindible para normar la toma de decisiones y el desahogo completo de la argumentación jurídico-reglamentaria, o la manipula y maquilla, para entregar solo aquella que le beneficia y puede provocar un arbitraje a su conveniencia. Esto ocasiona que el regulador carezca de los elementos completos y suficientes para sustentar y soportar sus dictámenes, con un corolario parcial e incompleto que inhibe justo el mismo principio que el regulador esgrime para intervenir. Asimismo, se origina una *indefinición sobre los indicadores lógicos de monitoreo y evaluación del desempeño práctico de los preceptos regulatorios*, y en consecuencia la autoridad no sabe con exactitud qué justipreciar, cuando y como hacerlo, con qué indicadores representativos y bajo qué entorno y condiciones legales. Tampoco, en la situación más grave, la autoridad es capaz de saber cuando y de qué manera detectar, corregir y sancionar el incumplimiento de sus ordenanzas.
- b) El *apoderamiento del ente regulador por parte del protagonista dominante*, en tanto su conocimiento de la dinámica del sector se traduce en una posición de fuerza y de hegemonía, que la agencia institucional no puede encarar, cuestionar y, menos aún, debatir. Si a ello se añade la debilidad orgánica de la entidad rectora y la sumisión potencial de los titulares que asumen las decisiones, tal capitulación se acentúa más todavía

---

<sup>69</sup> Eli Noam. *Interconnection Policy*, Columbia Institute for Tele-Information; Columbia University Graduate School of Business, 2002:114pp. Disponible en: [www.citi.columbia.edu/elinoam/articles/intercon.htm](http://www.citi.columbia.edu/elinoam/articles/intercon.htm) Fecha: 24 de noviembre de 2003.

<sup>70</sup> Martha García Murillo et James B. Pick. "Interconnection regulation: explaining dominance by the incumbent in México". En: *Communications & Strategies*, No 53, primer trimestre de 2004.

porque no existe balance ni equilibrio entre las partes y el regulador no puede o no desea compensarlo. A partir de la promulgación de la reforma a las **Leyes Federales de Telecomunicaciones y de Radio y Televisión** de abril de 2006, esta situación fue ampliamente debatida y cuestionada, ya que como fue público los promotores de la modificación en las arenas civil y legislativa aparecieron después como comisionados del órgano regulador. En el 2007, en junio, el tema volvió a surgir por la afirmación del titular de SCT, quien acusó a esos funcionarios de estar *“capturados por las empresas reguladas”*, en específico el duopolio televisivo<sup>71</sup>.

- c) El *cumplimiento mínimo de la regulación aplicable, producto de la preeminencia del monopolio*. Tal acatamiento laxo de las ordenanzas se genera tanto por el dominio propio de la empresa líder, como porque lo dispuesto no impacta necesariamente sus actividades estratégicas, y aquella puede condicionar o flexibilizar sus respuestas, previendo y manejando las secuelas que esa conducta le ocasiona. De esta forma el monopolio acata en exclusiva lo que le conviene.
- d) El *aprovechamiento de la controversia judicial como recurso inhibitorio de la competencia*. La táctica ha sido explotada al extremo, llegando a sustentar el término *judicialización de la competencia*, ya que son los tribunales quienes definen los desenlaces de cada acto de gobierno. Se administra mediante iniciativas propias que demandan la intervención del Poder Judicial e incluso en aquellas causas emprendidas por los opositores, y su propósito no es sólo revertir formalmente la disposición que se impugna, sino también generar tiempos de gracia que el principal emplea para fortalecer su posición, superar sus debilidades en el tema de que se trate, y minimizar las consecuencias de aquellos fallos que pudieran desfavorecerle.

En combinación, los cuatro vectores<sup>72</sup> señalados se conjuntan para maniobrar en docenas de casos concretos, que se ha resuelto en su totalidad en beneficio del consorcio y su andamiaje legal. Martha García Murillo y James Pick retratan algunos de ellos, y una segunda disertación<sup>73</sup> desmenuza otros más, entre los que destaca el siguiente por su clara aplicación en la convergencia de hoy. *“... tal como lo señala la teoría y lo muestra la experiencia internacional, se concluye entonces, Telmex, el operador mexicano más importante, no tiene ningún incentivo para facilitar la entrada al mercado a las nuevas empresas, las cuales a su vez tienen poco que ofrecerle. Por ello, la única manera de que Telmex proporcione acceso a los nuevos operadores es obligarla a hacerlo, pero a lo largo de los años, Telmex ha utilizado medios legales para lograr su objetivo”*

---

<sup>71</sup> Afirmación que desde luego el vocero de Televisa se apresuró a cuestionar. Ver: Javier Tejado Dondé. “Espectro: Balances”. En: *Reforma*, 12 de junio de 2007.

<sup>72</sup> Ruelas identifica dos más: *“la débil tradición en la aplicación de las leyes, así como la poca credibilidad en la eficiencia de su aplicación”*. Cfr. Op. Cit. Nota 57, 88pp.

<sup>73</sup> Fernando Ramírez Hernández. *Interconexión de redes telefónicas en México: solución de disputas y búsqueda de consensos*. Edición digital a texto completo accesible en [www.eumed.net/libros/2005/fr/](http://www.eumed.net/libros/2005/fr/) 90pp.

La reflexión última es pertinente en el momento de la convergencia porque de nueva cuenta se prevé un nutrido ingreso de nuevos actores e iniciativas. En el triple play que tanto se anuncia, las autoridades renovadas, ¿tendrán capacidad de diálogo y de poder suficientes para obligar la interconexión? ¿Qué elementos nuevos podrán asirse para lograrlo? Y por parte de la telefónica dominante: ¿qué habrán de brindar y ofrecer a **Telmex** los operadores convergentes? ¿Con qué o con cuánto podrá tenerse por satisfecho? ¿Le interesarán siquiera esas proposiciones? ¿Será que la historia volverá a escribirse con un argumento similar y un desenlace ya advertido? La contestación a tales preguntas no puede evitar el gran condicionante: como ayer, la telefónica dispone de todos los elementos para proteger su negocio, y en tal desempeño está preparada para ceder lo mínimo, lo más estricto, que no necesariamente es lo más justo. La muestra más firme de ese mando y proceder es justo el paradero que ha seguido la interconexión y que hoy arroja desbalances profundos entre los cargos aplicables. Y ahí tenemos para comprobarlo el dictamen de un especialista respecto a la competencia actual en el mercado de larga distancia. A partir de la zonificación artificial del país en áreas de servicio local (ASL), el monopolio ha obtenido una renta extraordinaria con la terminación de llamadas, en tanto no todas las ASL's son sujeto de competencia. *“De las 397 áreas locales en las que se divide el país, dice el experto, los operadores de larga distancia distintos a Telmex se pueden interconectar en sólo 198. En las 199 áreas no abiertas a la competencia se encuentra el 18.7% de las líneas y habita el 25% de la población, que en su mayoría son hogares de ingresos relativamente bajos. Para terminar tráfico en esas áreas no abiertas, los competidores tienen que pagar a Telmex una tarifa denominada de reventa...[...] misma que se ha mantenido muy por encima de la tarifa aplicable a la de interconexión ...”*<sup>74</sup> El impacto de esta distribución se resiente en las tarifas que pagan los residentes de las áreas territoriales sin competencia: en tanto los competidores tienen que repercutir el costo de reventa, la tarifa de **Telmex** siempre será menor a la que sus competidores pueden ofrecer.

El dominio y la preeminencia de la telefónica tienen pues múltiples asideros. Es evidente que el monopolio posee recursos amplios y variados que hacer valer para no perder supremacía. Las respuestas periódicas a las críticas y señalamientos de competidores, autoridades y analistas, por ejemplo, testimonian esa capacidad. Una muestra de ello ha sido el juego retórico emprendido desde el 2006 entre el monopolio y uno de los actores debutantes en el proceso convergente, las empresas de televisión por cable. A través de su representante gremial, la **Canitec** (Cámara Nacional de Telecomunicaciones por Cable), el colectivo ha dicho y enfatizado que la interconexión está determinada por las condicionantes que impone el consorcio en tanto firma en extremo dominante, situación que compromete tanto el desarrollo de las cableras en el mercado de telefonía como produce una situación de privilegio para **Telmex** en su incursión en el mercado de contenidos. Ante ello, la respuesta del implicado no dejó de censar situaciones objetivas. Se facilita la interconexión en lugares donde no hay cobertura, contrargumentó de inicio,

<sup>74</sup> Rafael del Villar. *Competencia y equidad en telecomunicaciones*. Febrero de 2007; 15-16pp. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTMEXICOINSPANISH/Resources/delvillarponencia.pdf> Fecha: 2 de marzo de 2007.

porque los competidores sólo tienen un 25% de infraestructura propia. *“Eso quiere decir que no les conviene construir y nos han pedido que construyamos por ellos”*, afirma al fin la compañía como para cerrar el expediente con una redención de pretensiones definitivas<sup>75</sup>. Si bien la premisa describe el evidente rezago de facilidades locales en buena parte del país, lo que el vocero evita mencionar es que por encargo o por preferencia, la presencia dominante del consorcio le otorga supremacía en la interconexión y le confiere ventajas cualitativas que han establecido la diferencia entre las compañías participantes. Y para reafirmarlo surge el dictamen que ya se ha efectuado sobre el aterrizaje de la portabilidad del número telefónico, condición establecida como ineludible en el **Acuerdo de Convergencia** de 2006 y procedimiento de moda en el sector hacia el 2008. *“Alrededor del 50% de las líneas telefónicas fijas quedarán fuera de la portabilidad numérica, se advierte, debido a que, en muchas regiones del país, Telmex es el único proveedor y no hay otras opciones para cambiar de empresa”*<sup>76</sup>. Como se aprecia, el dominio del monopolio es palpable en cada tema que surge o se actualiza.

### 3.4 La capitalización de la infraestructura terminal del consorcio.

Hacia mediados de 1997, el mercado de larga distancia se pintaba ya en los dos bloques asimétricos que hasta hoy permanecen. Del 100% que **Telmex** concentraba un año atrás, desciende al 88.2% promedio en ambos segmentos<sup>77</sup>. Ese registro, que debiera ser apenas el de arranque en una apertura competitiva, va a alterarse por muy poco a lo largo de los años, situación que desde luego ha cuestionado los planes de negocio de los contrarios. *“Al menos los dos mayores entrantes, Avantel y Alestra, registraron importantes pérdidas en el primer año de operación. En su opinión, rebasan los niveles que deberían esperarse de acuerdo con los planes de negocios elaborados, y se derivan de la presencia de problemas que podrían limitar la inversión en el servicio de larga distancia. Concretamente, consideran que el esquema de interconexión constituye un costo excesivo que traslada utilidades de este servicio al operar local, y que la transferencia del 58% sobre la tarifa de liquidación que dan para apoyo del servicio local no se aplica a proyectos específicos de ampliación de las redes sociales...”*<sup>78</sup>

La declaratoria inaugura el tono y argumento que los competidores van a utilizar desde el establecimiento de las tarifas de interconexión hasta los primeros meses del año 2000, cuando la estructura del mercado es ya más estable. La integración vertical de **Telmex** le permite controlar el acceso tanto a la red local como a sus nodos, capacidades y

<sup>75</sup> Verónica Gascón. “Niega **Telmex** imponer reglas”. En: *Reforma*, 11 de abril de 2007.

<sup>76</sup> Verónica Gascón. “Auguran límites en portabilidad”. En: *Reforma*, 6 de julio de 2007.

<sup>77</sup> Rebeca Escobar establece los porcentajes de **Telmex** en 73% para larga distancia nacional y del 70 para la foránea en ese mismo año. Cfr. *El cambio estructural de las telecomunicaciones y la inversión: el caso de México*. Santiago de Chile, CEPAL. Serie Reformas Económicas, Febrero de 1999. Disponible en: [www.eclac.org/publicaciones/xml/9/4539/lcl1174e](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/9/4539/lcl1174e). Fecha: 21 de febrero de 2000. Por su parte, la **OCDE** (Op. Cit.; Nota 59; 18pp) establece que para fines de 1997 los jugadores entrantes han captado el 18.8% del mercado local y el 31.6% en larga distancia internacional.

<sup>78</sup> Rebeca Escobar. Op. Cit. Nota 73; 33pp.

funciones, en tanto los competidores únicamente operan los equipos de interconexión en centrales específicas, frecuentemente determinadas por el consorcio en forma unilateral. Si bien es corriente que en el discurso de la autoridad se enfatice la prohibición de ejecutar prácticas discriminatorias, se carece de procedimientos precisos y transparentes que permitan o bien demostrarla contra del consorcio, o ya negarla para su descargo y absolución. Y como casi siempre sucede, el empresario es el mejor analista del sector que lucra. *“Quieren la pechuga del pollo, la parte más carnosa”*<sup>79</sup>, responde Telmex a todas las críticas en boca de su presidente. *‘Dicen que van a invertir cientos de millones de dólares en la instalación de una red de fibra óptica, agrega, pero no se han visto obras en ninguna parte del país. Avantel, que es la que más ha invertido, contabiliza la red que ya tenía Banamex; Alestra hizo algunas obras en el norte, pero para conectar con la frontera y aprovechar así la infraestructura que tiene instalada en territorio estadounidense a lo largo de la franja limítrofe, y conectar a dos ciudades... [...]... ‘La interconexión es la forma de hacer rentable una red local y las inversiones que se han realizado en ella, explica y con ello legitima los montos tarifarios que recién se habían definido. ‘Digán lo que digan y hagan lo que hagan, por muchos años van a tener que utilizar la red básica de Telmex. Sus objetivos en el mediano plazo son conectar a lo más 60 ciudades en el país, donde se concentra la mayor parte del mercado, pero nosotros comunicamos a 20 mil localidades a escala nacional’... Señala que su empresa lo que quiere es darle rentabilidad a su infraestructura y no desalentar a los usuarios. ‘La red de Telmex es como una autopista, lo que se quiere es un importante volumen de tráfico, sin importar quién transite por ella’, ejemplifica”.*

Con el tiempo, la certeza de la declaratoria se confirma casi punto a punto. Apenas inaugurada la apertura, en menos de un año, el monopolio perdió al 40% de los consumidores principales de larga distancia, sobre todo frente a **Avantel**, que logró el 25% del segmento, y de **Alestra**, que logró el 15%. Sin embargo, en un análisis pionero desarrollado por Ernesto Piedras, se establece que los problemas financieros de los competidores y las inconsistencias de sus planes de negocios respectivos, impidieron que esa tendencia continuara y para 1999 el consorcio había recuperado ya su dominancia y lograba controlar hasta el 76% del mercado de larga distancia. *“Regresaron a Telmex porque la empresa mejoró sus servicios, ofreció las mismas tarifas que el resto de los competidores y facilita la facturación”*, afirma el ensayista<sup>80</sup>. La firma especializada **Pyramid Research** establece el mismo diagnóstico y agrega que la crisis del sector que se cocina en el bienio 1998-99 y explota en el 2000 en Estados Unidos, pinta de rojo los números de **ATT**, socia de **Alestra**, y es factor en la bancarrota de **MCI**, reconvertida en **Worldcom**, por lo que sus inversiones foráneas se suspendieron y bloquearon el desarrollo de sus filiales en todo el subcontinente. Ambos vectores influyen entonces para que en el 2002 **Avantel** reduzca su intervención hasta el 12% en el mercado de larga distancia, y **Alestra** al 11.

<sup>79</sup> Todas las citas se toman de: Víctor Cardoso. “Slim: los extranjeros quieren lo más rentable”. En: *La Jornada*, 23 de mayo de 1996.

<sup>80</sup> Datos de Araceli Muñoz Valencia. “Telmex recupera mercado de LD”. En: *El Independiente*. 14 de agosto de 2003

La evolución anterior nutre al **Cuadro 72**, que presenta el desarrollo de la participación de los operadores presentes en el mercado de larga distancia hasta el 2004. Como se observa, en un lapso de siete años **Telmex** ha perdido doce puntos más respecto a 1997, pero el desempeño de sus contrarios es inestable y no revela solidez alguna. Esta premisa se confirma en enero de 2007, cuando se conocen datos adicionales que reafirman el predominio de la telefónica en el mercado fundador de la competencia, y previenen de su permanencia como entidad absoluta en el mismo por largo tiempo: aunque se contabilizan hasta 27 concesionarios con posibilidad de prestar el servicio de larga distancia, **Telmex** aglutina una cuota de mercado del 84%<sup>81</sup>. Más de seis operadores comparten el 16% que queda. Ni siquiera en el *triángulo de cristal*, donde cultivaron y mantienen su mayor fortaleza, logran compensación y registran un mayor porcentaje. Sus ofertas son de oportunidad, para explotar un nicho determinado, pero sin relevancia, por lo que no han conformado una opción real de servicio, capaz de desafiar al monopolio. La asimetría es tan palpable entre los dos bloques, que para octubre de 2007 se reafirma con creces. Un análisis de **Cofetel** establece la completa dominancia del corporativo en los cuatro indicadores básicos de la telefonía fija (**Cuadro 73**). La preeminencia de **Telmex** es desde luego en el equipamiento de líneas fijas pero en los renglones complementarios su participación no es menor al 55% del segmento respectivo.

En la estadística, el feudo de **Telmex** en larga distancia y en el sector todo se traduce en ingresos firmes, cuya fluctuación en cada segmento responde al accionar del corporativo con las fuerzas del mercado y a la correlación de fuerzas que establece con sus competidores desde su posición de privilegio. Su desempeño económico evidencia también la salvaguarda que se le dedicó en el periodo 1990-96, y es igual testimonio de cada movimiento que la empresa ha llevado a cabo para sacar provecho de tal dominancia. La compañía dispuso de tiempo y soporte para arreglar su predominio, y una vez fortalecida intervino en todos los segmentos posibles, logrando su primera recompensa en la apertura de larga distancia de 1997.

---

<sup>81</sup> Verónica Gascón. "Reconocen falló apertura en LD". En *Reforma*, 15 de enero de 2007.

Cuadro 72

<i>Participación del mercado de larga distancia en el período 1997 - 2007</i>
---

(Promedios)

	1997	1998-2000	2001-2005	2005-2007
<b>Telmex / Telnor</b>	<b>88.24</b>	<b>74.21</b>	<b>75.44</b>	<b>73.70</b>
Avantel	5.96	13.53	10.45	5.82
Alestra	4.94	9.47	9.22	7.92
Iusatel	0.60	1.53	1.56	2.45
Protel	0.09	0.40	0.24	0.10
Marcatel	0.17	0.50	0.86	1.05
Bestel		0.40	0.92	1.45
Telereunión			0.64	2.05
Axtel			0.48	2.43
GTM				3.06
Maxcom				0.01

Fuente:

Elaborado a partir de Judith Mariscal et Eugenio Rivera. *Competencia y regulación en las telecomunicaciones: el caso de México*. Santiago de Chile, Cepal-IDRC-CRDI; 16 de septiembre de 2007; 15pp, y con información adicional de Cofetel.

Cuadro 73

<i>Porcentajes de participación en los segmentos del mercado de telefonía fija</i>
--

(Datos de octubre de 2007)

Empresa	Líneas Fijas	LADA		Datos
		Nacional	Foránea	
<b>Telmex</b>	<b>95</b>	<b>73</b>	<b>72</b>	<b>68</b>
Avantel		12	6	14
Alestra		7	8	9
Axtel	3			
Otros	1	8	14	9

Fuente: Elaboración personal con datos de Cofetel.



La lógica de capitalización de la red anunciada desde mayo de 1996 por su máximo dirigente, se ha anidado pues en distintas ecuaciones y en la actualidad prevalece como la fuerza motriz que se magnifica en el entorno convergente. Las ventajas que **Telmex** cosechó en su arranque y retiene hasta hoy, le otorgan un lugar de privilegio que difícilmente puede omitirse o sobrellevarse. Como jugador obligado e ineludible, los detalles que se reportan en las páginas que siguen dan cuenta de dos situaciones concretas: *i)* la habilidad del consorcio para empalmar y disponer los componentes que le entregaron en diciembre de 1990 y armar con ellos su protagonismo monopolístico en ámbito nacional y en su escalada transfronteras desde 1990; y, *ii)* el movimiento empresarial que ha iniciado para adaptar su andamiaje productivo a los cambios que impone la reestructuración de los mercados de telefonía. De ese reacomodo que reconoce y aprovecha todo lo logrado por la firma, habrán de surgir las ventajas o debilidades que definan a **Telmex** en la convergencia anunciada.

#### *a. El crecimiento económico de la empresa.*

Para sus nuevos propietarios, los primeros años de **Telmex** como empresa privada son de ensueño; memorables sin duda. De 1991 a 1993, por primera vez en la historia de la firma, sus utilidades netas son mayores a las inversiones realizadas, situación que demuestra el alto grado de rentabilidad que logra después de su privatización (**Cuadro 74**). Hasta 1994, sus ingresos crecen a un 364%, producto sobre todo de los incrementos tarifarios que se implementan desde 1989, como parte de la reestructuración que lleva a cabo el Gobierno Federal. En cada rubro se aprecia en efecto una elevación importante del cargo aplicable. De 1989 a 1992 fue del 75% en la instalación residencial y del 152 en la comercial, mientras que la renta telefónica aumentó 270% para los particulares y 390 para las líneas no residenciales. La llamada local de 3 minutos cotizó su tarifa en un superior 333%, y la larga distancia nacional no se mantiene muy alejada con un 288. Producto de la competencia y para mantener su posicionamiento de mercado, el cargo de larga distancia internacional fue el único segmento que redujo sus tarifas, aunque no en la proporción de los incrementos observados en los otros segmentos: únicamente el 17%. Al combinarse, el alza tarifaria aporta hasta el 250% del crecimiento en los ingresos de la empresa en el trienio, aunque la contribución de cada rubro se proyecta de manera distinta, como se hace notar en el **Cuadro 75**. Producto de esta bonanza económica que se genera de manera automática, sin que el consorcio desarrolle acción específica alguna, los ingresos por línea instalada evolucionan de los 440 dólares anuales que se obtenían en 1989, con **Telmex** como monopolio público, a 710 en 1990, esto es un incremento del 61% en sólo doce meses. La tendencia inaugurada se mantiene y fortifica, y para el ejercicio siguiente alcanza los 829 dólares por línea, promedio<sup>82</sup> que ubica a la firma telefónica entre las compañías líderes del mundo en rentabilidad<sup>83</sup>.

<sup>82</sup> Cfr. Rafael del Villar et Cristina Casanueva. *A decade of regulation and liberalization of the telecommunications industry in Mexico (1990-2000)*. Disponible en: [www.delft2001.tudelft.nl/abstract%20files/abstract1135.doc](http://www.delft2001.tudelft.nl/abstract%20files/abstract1135.doc) Fecha: 22 de marzo de 2002..

<sup>83</sup> Carlos Hirsch. *Alternativas para las telecomunicaciones en México*. Tesis Doctoral en Economía, UNAM, Facultad de Economía, 1995.

**Cuadro 74****Telmex: Inversiones realizadas y utilidades netas obtenidas**

(Cifras en millones de dólares a precios corrientes)

Años	Inversión	Utilidad Neta
1991	2,434	2,875
1992	2,552	2,778
1993	2,286	2,813

Fuente:

Tomado de Carlos Hirsch. *Alternativas para las telecomunicaciones en México*. Tesis Doctoral en Economía, UNAM, Facultad de Economía, 1995:38pp.

Como se aprecia en el **Cuadro 75**, hasta 1992 la aportación del servicio de larga distancia internacional es determinante en la conformación del ingreso. Después, la tendencia cambia, como se hace evidente en el **Cuadro 76** que presenta la evolución de ese indicador en el mediano plazo. Se considera desde 1990 hasta el 2007, y la exposición desagrega el aporte respectivo de *larga distancia nacional e internacional*, *servicio local*, *interconexión* y el segmento *otros*, mismo que a partir del 2004 se desagrega en dos divisiones cuya contribución viene a ser ascendente desde entonces: *redes corporativas* y *acceso a Internet*. Son de resaltar las cifras del ingreso de 1990-93, que reflejan el crecimiento sobresaliente ya evocado y que argumentan la rentabilidad única que obtuvo la compañía en sus primeros días: de 16 mil millones de pesos que logra cosechar en su inicio, salta a 59 mil en tres ejercicios. Únicamente los ajustes al alza de las tarifas aplicables explican ese desempeño extraordinario.

La evolución de los ingresos tanto es reflejo del desempeño operativo de la firma, como también del entorno que igual impacta a los servicios nacionales. Ese vector desfila e influye tanto en los negocios telefónicos de larga distancia como en los de perfil local, y sustentan que la migración del consorcio hacia el escenario convergente sea una alternativa casi única para que **Telmex** sobreviva y vuelva a imponerse.

Cuadro 75

*Telmex: contribución porcentual de cada servicio en los ingresos obtenidos  
Período 1989-1992*

Larga distancia	Internacional	134.7
	Nacional	11.7
Renta	Residencial	28.5
	Comercial	18.9
Instalación	Residencial	3.5
	Comercial	1.8
Llamada local		68.9

Fuente:

Tomado de Carlos Hirsch. *Alternativas para las telecomunicaciones en México*. Tesis Doctoral en Economía, UNAM, Facultad de Economía, 1995:46pp.



**b. *El desarrollo del servicio de larga distancia.***

Mientras el consorcio disfrutó del período de gracia entre 1990 y 1996, el servicio de larga distancia mantuvo su primacía como fuente de ingresos. Esta tendencia se expresa con claridad en el trienio 1994-1996, período donde representó en promedio el 54.6% de los ingresos. Sin embargo, la apertura a la competencia de 1996 obliga al monopolio a reducir las tarifas aplicables como aliciente para conservar a sus suscriptores –y de hecho lo consigue: el 75% del total de clientes de las 60 primeras ciudades se mantiene cautivo– y aunque el tráfico se incrementa por la misma medida, las entradas del servicio pasan a un segundo lugar. Justamente, 1997 es el año de inflexión, y por primera vez el segmento ya no es el protagonista primero en la entrada de recursos del corporativo.

Pero el declive de la larga distancia no solo se fundamenta en la pérdida de posicionamiento por la pauta comercial de reducir tarifas para enfrentar a los opositores. El avance tecnológico que ha propiciado el abatimiento de la distancia y del tiempo como parámetros de cobro, y la configuración de opciones técnicas convergentes para la conducción de señales mediante el protocolo Internet, son dos elementos que de manera progresiva han erosionado su importancia en los ingresos provenientes de esa fuente. Tanto **Telmex** como los operadores de telefonía fija a escala mundial, y no únicamente en los servicios de larga distancia sino en el esquema local, deben sortear esa caída y encontrar nuevos medios de sostener su equilibrio.

**c. *El tributo del servicio local.***

A contraparte del caso de la larga distancia, el reajuste tarifario no fue necesario y menos obligado en el servicio local, por lo que los cargos aplicables se han maniobrado a conveniencia del consorcio. Reflejo de ello ha sido el movimiento de 1997, cuando la operadora residente la apertura y la telefonía local toma el relevo y representa ya la mitad de los ingresos totales de la firma. Hasta el 2007, el segmento no pierde su predominio como partida originaria. Igual deben destacarse los indicadores del concepto *Interconexión*, que prácticamente se duplican año con año hasta 1999 con base en las tarifas definidas por la agencia reguladora. Producto de una renegociación de sus montos en el año 2000, los ingresos por el servicio se tornan inestables hasta el 2007, aunque para el último año logran un mayor crecimiento que los ubica arriba de los 22 mil millones de pesos, cifra que incluye casi un 50% más que el registro del año inmediato anterior.

Como en el tema de interconexión, los ingresos ejemplifican la progresión de las tarifas de cada servicio y las diferencias entre ellas. Si en el cuatrienio 1989-92 se registraron aumentos significativos en todos los rubros, al actualizar los precios y considerar un período más amplio se observa el efecto contrario: una rebaja también importante que impacta a la mayoría de las opciones incluidas. Entre 1990 y el 2005 las tarifas se reducen en

términos reales: 79% en larga distancia nacional; 80 en internacional; 28% en el servicio medido. No obstante, a lo largo de 15 años, los incrementos únicos se evidencian en dos servicios nodales para la convergencia ya que afectan al servicio residencial: telefonía local, que registra un aumento del 13.9%, y renta mensual, que creció un 83% en el lapso señalado (*Cuadro 77*). El impacto de ambas escaladas es palpable al retomar los ingresos obtenidos y atender su fundamento primario, el servicio local: entre 1994 y 2006, en un 45.13% promedio, provienen efectivamente de esa modalidad.

### Cuadro 77

#### Telmex: evolución de las tarifas reales 1990 – 2005

(Porcentajes)

	Residencial	Comercial
Servicio local	13.9	-27.7
Gastos de instalación	-79.9	-84.4
Renta mensual	83.7	-8.4
Servicio medido	-28.5	-28.5
Larga distancia nacional	-79.0	-79.0
Larga distancia internacional	-80.8	-80.8

Fuente:

Tomado de Rafael del Villar. *Competencia y equidad en telecomunicaciones*. Febrero de 2007; 8pp. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTMEXICOINSPANISH/Resources/delvillarponencia.pdf> Fecha: 2 de marzo de 2007.

El arreglo tarifario que se exhibe muestra entonces que para preservar su segmento de mayores ingresos, el monopolio puede maniobrar los cargos aplicables a la prestación de sus servicios conforme a su propio desempeño operativo, y a la vez para enfrentar a sus competidores y a la solidez de ese desafío. Un ejemplo de esta potestad se conoce en marzo de 2006, cuando la consultora **Bear Stearns** difunde un análisis comparativo sobre los costos de la renta mensual en algunos países de América Latina<sup>84</sup>. **Telmex** mantiene la punta como el operador más caro al repercutir 14.55 dólares al mes, en tanto que **CTC** de Chile carga 13.25 dólares y **Telemar** de Brasil 12.67. Si bien entre estas ofertas no hay grandes diferencias, al considerar los precios vigentes en Venezuela y en Argentina surgen disparidades profundas: 5.05 dólares de renta mensual que cobra la venezolana **CANTV** y 4.28 de **Telecom**

<sup>84</sup> Datos de Verónica Gascón. "Cuesta más **Telmex** en renta". En: *Reforma*, 23 de marzo de 2006.

**Argentina** en el mismo indicador. La paradoja de estos números no es únicamente su diferencia, sino que el consorcio asimismo se desempeña en esos mercados y debe atender esas variables.

La llave para comprender los montos de renta mensual que la firma aplica en el caso de las instalaciones residenciales se otorga en su informe anual de 2005. *“Del total de líneas, explica el consorcio, el 39.7% no consume más allá de la renta básica, que incluye 100 llamadas libres”*<sup>85</sup>. Si a ese porcentaje se suma que el 4.4% del global instalado son teléfonos públicos y el 10.1% se clasifican como líneas prepagadas –esto es, que se han habilitado en zonas rurales o suburbanas y se aprovechan mediante tarjetas que descuentan el consumo efectivo del monto pagado en avance– la mitad del total instalado tiene un consumo apenas suficiente, limitado en cuanto a ingresos por línea. En ese escenario, la empresa mantiene sus cargos para no reducir sus ingresos, y al no enfrentar competencia sólida en el segmento puede custodiarlos con la persistencia que los números argumentan.

Respecto al segundo segmento que no ha disminuido sus tarifas, el servicio local residencial, es claro que su evolución ha estado subordinada a la estructura de ingresos de **Telmex**, por lo cual el mantener o incluso incrementar los montos aplicables son medidas aleatorias para preservar el negocio. Un artificio empleado con recurrencia para proteger sus ingresos ha sido la aplicación discrecional de las propias tarifas, conforme a los distintos entornos nacionales. Por ejemplo, desde el 2005 se advirtió en efecto que el consorcio maniobra los costos aplicables en el servicio telefónico de las comunidades rurales, cuyo tráfico dominante es por larga distancia. *“El costo por minuto por llamar a Estados Unidos –señala el análisis– es hasta de 9 pesos, mientras que en zonas urbanas existen ofertas hasta de 2 pesos por hacer la misma conferencia”*<sup>86</sup>.

El aumento sustantivo que se denuncia se asienta en el esquema de prepago que la telefónica ha habilitado con el genérico **Multifon**, cuyas tarifas se establecían a la época en un peso por minuto para la llamada local; 4 en larga distancia nacional, y 5 pesos para los enlaces con Estados Unidos y Canadá. En estos indicativos, resalta que el cobro habitual para el teléfono residencial en el medio urbano era de 1.48, es decir, 2.52 menos que el precio determinado por el monopolio para esas regiones. Asimismo, bajo el esquema de prepago el costo de las llamadas locales es por minuto, cuando en las líneas residenciales fijas de las ciudades es por llamada realizada, sin importar su duración. Tales diferencias muestran que la usanza concreta de la firma recurre a cualquier mecanismo o procedimiento que magnifique su desempeño económico. Igual premisa se aplica en el conocido redondeo de las llamadas telefónicas, principalmente de las generadas por un teléfono fijo a uno móvil, que se regulan bajo el esquema *el que llama paga*. Al promediar 1.42 minutos la duración de las llamadas y repercutirse el redondeo hasta

<sup>85</sup> Teléfonos de México. *Informe anual 2005*. Disponible en: [www.telmex.com](http://www.telmex.com) Fecha: 11 de junio de 2006; 7pp.

<sup>86</sup> Verónica Gascón. “Pagan zonas rurales 4 veces más por LD”. En: *Reforma*, 19 de junio de 2005.

los dos minutos, los 18 minutos de diferencia representan un cargo de 68 centavos que la telefónica puede embolsarse en cada una de las 19.7 millones de líneas que posee<sup>87</sup>.

Frente al hábitat convergente, el costo elevado del servicio local se ha percibido como factor promisorio, ya que animaría a la oferta debutante y sus propuestas novedosas. *"... La telefonía local es un mercado donde se percibe menos intensidad en la competencia –acota un especialista, pero si se hace un análisis de las ofertas que está sacando Telmex al mercado, están en la telefonía local. Cuando Telmex ve que en un futuro es muy probable que los cableros presten servicios de telefonía local, se está preparando y está entrando a esquemas de tarifas más baratas"*<sup>88</sup>. La elasticidad que se apela efectivamente ha sido la norma para adaptarse al mercado bajo el principio motor de no frenar la capitalización de la infraestructura instalada. Si el consorcio perdió puntos en el segmento de larga distancia, reforzó el servicio local donde nadie podía desafiarlo, y a tiempo sentó las bases para obtener utilidades por permitir la interconexión y el aprovechamiento de sus facilidades operativas a sus competidores posibles. El corporativo habrá de custodiar esas premisas frente a la convergencia y la aplicación del juego de tarifas que pueda esgrimir para hacer valer su dominancia es el camino más evidente, por lo menos para el corto plazo. Sin embargo, no es el único. Si se atiende a la innovación y al desarrollo tecnológico que también se censan, quizá incluso sean los menos favorables para ello.

### 3.5 La migración al valor agregado en reemplazo del servicio de voz.

Pese a sostenerse como base primera en los ingresos de la telefónica del 2001 al 2007, la participación del servicio local ha perdido puntos en el total obtenido desde el 2002, aunque en el 2007 se recupera pero no logra rebasar el 40% de los ingresos que conquistó en las buenas épocas (*Cuadro 76*). La persistencia de ese factor por un quinquenio es una muestra de la tendencia generalizada del mercado en el ámbito global, que afecta a los operadores de telefonía fija. A escala planetaria, el segmento enfrenta la conversión del negocio, cuya dinámica económica migra de la conducción de voz hacia las aplicaciones de datos, hacia el valor agregado. En todo el mundo, desde el 2002, el número de líneas fijas ha crecido en un 4%, y a finales del 2006 llega a los mil 200 millones de instalaciones que conllevan sumas y reducciones. El incremento se registra en los países en vías de desarrollo y alcanza cerca del 10%, con China e India a la cabeza. El porcentaje compensa la reducción gradual en las naciones avanzadas, tasado en un 2%. Asociado a estos contrastes, para el 2006 el reporte **Digiworld**<sup>89</sup> detecta el declive de

<sup>87</sup> Datos de Carlos Chávez Becker "El 42% de los sectores de bajos recursos utiliza celulares". En: *Boletín Latinoamericano*, No 015; 14 de agosto de 2006. (Foro de Trabajadores de las Telecomunicaciones).

<sup>88</sup> La afirmación es de Rafael del Villar, Subsecretario de Comunicaciones. En: Verónica Gascón. "Sube telefonía local por poca competencia". En: *Reforma*, 22 de agosto de 2006.

<sup>89</sup> El informe es publicado por el **IDATE** (Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe), organismo dedicado a la consultoría en las TIC con sede en Montpellier, Francia: Anualmente, publica un reporte sobre la situación mundial de los



los ingresos por llamada en la telefonía fija, mengua en la que se combina tanto la caída del tráfico de la red como la presión sobre los precios del mercado al por menor. Además, señala el organismo, en parte el deterioro se debe a la popularidad del teléfono móvil, que en los últimos diez años argumenta una dinámica muy acelerada en innovación tecnológica que poco a poco está supliendo las ventajas de la conexión alámbrica. A la vez, la disponibilidad de la banda ancha como alternativa fiable de comunicación, ha inhibido también el crecimiento de la infraestructura fija, y su aprovechamiento como conexión reiterada a más servicios.

Las premisas del IDATE toman cuerpo también en el reporte de base de un seminario especializado de la **Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)**, celebrado en enero de 2007, y evento que por entero se dedicó a justipreciar el *futuro de la voz*. Si bien desde siempre el servicio ha sido reconocido como el más importante para el desempeño económico de la telefonía, dice la Unión en sus reflexiones iniciales, en la actualidad está sujeto a los *“retos y desafíos que propicia la innovación tecnológica y el tránsito de todos los sistemas de comunicación hacia el entorno IP de Internet, por lo cual su aporte habitual se compromete”*<sup>90</sup>. Ya en lo específico, el dictamen confeccionado por los participantes determina siete tendencias centrales de aquella transición, y las quince ponencias que las conciben y argumentan parecen tomar su inspiración de una instantánea de la telefonía nacional. El ejercicio que enseguida se incorpora contrasta aquel dictamen y sus siete acepciones con la evidencia disponible que arroja la operación del consorcio, y como se precisa las coincidencias prácticamente concretan las reflexiones de los especialistas y estudiosos. Así se cuenta...

- i) *La pérdida relativa de los montos facturados por los servicios de voz en los ingresos totales de las empresas telefónicas reconocidas, donde si bien mantienen el liderato, lentamente aunque de manera progresiva pierden relevancia en su contribución a los montos generados;*
- ii) *El tránsito de la conducción de voz de las plataformas fijas a las móviles, mismas que en cuanto a infraestructura instalada ya superan a las primeras en casi todo el mundo, y garantizan el desplazamiento físico de los usuarios y de la oferta de servicios y aplicaciones, facilidades ambas que se conjuntan en los anuncios sobre la *sociedad de la ubicuidad*.*

La primera tendencia es evidente en los datos duros que registra el *Cuadro 76*, y la segunda es igual palpable al recurrir a la estadística sobre las líneas habilitadas en cada tecnología: hasta octubre del 2007, 19 millones 754 mil en telefonía fija versus 68 millones 241 mil de su contraparte, esto es, más del triple del primer registro. Si bien en el

---

sectores relacionados, conocido ya como el *Digiworld* del ejercicio respectivo. Los datos y la información anotada se toman del informe correspondiente a 2007, que retrata a las TIC hasta fines del 2006

<sup>90</sup> Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). *Chairman's Report: the future of voice*. Workshop on the future of voice, Ginebra, 15 y 16 de enero de 2007; 8pp. Toda la información que se anota proviene de la misma fuente.

equipamiento de los hogares el suministro alámbrico predomina aún sobre el móvil, tal superioridad tiende a diluirse y apenas censa 496 mil hogares más de diferencia hasta octubre del 2007. Además, el aporte de la plataforma inalámbrica es decisivo para conformar el indicador que cuantifica el aprovisionamiento en las dos tecnologías, donde se listan casi los 11 mil hogares (*Cuadro 57*). De esta numeralia, resulta evidente concluir que si la vocación fundadora de ambas plataformas ha sido la conducción voz, la supremacía definitiva de la telefonía móvil en el ámbito individual y su simetría en el ámbito colectivo, ilustra fielmente el tránsito entre tecnologías que identifica la tendencia anotada en el segundo puesto. Así, si acaso se vislumbra el arribo al país de la sociedad de la ubicuidad, su soporte más importante y notorio será la plataforma móvil.

*iii)* Si bien los servicios de datos aún representan un porcentaje menor en los ingresos generados por las telefónicas fijas, su tendencia de crecimiento sostenido es indicativa de que tendrán un protagonismo estelar en el corto plazo.

El análisis de la estructura de ingresos de **Telmex** permite atender y validar esta tercera directriz. La detección y desglose de los segmentos *redes corporativas* y *acceso a Internet* como fuentes de ingreso que a partir del 2004 determina el consorcio, son indicativas de que ambos rubros adquieren importancia en su desempeño económico y progresivamente desplazan a otras áreas de servicio. Más aún, podría decirse que los cinco puntos porcentuales que pierde el servicio de larga distancia y los cuatro que adiciona el telefónico local en el tránsito entre los ejercicios de 2003 y 2004, contribuyen con 10 unidades al 15% que los rubros debutantes aportan a los ingresos en el último año (*Cuadro 76*). Para las gestiones siguientes, el movimiento se mantiene y torna creíble el cálculo que la propia operadora ha elaborado: en sus bitácoras de tráfico del 2005, el de datos supera ya al de voz en una relación de tres a uno. Así, las *redes corporativas*, armadas sobre todo mediante el empaquetamiento de servicios y su conducción en trenes de bits uniformes en protocolo IP, y el *acceso a Internet*, que facilita la conexión y uso de muy diversas aplicaciones empresariales, inician apenas su despegue y certifican la exactitud de las previsiones de los expertos convocados.

*iv)* La emergencia de esquemas alternativos para la conducción de voz, como los paquetes multiservicio que se soportan en el protocolo IP y los esquemas peer to peer (p2p), cada vez de mayor difusión y aceptación en todos los medios.

La ejemplificación del vector clasificado en este puesto se desprende de la tendencia inmediata anterior, sobre todo en el caso de la conexión a la red de redes. Las aplicaciones que por ejemplo ofertan los sistemas **skype**, con la tecnología *p2p*, o **messenger** del correo electrónico **hotmail**, la ilustran en tanto su aprovechamiento es cada vez más generalizado en el medio nacional, en especial para el sector corporativo donde el control del gasto y el empleo

de herramientas de optimización es norma obligada en su desempeño diario. *“Se busca promover y aprovechar la migración de empresarios mexicanos de la telefonía tradicional hacia nuevos sistemas, que son más económicos y generan menos costos”*, afirma para situar la estrategia una de las firmas promotoras de esos esquemas en México<sup>91</sup>. Tal empeño es fácilmente comprensible al señalar algunos datos comparativos sobre los costos asociados tanto al uso de las plataformas tradicionales, como los que suponen el aprovechamiento de las nuevas opciones. De esta forma, si por una llamada local puede *pagarse una tarifa hasta de 1 peso con 48 centavos en telefonía fija*, al realizarla mediante el sistema **skype** *se erogan únicamente 23 centavos*, es decir, el 15% del cargo tradicional. Esta reducción drástica y significativa no sólo estimula la utilización prolongada de la segunda alternativa, sino su generalización entre grupos de usuarios de la red, ya que además el intercambio telefónico entre conectantes de la misma aplicación no repercute costo alguno. *“Los gastos que ya eran bajos gracias al uso del correo electrónico, se logran disminuir aún más”*, resume la fuente, y al tiempo ofrece un ejemplo decisivo: por cada mil pesos que la consultora en telecomunicaciones **Sinapsis** pagaba por telefonía, hoy eroga sólo 120 aprovechando la plataforma **skype**. La referencia es apenas una muestra de la migración deseada. Asimismo se comercializan equipos para video y audioconferencia, para telefonía IP, que se estructuran sobre una conexión a Internet en banda ancha. *“...No solamente disminuyen costos, se concluye, permiten implementar soluciones de comunicación como el que un médico responda en cualquier lugar que se ubique como si estuviera en su extensión”*. Tal ubicuidad es otra de las ventajas que otorga la red: el acceso a estos servicios no está atado ni sujeto a una correspondencia geográfica; igual pueden generarse fuera del país receptor que apenas con algunos metros de distancia respecto a sus usuarios.

v) *La reducción en el tiempo dedicado al servicio de voz en los sistemas tradicionales, en favor de un mayor uso de las nuevas plataformas y sus aplicaciones básicas.*

En el caso de **Telmex**, la tendencia que el dictamen clasifica surge de sus mismas afirmaciones. Entre el 2002 y el 2007, el tráfico local en minutos creció a sólo un 1.19%, pasando de 141 billones de minutos cursados en el primer año, a 169 billones que se totalizan hasta diciembre del último ejercicio<sup>92</sup>. Al desagregar esta trayectoria conforme los dos segmentos identificados, voz y datos, se establece la relación que ilustra el **Cuadro 78**, el cual muestra el predominio del segundo servicio. En tanto las aplicaciones en formato IP tienden a proliferar, es previsible que esa relación permanezca también, e incluso se acentúe.

<sup>91</sup> Cfr. José Manuel López. “Innovan usuarios telecomunicaciones”. En: *Reforma*, 24 de julio de 2007. Todos los datos citados se obtuvieron de la misma fuente.

<sup>92</sup> Datos estimados a partir de información de **Cofetel**. El informe anual de **Telmex** de 2005 expresa una correlación similar en llamadas para un período menor: entre el 2001 y el 2005, la empresa reporta así que el tráfico local creció a sólo un 1.1%, pasando de 25 mil 567 millones de llamadas a 26 mil 680 millones. Op. Cit. Nota 83.

**Cuadro 78****Segmentación estimada del tráfico local durante el período 1999-2007**

(Cifras en billones)

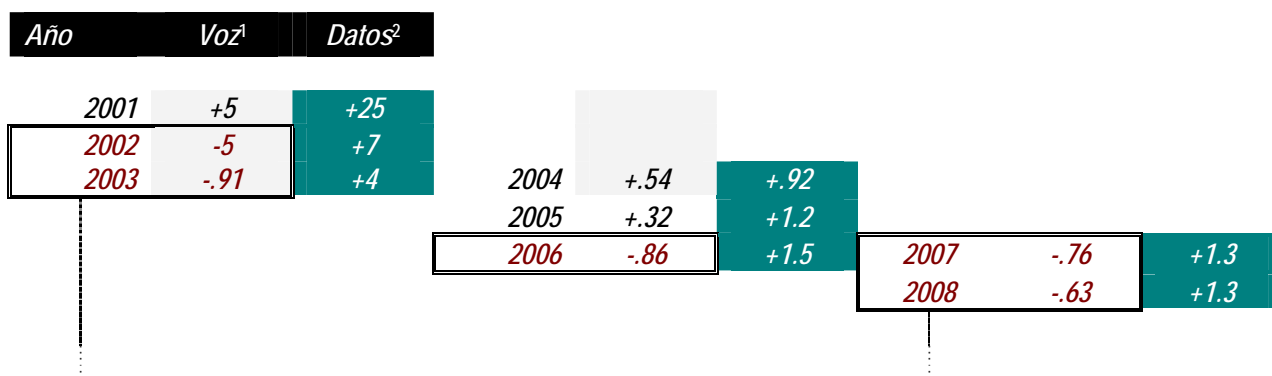
En minutos cursados...	Total	Voz	Datos
Años			
1999	77	19.25	57.75
2000	93	23.25	69.75
2001	115	28.75	86.25
2002	141	35.25	105.75
2003	158	39.50	118.50
2004	167	41.75	125.25
2005	174	43.50	130.50
2006	176	44.00	132.00
2007	169	42.25	126.75

Fuente: Estimaciones realizadas a partir de información de **Cofetel** de los años considerados.

Como tendencia estable, el predominio del tráfico de datos sobre el de voz se refleja ya en la configuración del ingreso económico en el servicio telefónico fijo. Si se atienden los datos que se presentan en el **Cuadro 79**, se precisa que las utilidades generadas por la conducción de voz han disminuido año con año a partir del 2001, cuando crecen un 5% más respecto a lo obtenido en el ejercicio anterior. El mismo año, en contraste, el tráfico de datos genera un incremento en un superior 25%. Si bien ese porcentaje es sobresaliente y no se repite más, resalta que hasta el 2006 y en las proyecciones para el bienio que sigue el crecimiento siempre es positivo. Tal estabilidad no se alcanza en su complemento de voz, que en el período de referencia queda sujeto a grandes variaciones.

Cuadro 79

## Evolución porcentual de las utilidades generadas por el servicio telefónico fijo



- (1) Comprende las utilidades generadas por la telefonía básica y los servicios de conexión; renta mensual; local y larga distancia en sus dos acepciones.
- (2) Incluye renta de circuitos en X.25; Frame Relay; TDMA; ATM y en el protocolo IP.

Fuente: Pyramid Research. *Communications markets in Mexico: Premium Country Report, 2007 Edition*. Londres; Pyramid Research, 2007; 120pp.

vi) Por las cinco tendencias señaladas, la *evolución de los precios aplicables hacia la tarifa plana en la conducción de voz*, para buscar que la contribución del servicio se mantenga.

La premisa incide en uno de los temas más controvertidos en el sector. El debate conjunta por un lado las justificaciones que periódicamente arma y expone la telefónica para legitimar las tarifas que aplica, y, a contraparte, los análisis y juicios que otros participantes ponen a punto para denunciar esos cobros como excesivos. Según el corporativo y sus aledaños, las tarifas aplicables han sido bajas y por voluntad propia no han tenido incrementos desde 2001. Con base en ambas premisas, el consorcio dispone el terreno para vanagloriar su conducta y monta en paralelo una campaña consistente de relaciones públicas sobre el nivel de los cargos que aplica. El estudio encargado por la operadora a la firma **Nera Economic Consulting** para cotejar sus tarifas con las vigentes en una selección de países, tuvo ese objetivo legitimador y al poner en blanco y negro tanto los bajos niveles de los montos aplicables, como la contracción de los ingresos por línea, abonó para la causa. En consecuencia, se relata, el consumo promedio de los usuarios de telefonía fija en México es de 440 dólares al año, misma cifra que se mantiene muy lejana a los 671 dólares que obtienen los operadores evaluados de 22 países de la OCDE. Como la finalidad del análisis fue justamente contrastar los cobros de la empresa, la cifra menor fue baluarte para que ésta proclamara con energía que el país se ubica en el quinto escaño de los estados con las tarifas de telefonía más baratas, en una

muestra de 28 naciones integrantes de la Organización. La precisión intencionada del resumen de la consultora –que ocupa únicamente 23 palabras: la *“la posición relativa de México es muy favorable en el caso de los usuarios residenciales, y aceptable en el caso de usuarios comerciales”*<sup>93</sup>– sostenía el enunciado y generaba una posibilidad invaluable para cualquier corporativo moderno: resaltar sus afanes de servicio y de compromiso nacional. En ese contexto, la calificación positiva que le dedica su empleada aparenta ser suficiente para su jactancia, y la desventaja económica que se relata como otra de sus consecuencias se compensa a plenitud.

En el lado contrario a las relaciones públicas, surgen los análisis y evaluaciones del colectivo especializado de la **Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, la OECD**. Anualmente, el grupo entrega su diagnóstico sobre el estado de las telecomunicaciones y las TIC en general y por lo menos desde el 2004 ha dictaminado que las tarifas de la telefonía fija que se aplican para el consumo nacional del hogar, de las pequeñas y medianas empresas y de los corporativos incluso, se encuentran entre las más altas del conjunto de países miembros. El estudio del 2007 vuelve a comentarlo y con su metodología bajo diseño que combina indicadores distintos para generar un *índice de precios de la canasta de servicios*<sup>94</sup>, señala que el operador nacional repercute gastos superiores en rubros como la suscripción al servicio y la realización de llamadas, cuya cuota mensual es de por sí alta y además proclive a generar nuevos cargos a medida que aumenta el aprovechamiento del teléfono.

Pero más allá de cualquiera de los discursos, la política comercial que sobre todo en los últimos tres años ha implementado el monopolio parece confirmar la tendencia señalada. Tanto las tarifas del servicio local como la renta mensual y los cargos mismos que se repercuten en larga distancia, tienden a englobarse en paquetes que los ofrecen como parte de una solución integrada, donde es difícil identificar la tarifa unitaria. La telefónica explica ese movimiento en su informe del 2005, identificándolo como parte de su política de crecimiento. *“Una mejor segmentación de nuestros mercados nos ha permitido una mayor claridad en los requerimientos de nuestros clientes, afirma. Es por esto que 2005 fue particularmente importante en la introducción de paquetes de llamadas locales, minutos de larga distancia y de acceso a Internet...[...] Esta estrategia que se inició en el mercado empresarial hace ya algunos años, se ha ampliado al sector de pequeñas y medianas empresas al igual que al mercado residencial, en donde cumple un amplio espectro de posibilidades, desde la línea prepagada hasta la línea de alto consumo”*<sup>95</sup>. La comercialización de paquetes posee la gran ventaja de asegurar una cuota fija durante la contratación, y compensar la disminución de unos con el valor de mercado de otros.

---

<sup>93</sup> El boletín informativo de Telmex del 23 de agosto de 2006 así lo resalta. Disponible en: [www.telmex.com/mx/esto/salaPrensa\\_ComPrensa2006\\_060823.html](http://www.telmex.com/mx/esto/salaPrensa_ComPrensa2006_060823.html). Fecha: 13 de noviembre de 2006. El boletín es vínculo también para obtener el estudio de referencia, del cual se obtuvo la cita. Cfr. Nera Economic Consulting. *Estudio comparativo internacional de precios de telefonía fija utilizando la metodología de canastas*. 14 de agosto de 2006. Disponible en: [http://www.telmex.com/mx/esto/pdf/estudio\\_nera\\_tarifas.pdf](http://www.telmex.com/mx/esto/pdf/estudio_nera_tarifas.pdf).

<sup>94</sup> Organisation for Economic Cooperation and Development. *OECD Communication Outlook 2007*. París, OECD, 2007.

<sup>95</sup> Telmex. *Informe anual 2005*. Op. Cit. Nota 83:2-3pp.

vii) *La sinergia entre los sistemas típicos de conducción de voz y otros servicios, como las aplicaciones de entretenimiento y lúdicas que emplean modelos en línea. Este empalme deriva en la convergencia de la telefonía fija con otras aplicaciones, para incrementar su valor agregado conjunto.*

La búsqueda del valor agregado siempre ha estado implícita en los movimientos de la firma. El primer enroque que la empresa lleva a cabo se produce desde 1995, como uno de los resultados propios del proceso de digitalización de su red que culmina hacia 1998. Así, el monopolio introduce los servicios telefónicos siguientes<sup>96</sup>:

- \* *Llamada en espera; identificador de llamada; tres a la vez y sígueme;*
- \* *Buzón, para grabar hasta 60 mensajes de un minuto si el teléfono está ocupado;*
- \* *TIP (\*847), para recibir información noticiosa, deportiva y de entretenimiento;*
- \* *Mensajes cortos, que opera en teléfonos fijos con pantalla o celulares y permite recibir y enviar correos privados como el servicio por suscripción Infotenimiento, especializado en ofrecer información de noticias; finanzas; el clima; deportes; entretenimiento; esoterismo y sorteos.*

A estos conjuntos se agrega en 2005 el servicio de *marcación de llamada en espera*, para remarcar de manera automática a un número ocupado en el primer intento, y la *videollamada*, que integra la imagen de las personas que hablan y cuya demanda alcanzó más de 20 mil aparatos a fines del ejercicio. El evidente propósito de estas alternativas es aumentar los ingresos por línea instalada, meta a lograr mediante dos esquemas complementarios: el incremento del número de llamadas de cada suscriptor más allá de las 100 unidades que le asegura la renta mensual<sup>97</sup>; y el pago de las tarifas respectivas del servicio de valor agregado, que también se suministran en paquete. El corporativo no ha dudado en calificar su estrategia como testimonio de la *etapa de tránsito* que vive, misma que habrá de conducirlo a un desarrollo mayor, nutrido por el suministro de servicios adicionales al de voz. *“Hemos experimentado una transición –refiere desde 2004– donde el crecimiento está asociado con nuevos servicios como el acceso a Internet de alta velocidad; la integración y operación de redes administradas, y los servicios de valor agregado que en conjunto aumentaron 13.9% en el año y permitieron que nuestros ingresos totales en el país crecieran en línea con la inflación...”*<sup>98</sup>

La posibilidad de magnificar el volumen del tráfico mediante el valor agregado a la conducción telefónica, se desprende tanto de la capacidad técnica de la compañía como de sus esfuerzos de ventas y promoción. Hasta 2006,

---

<sup>96</sup> Información disponible en: [www.telmex.com/mx/hogar/index.html](http://www.telmex.com/mx/hogar/index.html) Fecha: 12 de marzo de 2007.

<sup>97</sup> Por ejemplo, el *buzón* supone que las llamadas entrantes no concluidas se contabilicen en el recibo del titular, en tanto el rescate del mensaje grabado se cuenta como llamada local. De esta forma, pronto se acumulan las 100 incluidas y se llega a la 101 y más, que desde luego se cobran.

<sup>98</sup> Teléfonos de México. *Informe anual 2004*. Disponible en: [www.telmex.com](http://www.telmex.com) Fecha: 18 de noviembre de 2005.

el total de líneas instaladas puede operar servicios digitales, y el 92% cuenta con la funcionalidad suficiente para canalizar aplicaciones en banda ancha. Tal soporte constituye una ventaja para la contratación de *Prodigy* en cualquiera de sus modalidades, ya *dial-up* o mediante la conexión *adsl*, que según el consorcio ha tenido un crecimiento sobresaliente desde el 2005. En esta crecida, es imperioso apuntar la comercialización de computadoras mediante financiamiento al usuario que promociona la telefónica desde el 2001 y que en cinco años ha llegado a un global de 623 mil unidades vendidas, según su decir<sup>99</sup>. La facilidad de adquisición y el pago a través de mensualidades integradas al recibo telefónico, ha sido un resorte esencial para tal progresión, que argumenta con exactitud la óptica de negocios del corporativo: proporcionan todo lo preciso para adscribir clientes cautivos, que por los años y meses de duración del compromiso entregarán una renta periódica segura y sólo sujeta a la depreciación de la moneda.

El avance que argumentan las actividades de valor agregado es imperioso frente a la dimensión que cobra el envejecimiento actual de los servicios de voz. Si el tráfico de datos los supera con claridad, es certero afirmar que desde ya o más tarde habrán de ensamblarse en paquetes y sobrevivir al proporcionarse como otra de tantas aplicaciones de un universo cada vez más amplio y diversificado, que busque sobre todo el rendimiento integrado de la capacidad instalada. En este eje de desarrollo la exploración del *Acuerdo de Convergencia* por parte de una firma especializada arroja un dato crítico para la maniobra real en tiempo y forma de la telefónica: para julio del 2006, la estimación del ingreso medio por suscriptor de línea fija fue de sólo 264.50 pesos, cifra que contrasta con el promedio logrado por *Cablevisión* y sus servicios combinados de video y datos que acariciaba los 357 pesos en el mismo período. Aunque el análisis<sup>100</sup> deduce de esta comparación que el promedio de la cablera demuestra un desempeño suficiente para arrancar usuarios al consorcio, también es indispensable postular el enunciado contrario: para inyectar valor a su infraestructura física y potenciar sus ingresos por unidad, la migración hacia los servicios empaquetados permite la reducción de costos de operación y el aumento en el volumen de tráfico, por lo que es una alternativa viable, atractiva y más que posible para el monopolio. El servicio de televisión –que desde luego tomaría ese rol complementario– puede soportarse en la plataforma disponible, que así como asegura la solvencia suficiente para operar redes de tecnologías distintas y enlazar puntos terminales móviles y alámbricos de manera habitual, puede canalizarlo sin aventuras ni improvisaciones, como parte de los paquetes de datos que transportan las aplicaciones y las señales de control. De hecho, los servicios agregados de información que ya opera y asimismo el proyecto en televisión sobre la red en funcionamiento, pueden maniobrase como esquemas piloto de investigación de campo sobre gustos, necesidades y preferencias de los suscriptores en materia de programas de televisión y también de entretenimiento, el eterno aliado. Tal vez el paso siguiente que ya prepara la firma sea el suministrar la

---

<sup>99</sup> Teléfonos de México. *Informe anual 2006*. Op. Cit.

<sup>100</sup> Ana Gabriela Ocejo. "Dimensionando el Acuerdo de Convergencia". En: *Análisis Bursátil*, Scotia Casa de Bolsa, 4 de septiembre de 2006. Disponible en: [www.scotiabankinverlat.com/resources/PDFs/ERrelevante/2006/Telmex04Sep2006.pdf](http://www.scotiabankinverlat.com/resources/PDFs/ERrelevante/2006/Telmex04Sep2006.pdf)  
Fecha: 12 de noviembre de 2006.



oferta correcta, el contenido cierto y certero, que como óptimo satisfaga con precisión el dictamen de aquellos peritajes y aprecios.

Ya **Cablevisión** en la ciudad capital, ya cualquier otro proveedor en el resto del país, el enfrentamiento con **Telmex** pasa por resolver la lógica técnico-económica del servicio local. Como subyace en la exposición de las páginas anteriores, el negocio depende del volumen de operación que logre su ofertante, y la ventaja del consorcio es mucha y anticipada. Para el debutante es imprescindible ganar con rapidez una cuota suficiente de mercado, y proteger la inversión acumulada de los gastos fijos de operación sin retorno suficiente. Aquellas televisoras por cable con mayor número de suscriptores tienen delantera en ese supuesto, y si a la vez han logrado edificar con talento su *infraestructura de casas pasadas* –es decir, el número potencial de residencias que pueden contratar el servicio porque la extensión y el trazado del tendido de cable las alcanza– disponen de una armazón sólido para fincar el triple play en el corto plazo con inversiones marginales, y buscar que su oferta se amplíe al universo de suscriptores adecuado para asegurar economías de escala, y con ello custodiar su prestación, por lo menos en el mediano plazo. En un horizonte de desarrollo mayor, el crecimiento de su oferta pasa invariablemente por el incremento de su red de servicio, y en ese indicador la delantera de **Telmex** parece definitiva.

Pero si el enfrentamiento entre **Telmex** y las empresas de TV restringida se concreta en el acceso al usuario final, la ventaja del consorcio es todavía mayúscula. La red cableada constituye una ventaja para el suministro del acceso a Internet, puerta al protocolo IP que habrá de conformarse como la norma dominante para la provisión de la totalidad de aplicaciones y servicios. La tecnología de acceso a la red ha evolucionado del *dial-up* telefónico que prevalecía en el bienio 2000-2001 como la predominante al soportar casi el 100% de las cuentas en activo, a la conexión *xds/* que hasta fines del 2007 incluso es superior a los totales combinados que logra el mismo *dial-up* y el *cable coaxial* (**Cuadro 80**). Si bien esta última ha tenido un avance sobresaliente en tanto es reflejo del desarrollo de las empresas de TV restringida como proveedores del servicio, su despegue palidece frente a la tecnología *xds/*, que avanza en forma más rápida aún. Al atender esta evolución, resalta que **Telmex** esté presente en todas sus fases de desarrollo y se mantenga a la vanguardia en los cambios de la oferta disponible. Así, en el 2001, del millón 800 mil cuentas existentes, poco más de 800 mil se contabilizaban a favor del consorcio en la tecnología *dial-up*, por mucho la prevaleciente ya que concentraba el 94% del total en activo. Para el 2007, hasta diciembre, con el mando de la tecnología *xds/*, esa supremacía se conserva y la operadora concentra 2 millones 700 en esa plataforma. Si a tal registro se suma el global que ha logrado preservar en la modalidad *dial-up*, el consorcio refrenda la hegemonía que ha mantenido desde el año 2000 al manejar el 56.9% del total de cuentas disponibles a escala nacional, como testimonia el **Cuadro 81**.

Cuadro 80

*Distribución por tipo de tecnología de las cuentas en activo. Período 2001-2007*

	2001	2003	2005	2007
Dial-up	94.10	82.48	50.48	22.06
Xdsl	.28	8.73	30.88	53.94
Cable coaxial	3.42	7.39	17.23	21.18
Otras	2.19	1.40	1.41	2.81

Fuente: Elaboración propia con datos de Cofetel.

Cuadro 81

*Distribución porcentual de las cuentas de acceso a Internet. Período 2001-2007*

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Telefónicas <sup>1</sup>	56.0	65.8	68.1	62.8	60.9	61.8	64.8
Telmex / Telnor <sup>2</sup>	48.8	55.5	59.5	54.5	54.5	55.7	56.9
Proveedores dedicados <sup>3</sup>	29.4	21.2	15.3	14.1	11.8	7.7	6.4
Compañías de TV por cable <sup>4</sup>	3.2	5.5	6.9	9.6	10.6	10.4	12.3
Otras <sup>5</sup>		7.3	9.7	13.5	15.2	15.5	13.7

## Notas:

- (1) Además adiciona el registro de la llamada *triple A*: Avantel, Alestra y Axtel.
- (2) Respecto al total aportado por las empresas telefónicas.
- (3) AOL México; Terra y Todito.
- (4) Cablemas; Megacable; TVI Internacional y Cablevisión.
- (5) Por número de empresas, se oscila entre las 74 que se registran en 2003, a las 68 que aparecen en 2005 y 2006. En 2007 crecen hasta las 70 unidades.

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas.

Al entrelazarse, las siete tendencias que uniforman el vaticinio de los especialistas resumen una de las manifestaciones más evidentes del consumo de intangibles que caracteriza al capitalismo cognitivo. Para mantenerse en esa vanguardia, la industria de telecomunicaciones se ha obligado a hurgar y posesionarse en los dominios de la radiodifusión, con el objetivo inmediato de allegarse los contenidos que hoy conforman la rentabilidad dominante y por lo mismo es preciso obtener y manipular, para capitalizar las enormes capacidades de acceso y de transporte que han edificado. Si en tanto *herramienta dura*, las TIC concretan y hacen proliferar los bienes y servicios de telecomunicaciones, la posesión de las redes de circulación y suministro únicamente asegura una parte de la fórmula, quizá si bien indispensable, pero insuficiente para desempeñarse con éxito en la reestructuración de los mercados que impone la producción cognitiva. Es por ello que los servicios locales y de larga distancia; el medido y la renta mensual, pasan a engrosar la lista de *commodities* porque no agregan valor alguno a la red: son simples intercambios entre pares que incluso pueden consumir mucho tiempo y no por ello generan más ingreso. Hoy las empresas operadoras persiguen la economía de densidad en tanto su ejercicio permite que por la misma red se produzcan más servicios, se diversifiquen las aplicaciones sin necesidad de mayores instrumentos. Y si la interactividad, la retroalimentación, se erigen como uno de los pilares del negocio es porque su misma naturaleza implica el intercambio económico entre usuarios y sistema, que por lo mismo debe aumentar sus contenidos para atraer su consumo y renovarlo para que sea permanente, y con ello genere más valor. Esta regla es ya corriente en el apartado de la telefonía móvil, segmento donde por igual aparece Telmex con la firma que desde siempre la ha explotado igual con un perfil monopólico, Telcel, y sus diecisiete años de experiencia.

#### 4. Telefonía móvil: superar el umbral con el consumo agregado

Paradigma de la praxis de la liberalización, el servicio telefónico celular sintetiza con puntualidad varios de sus dogmas y fundamentos más típicos y acentuados. Engendrado como el primer sistema de plena paternidad privada, encerró desde su arranque en 1990 una contradicción nodal, que hoy se mantiene en la palestra y determina su estructura de mercado: conforme el discurso, su emergencia respondía a la creciente necesidad de comunicación detectada en la totalidad de los sectores productivos y para todos los grupos sociales, por lo que su debut habría de acicatear los esfuerzos de Telmex por ampliar la cobertura telefónica si no quería ser desplazada por las telefónicas celulares que disponían de una mayor flexibilidad operativa. Y sin embargo, a esa premisa elemental de regulación que establece la competencia como incentivo para ampliar la penetración de los servicios, se opone el discurso de lo real y la entrega de la única concesión de cobertura nacional a la filial del monopolio, Telcel, anula el artificio competitivo e instala al celular en la lógica de negocios de la compañía y con ello lo transforma en opción únicamente complementaria a la telefonía fija, y no como su sustituto competente. Así, *se compite, pero los eternos condicionantes que siempre aparecen llevan las cosas únicamente al tantito.*

La nueva plataforma encarna pues las propuestas que la liberalización persigue en el ámbito macroeconómico, justo el único que aquellas valoran. El servicio debe formarse desde un cero absoluto, y en diecisiete años conquista el mayor número de usuarios en todo el país y logra una cobertura potencial que rebasa incluso los límites del territorio. A la vez, las ofertas valederas para ese universo creciente de suscriptores transitan por una amplia gama de posibilidades, desde la rudimentaria que censa al aparato de modesta funcionalidad adquirido para hacer y recibir llamadas fijas o en itinerancia, hasta el teléfono más inteligente, que recoge del aire lo mismo juegos y tonos de alerta que correo electrónico, programas de cómputo y acceso a Internet. La política comercial puesta en práctica por todos los operadores solventa además que el portátil entre en hibernación por el tiempo que el cliente disponga, hasta que la economía se equilibre y pueda adquirirse el tiempo aire suficiente para reactivarlo, o bien cuando la gana y el deseo sean mayores que la apatía y la terminal recupere tráfico y señales para su poseedor en letargo. El enorme parque de celulares existente oscila pues entre los aparatos enlazados y otros más en estado pasivo, latente, que por ello son de difícil clasificación porque no son líneas inútiles, perdidas o desechadas y tampoco mantienen actividad regular.

Además de reciente, la historia del servicio consigna hechos que en su momento ratificaron la teoría de la liberalización y del libre mercado como pauta para su transcurso público con un desarrollo acelerado, a tono con la necesidad de cubrir todas las carencias que justo llevaron a la privatización. La misma convocatoria que en 1989 lanza la entonces **Subsecretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico** inicia esa ratificación: los capitales privados sólo esperan la bandera de arranque para intervenir como protagonistas del sector, dicta la teoría, y en la práctica responden en efecto hasta conformar 108 propuestas técnicas y comerciales que anhelan obtener una de las concesiones regionales que se ofrecen. Al dividir el territorio nacional en nueve regiones de servicio, son desechadas 100 solicitudes y se selecciona a 19 empresas, las que proyectan aprovechar tecnología de Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá (*Cuadro 82*).

La región 9 que comprende la ciudad capital, el Estado de México; Hidalgo y Morelos no se concursa y se adjudica en dos bandas de frecuencias, la "A" y la "B" a dos instancias empresariales conocidas: **Telmex**, que disponía ya de conocimiento en el área, ganado mediante sus filiales **Radiomóvil Dipsa** y **Teléfonos del Noroeste**; y, **Grupo Iusa**, corporativo que hace valer la vigencia de una concesión otorgada desde 1956 para suministrar el servicio telefónico a vehículos mediante un sistema radioeléctrico, que no obstante su vanguardia no prospera en el mercado porque se le impide la interconexión con la red mayoritaria del consorcio. Al otorgarse por 50 años a una de sus empresas, **SOS** (Servicio Organizado Secretarial), el grupo alegó que en tanto el uso previsto de la tecnología celular la desplazaría del mercado, tenía el derecho de aprovechar la misma plataforma que sus competidores posibles para sustentar su oferta. Ante ello, y desde luego considerando la identidad del interlocutor, el Gobierno Federal revalida la concesión y ello origina **Iusacell**, presente todavía en el país aunque ya bajo propiedad del **Grupo Salinas**.

## Cuadro 82

**Regiones de servicio de la telefonía celular, concesionarios y socios en 1990**

1	Baja California; Baja California Sur y Municipio San Luis Río Colorado de Sonora	Telcemex	General Cellular Corporation (EU)
2	Sinaloa y Sonora, excluyendo el Municipio de San Luis Río Colorado	Tubos TAMSA e Industrias Bachoco	McCaw Cellular Communications y Contel Cellular Inc (EU)
3	Chihuahua, Durango y los Municipios Torreón; San Pedro; Matamoros; Francisco I: Madero y Viesca de Coahuila	Jaime Garza Calderón	Motorola y Contel Cellular Inc (EU)
4	Nuevo León, Tamaulipas y Municipios de Coahuila excluidos de región 3.	Grupo Protexa Internacional	Million Inc (Gran Bretaña)
5	Michoacán; Nayarit; Colima y Jalisco, a excepción de los Municipios Lagos de Moreno; Encarnación de Díaz; Teocaltiche; Ojuelos de Jalisco; Colotlán; Villa Hidalgo; Mezquitic; Huejuquilla el Alto; Huejúcar; Villa Guerrero; Bolaños y Santa María de los Ángeles	Grupo Hermes	Bellsouth (EU) y Racal (Gran Bretaña)
6	Guanajuato; San Luis Potosí; Zacatecas; Querétaro; Aguascalientes y Municipios de Jalisco excluidos de la región 5	Grupo empresarial de Gabriel Alarcón	Norteen Telecomm (Canadá)
7	Veracruz-Llave; Puebla; Oaxaca; Guerrero y Tlaxcala	Grupo Mexicano de Desarrollo	Norteen Telecomm (Canadá)
8	Chiapas; Tabasco; Yucatán; Quintana Roo y Campeche	Luis Niño de Rivera	Associated Communications (EU)
9	Estado de México; Distrito Federal; Hidalgo y Morelos	Telmex y Grupo IUSA	Southwestern Bell y Bell Atlantic (EU)

Fuente: Select-IDC. *Entorno de las telecomunicaciones en México*. Select, México, Mayo de 1994.

De la confirmación de principios que aporta pues la intensa asistencia privada, se encadenan otras validaciones más de la misma teoría, que han contribuido a componer el perfil actual del servicio. Por orden secuencial aparecen así...

a) *La insatisfacción de la demanda de comunicación básica.*

A 1990, el parque telefónico instalado llegaba a los 5.3 millones, para una densidad de 6.4 líneas por cada 100 habitantes. El 50.2% de ese total se concentraba en las tres ciudades más grandes del país, y las comunidades medias apenas contabilizaban algunos cientos de teléfonos. Sólo en la capital se registraba una demanda de 1.5 millones de líneas únicamente para servicios de voz, mientras que para transmisión de datos por lo menos se duplicaba el requerimiento<sup>101</sup>. Según los promotores de la liberalización del sector, tal escasez tenía una expresión dramática en ocasiones... *“Una sección del aviso oportuno en un periódico de la ciudad de México revela lo desesperado de la situación del usuario telefónico. Este periódico había creado una subsección de ‘teléfonos descompuestos’, donde diariamente se publicaban docenas de quejas sobre líneas y aparatos. Por ejemplo, el 4 de octubre de 1990 apareció el siguiente mensaje que más parecía imploración... ‘Pagado, reportado, suplicado, ¿qué más podemos hacer? 26 días’”*<sup>102</sup>

Frente a las condiciones descritas, la privatización de la empresa pública y la emergencia del servicio celular surgían como alternativas imperiosas para cubrir la demanda insatisfecha. El inalámbrico sobre todo, se asomaba como esquema idóneo por su rápida instalación, flexibilidad y, en el papel, costo más accesible que el de su antecesor fijo. Los primeros tiempos del servicio parecen avalar esos supuestos, en específico para el mercado principal, y en 1990 Telcel llega a los 35 mil usuarios, sobre todo del medio empresarial que buscan dotarse de comunicación permanente e instantánea para el manejo de sus asuntos personales o de negocios. Después, al madurar la oferta, el celular se transforma en dispositivo de consumo masificado que atiende a los segmentos poblacionales mayoritarios del país, y solventa las necesidades de movilidad con un sistema de bajo costo y de gasto controlado. Ambos vectores contribuyen en la expansión acelerada del parque móvil, que arranca desde 1996 y se mantiene durante toda la década logrando registros que propios y extraños destacan como sobresalientes.

b) *El arribo de tecnología de vanguardia.*

Tanto las empresas que inauguran la explotación celular como las que operan en nuestros días, han sido tributarias del concepto *llave en mano*, esquema cerrado que facilita la importación tanto de la tecnología como del *saber hacer* de los servicios que suministran en paquete las contrapartes foráneas. Si bien ello confirma aquellas premisas que conciben a la liberalización como puerta de acceso y de actualización tecnológica, en su búsqueda de inmediatez ese acogimiento se torna incondicional, y emplaza con ello una dependencia durable respecto a la matriz extranjera.

<sup>101</sup> Cfr. Select-IDC. *Entorno de las telecomunicaciones en México*. Select, México, Mayo de 1994.

<sup>102</sup> Citado en Gabriel Martínez et Guillermo Fárber. *Desregulación económica (1989-1993)*. México, Fondo de Cultura Económica, 1994:200-201pp.

En tanto la participación de personal mexicano se centra solamente en la operación rutinaria de los equipos y el desahogo de procedimientos establecidos en manuales exactos, se cercena cualquier posibilidad de intervenir en la cadena de valor del servicio. Tal situación es más actual que nunca por los llamados y convocatorias que actores relacionados con las TIC han lanzado, para solicitar el rediseño de algunas medidas regulatorias que comprometen el ingreso de inversión extranjera en algunos segmentos del área<sup>103</sup>. Si bien tal premisa es imposible de desechar, convendría sin embargo atender a las formas y modalidades en que se canaliza, para procurar que el país tenga un beneficio superior a la simple prestación de vanguardia. La intervención de agentes y jugadores nacionales en el diseño de algunos servicios de valor agregado que justo se proporcionan por vía celular, verifican esa posibilidad, que debiera ser regla y no-excepción casi anecdótica.

*c) La reducción acelerada del precio de los componentes del servicio.*

Como la industria microelectrónica en su conjunto, la telefonía celular se ha beneficiado de la disminución sostenida de los precios y costos de los equipos. A mediados de mayo del 2005, por ejemplo, se estima que los aparatos y equipos electrónicos y de informática han registrado una baja del 40% promedio rastreable desde 1998, debido sobre todo a la acelerada renovación tecnológica, el surgimiento de nuevos productos y la oferta de más proveedores, que compiten en precio y soporte técnico. Cálculos del **Banco de México** complementan el diagnóstico al señalar que entre el año 2000 y el 2005 esa rebaja ha sido consecutiva, y llega a un 9.5% en promedio. De manera radical, tal cifra contrasta con el incremento en el nivel general de precios, que llega al 35.9% en el mismo período y de la media combinada de inflación, que registra un 3.3% en ese lapso<sup>104</sup>. Pese a su gran variedad de modelos y características técnicas, en el caso de los teléfonos celulares la contracción de sus precios es similar a esos índices.

En los dispositivos microelectrónicos, a la reducción de precios se asocia un esquema de optimización de la funcionalidad y del rendimiento de equipos y sistemas. El debut del servicio en el bienio 1990-91 todavía introduce en el mercado las terminales de primera generación, que se caracterizan por ser analógicas y por una tecnología de acceso ineficiente respecto a las plataformas que llegarían después (FDMA). Para la conexión a la red se asignaba a cada usuario una frecuencia única, y al manejar un ancho de banda de 20 MHz era frecuente que el sistema se congestionara al aumentar los enlaces, o bien se bloquearan las llamadas por la interferencia de una segunda señal en la frecuencia ya adscrita. Los teléfonos eran grandes también y las baterías de alimentación almacenaban poca

<sup>103</sup> El estudio de Rafael del Villar menciona claramente esa proposición como vector de desarrollo. Cfr. *Competencia y equidad en telecomunicaciones*. Febrero de 2007. Disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/INTMEXICOINSPANISH/Resources/delvillarponencia.pdf> Fecha: 2 de marzo de 2007.

<sup>104</sup> Respectivamente, ver las notas Lilia Chacón y José Luis Caballero. "Bajan precios de electrónica". En: *Reforma*, 17 de mayo de 2005; y, Alberto Barrientos y Silvia Olvera. "Achica precios la tecnología". En: *Reforma*, 24 de enero de 2006.

carga, situación que repercutía en el precio de los aparatos. La velocidad dominante era de apenas 2.4 kbps y el servicio únicamente podía ofrecer la transmisión de voz. Con el tiempo se registran adelantos importantes en cada elemento del sistema, mismos que van a permitir que la vigencia del esquema analógico se mantenga en el país hasta mediados de los noventa.

La segunda generación de celulares es ya digital. Los teléfonos reducen su tamaño substancialmente y las baterías aumentan su confiabilidad y carga, lo que facilita su aprovechamiento itinerante. Las tecnologías de acceso se hacen más eficientes al permitir que la asignación de frecuencias se comparta por tiempo (TDMA), o bien de manera dinámica mediante el recorrido de la banda y el acceso efectivo en aquel intervalo que resulte más adecuado a los requerimientos de ese momento preciso (CDMA). Se amplía la velocidad y el sistema en su conjunto gana en desempeño operativo y en rendimiento. Después se abren las bandas de frecuencia entre los 1850 y 1970 MHz, que fundamentan la evolución del servicio hacia el concepto *PCS (Personal Communications Services)*, y con el surgimiento del estándar *GSM (Global System for Mobile Communications)* se solventan ya en definitiva las aplicaciones de voz y de datos. Hacia fines del 2003, el 71% del mercado mundial de teléfonos móviles digitales dispone de la nueva norma operativa que le otorga esa funcionalidad múltiple.

La reducción de precios de las terminales celulares y su influencia en el crecimiento de la demanda, ha derivado asimismo en tres situaciones paralelas. Por una parte, la *fabricación nacional de teléfonos celulares*, desarrollo que desde el año 2000 tiene un impulso notable al aumentar la inversión dedicada por parte de las empresas extranjeras que producen en el país. Los fabricantes tradicionales **Nokia** y **Motorola**, en efecto, decidieron aumentar su capacidad instalada para responder a la progresión sobresaliente de la demanda nacional y también extrafronteras. *“... hemos invertido cerca de 130 millones de dólares, con el objetivo de soportar el crecimiento que tendrá América Latina, que tendrá una penetración celular de 50% en su población”*, informa **Nokia** al respecto. El total de producción de su filial de Reynosa refleja esas intenciones: se distribuye en un 22% para México; 37 para Estados Unidos, y el restante llega a Latinoamérica. **Motorola**, en su planta de Nogales, arguye las mismas razones y adiciona otras más para habilitar una tercera planta de manufactura en sitio: atender la próxima generación de convergencia entre telecomunicaciones, cómputo y audiovisual, y soportar algunas adaptaciones para la industria automotriz. Tales requerimientos la encaminan entonces a desarrollar nuevas líneas de productos que complementan sus modelos habituales y sobre todo han cargado los costos hacia el software, en detrimento de las partes físicas<sup>105</sup>. Las iniciativas en marcha –que asimismo incluyen a otros integrantes, como **Benq**, antes de la alemana **Siemens**; **Pantech**, o la inglesa **Sendo**– son a la vez respuesta a los afanes del Gobierno Federal, que en el período 2000-2006 deseaba transformar al país en ensamblador de productos manufacturados, y para nutrir esa vía procuró establecer disposiciones específicas de promoción y fomento comercial. El arancel del 15% aplicable a

<sup>105</sup> Información de Lilia Chacón. “Aumenta la producción de celulares en México”. En: *Reforma*. 15 de junio de 2005.



los celulares importados que determina la **Secretaría de Economía** en el 2003, es pues la base que soporta los planes de expansión señalados porque impacta los dos ejes del intercambio. Así, entre 2004 y 2005 la exportación de celulares evoluciona de los 30 millones de unidades a 35.6 y arroja un ingreso de 2 mil 463 millones de dólares, y, a la vez, la importación se reduce de 14.3 millones de teléfonos que entraron en el primer año, a 13 millones para el último, con un costo de mil 194 millones de dólares. Si en ese ejercicio se vendieron en el país 27.6 millones de aparatos, la manufactura nacional cubrió poco más del 50%, lo que rompe la tradicional dependencia del exterior en esa categoría y alimenta las finanzas de las firmas que los confeccionan<sup>106</sup>. *“Las principales ventajas de ensamblar los equipos en el país –clarifica otra de las compañías involucradas– son eliminar los costos por importación, que representan entre el 15 y el 18% del valor de los equipos, incrementar su cobertura local, y a futuro exportar...”*.

Pese a sus números positivos y reseñas favorables, la fabricación local de celulares argumenta un segundo efecto, adverso ahora porque ilustra las deficiencias y limitaciones del modelo de desarrollo económico que se persigue y se favorece en el capitalismo cognitivo. El 80% de los componentes todos del teléfono proviene de fabricantes asiáticos, que los exportan al país para que el proveedor nacional aporte el 20% faltante y ensamble el producto final. La división de tareas no sería desventajosa ni perjudicial si no mediara una relación de valor entre los participantes: las piezas de mayor precio en la cadena, aquellos que reditúan una utilidad superior, son justo los que origina el foráneo, mientras que el local participa con los materiales vinculados al empaque –cartón, cajas; garantías; manuales- y a las piezas plásticas exteriores del teléfono, como las carcazas y teclados, que no generan las ganancias mayores. Los microcircuitos integrados; las baterías; las llamadas *tarjetas madre* –esto es, el núcleo del teléfono, ya que concentran su funcionalidad y sus aplicaciones– y las pantallas y cámaras de registro de imagen, provienen de China y con ello remiten a una política nacional más acertada que aprovecha la globalización como resorte para preparar a sus abundantes recursos humanos. En consecuencia, cada celular manufacturado es evidencia de que ellos explotan su inteligencia y su capacitación en ingeniería y programas; el cartón y el plástico de nuestra asistencia argumenta que todavía asistimos al proceso con la mano de obra barata y disciplinada, que concurre siempre con una medianía complementaria hoy más superficial y dañina que nunca.

El tercer testimonial de la reducción de precios en los teléfonos celulares afecta al comprador, al usuario que desea una comunicación eficiente. Al transformarse en vector de competencia entre los operadores para abarcar segmentos de población de menores ingresos, se han introducido terminales de gama baja –esto es, de funcionalidad básica y elemental– de precio incluso subsidiado que no aseguran un buen desempeño operativo. Tal situación se agrava por la carencia de una norma oficial mexicana que determine las especificaciones técnicas obligatorias de los equipos, faltante que permite a operadores y firmas pequeñas el colocar terminales si bien de 25

---

<sup>106</sup> Datos de Verónica Gascón. “Arman celulares con piezas de Asia”. En *Reforma*, 14 de mayo de 2006.

dólares, con un período de vida útil limitado, menor a los 2.5 años promedio que se asegura para los teléfonos de calidad mediana. El problema es persistente porque la oferta más abundante es justo en equipos de baja gama y bajo la modalidad de prepago. *“La demanda es muchísima, se afirma, a finales del 2004 se incrementó y durante el 2006 la tendencia se va a mantener en un 40 %”*<sup>107</sup>. El registro de las propuestas comerciales certifica esa declaración. A mediados del 2006, **Telefónica Movistar** tenía un portafolio de 48 modelos de bajo costo, contra 13 de gama media y únicamente 7 de segmento alto. En estas propuestas no se hace evidente la duración que pudieran lograr los equipos que las soportan, pero resulta evidente que las fallas posibles pueden ser recurrentes en el universo más grande y de menor costo.

A la par con el precio reducido de los equipos finales, las tarifas del servicio han disminuido asimismo y se han transformado en elemento principal de competencia. Desde el tercer trimestre de 1996 efectivamente se produce el primer gran descuento sobre las llamadas entrantes, que aplica para todo el parque existente. Al año siguiente se avanza en ese vector y se promueve una primera reducción general, que alcanza el 31.2% en todas las tarifas aplicables. Pronto se suceden otras ofertas, planes que conjugan minutos con destinos, y paquetes de promociones y alternancias entre el consumo mínimo de tráfico nacional y el de larga distancia. Esas alternativas incluyen a las dos modalidades de cobro que explotan todos los operadores desde hace una década, *pre y pospago*. Durante el primer trimestre de 2005, por ejemplo, la reducción tarifaria en términos reales llega a un sobresaliente 325% para el pospago y al 14% en el prepago<sup>108</sup>. Un año después tal dinámica sigue firme y se propone el último escalón que se vislumbra como norma para todo el servicio, la tarifa plana<sup>109</sup>, calificada desde ya por los enterados como el esquema preponderante en el próximo quinquenio. De esta forma, hacia el 2006, el segundo operador nacional ofrece un cargo único a sus clientes de prepago: 5 pesos por llamada local o de larga distancia nacional, y 10 pesos por una conferencia internacional, sin importar el tiempo que tarde la comunicación en cualquiera de los casos.

El arreglo virtuoso entre el precio de los aparatos telefónicos y el costo de las tarifas, ha dispuesto pues el sustrato económico sobre el que se levanta el auge del sistema celular. A ello se han sumado dos vectores más, que en amalgama perfecta han sido igualmente capitales: la estrategia comercial de venta de celulares y compra de tiempo que los operadores han puesto en práctica desde 1996, y las disposiciones técnico-regulatorias que la propia agencia institucional acordó con la industria para que el servicio progresara.

<sup>107</sup> Información de Verónica Gascón. “Invaden celulares de bajo costo”. En *Reforma*, 27 de febrero de 2006; “Introducen teléfonos que duran menos”. En *Reforma*, 7 de marzo de 2006.

<sup>108</sup> Respectivamente: Heidy López Vargas. *La telefonía móvil en México*. Asesoría económica al Grupo Parlamentario del PRD. Disponible en: [www.prdleg.diputados.gob.mx/debate\\_parlamentario/julio/eco\\_05.htm](http://www.prdleg.diputados.gob.mx/debate_parlamentario/julio/eco_05.htm) Fecha: 9 de abril de 2006. Ernesto Piedras et Carla Bonina. *Contribuciones sociales y económicas de la telefonía móvil en México*. Centro de Investigación y Desarrollo Económico-Telecom, México, Febrero de 2006. Disponible en: [www.the-ciu.net/publicaciones/CIDE-Movistar\\_final.pdf](http://www.the-ciu.net/publicaciones/CIDE-Movistar_final.pdf) Fecha: 17 de julio de 2006.

<sup>109</sup> Verónica Gascón. “Se agota tarifa por minuto”. En *Reforma*, 29 de mayo de 2006.

*d) Estructura de la oferta y centralización de los capitales concurrentes.*

A dos años de operación, ya era claro que el monopolio telefónico se perfilaba como la fuerza dominante del naciente servicio. Para 1992, **Cofetel** registra un total de 312 mil 600 suscriptores a escala nacional, de los cuales el 46.7% contrata con **Telcel**, sobre todo en la ciudad capital y en la zona norte, donde alcanza mayor presencia por sus actividades anteriores. El resto se divide entre los 9 concesionarios autorizados, que logran niveles distintos de participación, aunque todos uniformados por la estrechez. En las regiones 1 y 2, por ejemplo, los operadores locales conquistan apenas 6 mil 800 y 7 mil 400 usuarios cada uno<sup>110</sup>, número de poca relevancia si se le contextualiza en el gran dinamismo del entorno económico de la frontera norte. Fuera de la comparación entre operadores, los contrastes inscritos demuestran que la penetración del servicio es rudimentaria en todo el territorio y todavía carece de una dinámica propia. Arroja en efecto un promedio mínimo de 0.4 usuarios por cada 100 habitantes hacia 1992, y aunque tres años después la cifra se ha duplicado, en su transcurso asienta ya la asimetría regional de la cobertura que pese al crecimiento absoluto del servicio permanece como tendencia vigente hasta la actualidad. En aquel 1995, la región 9 que aplica en el centro económico-político del país, es la mejor dotada y logra 1.4 usuarios por cada 100 ciudadanos, seis décimas arriba de la media nacional. Su rival único es la zona del norte, que agrupa a las Californias y parte de Sonora, e impone una estadística de 1.2 en el indicador de referencia. La región 4 se acomoda en la unidad, y el sur del país, listado en los casilleros 7 y 8, se apunta con el promedio más bajo de todos, el 0.3. El conjunto del centro que entre otros estados integra a Guanajuato, San Luis Potosí y Jalisco, no es mejor y únicamente logra un décimo más. Las tres últimas regiones cierran el censo con un índice final de medianía, claro representante de la poquedad que se ha resaltado (*Cuadro 83*).

La lenta progresión del mercado impone las condicionantes eternas en los procesos económicos: **la depuración en la estructura de la oferta**. El proceso se desprende de imponer criterios rígidos de eficiencia en el desempeño de los capitales concurrentes, ya para su cohesión financiera y productiva, o bien para provocar su retiro del escenario a favor de otros competidores de mayor capitalización. Así, toma cuerpo otra de las lecturas deseadas de la liberalización, el predominio de las fuerzas del mercado. Y como si fuera maniobra intencional los ocho concesionarios regionales se entrelazan en dos grupos y siguen un destino mancomunado. Por un lado, durante el mismo 1990 y sólo poco tiempo después de haberse entregado las autorizaciones respectivas, los titulares de las regiones 5, 6 y 7 venden sus activos a **Grupo Iusa**, quien se hace entonces de una estructura regional a ensamblar con la propia del área 9. En dos años, conjunta la operación y logra suscribir contrato con 127 mil 300 usuarios en 1992 y con 194 mil 900 un año después, total que representa el 50.4% del global nacional. Esa integración parece conformarse como la señal de arranque y a lo largo de diecisiete años la fisonomía del suministro se ha concentrado

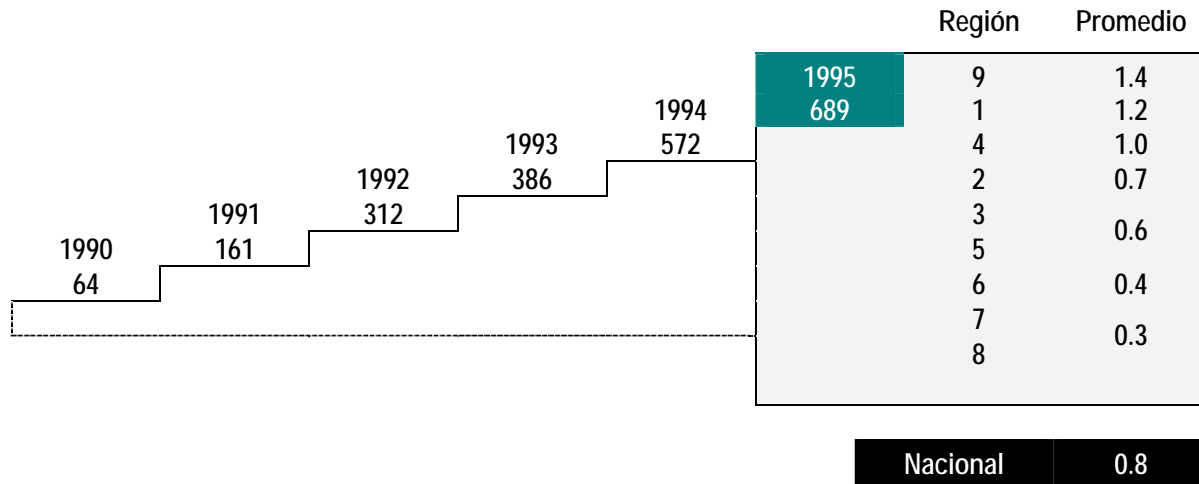
---

<sup>110</sup> Datos de BITS, Telecomunicaciones, Ingeniería y Servicio. *Premisas y fichas técnicas de proyectos específicos para el desarrollo nacional de la telemática*. México, 1995, mimeo; 145pp.

## Cuadro 83

## Usuarios de la telefonía celular y promedio por cada 100 habitantes hasta 1995

(Cifras en miles de suscriptores y porcentajes)



Fuente: Realizado a partir de información de Cofetel.

hasta censar únicamente tres empresas operadoras, de las cuales dos se encontraban presentes desde el arranque del servicio aunque la propiedad de una de ellas, **Iusacell**, era distinta a la actual. Además, ésta se ha enlazado a **Unefón**, del mismo **Grupo Salinas**, para integrar la misma operadora. El eterno protagonista, **Telcel**, se mantiene como la fuerza dominante y nunca he perdido esa hegemonía (*Cuadro 84*).

El proceso de concentración de la oferta corrió paralelo con otra secuencia también estelar en cualquier proceso económico: el **aumento del consumo para detonar la demanda**. Ello se expresa en la implantación de acciones para promocionar el servicio, y en esa lógica la implementación de las modalidades de pago en *avance*, o *prepago*, y el procedimiento de facturación *el que llama paga*, son en efecto dos medidas que de inmediato produjeron el crecimiento del mercado nacional y la consolidación de las empresas prestatarias, con el monopolio en la cima. Estos frutos han animado las interpretaciones más eufóricas y no son pocos los análisis que los asocian a la satisfacción de la añeja y reiterada carencia social, siempre pendiente a lo largo de la historia del sector: el acceso universal, se dice, por fin se concreta en las coordenadas mexicanas con base en la plataforma móvil<sup>111</sup>.

<sup>111</sup> Tal es la opinión de Ernesto Piedras y Carla Bonina. Op. Cit. Nota 106; En especial la sección 2.2.

**Cuadro 84**

**Presencia de las empresas de telefonía celular por región. Período 1990-2007**

Reg	BANDA "A"	BANDA "B" y PCS	
	1990 / y PCS 2007	1990	2007
1	T E L C E L	Bajacel	I U S A C E L U N E F Ó N T E L E F Ó N I C A
2		Movitel	
3		Norcel	
4		Cedetel	
5		Comcel	
6		Portacel	
7		Telecom	
8		Portatel	
9		SOS	

Fuente:  
 Tomado de Cofetel. En:  
[www.cft.gob.mx/wb/Cofetel\\_2008/Cofe\\_presencia\\_de\\_telefonia\\_movil\\_por\\_empresa\\_y\\_re](http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_presencia_de_telefonia_movil_por_empresa_y_re)  
 Fecha: 12 de julio de 2007.

**4.1 El primer estímulo: el móvil como el commodity de moda.**

Como estrategia de atracción y arraigo de usuarios, el prepago debuta con la iniciativa de Telcel y su tarjeta denominada *Ficha Amigo*, que precede al producto de anaquel *Amigo kit*, ya dotado de un receptor de bajo costo. Ambas fórmulas se imponen con facilidad y toman un dinamismo propio que va a revolucionarse cada vez más conforme avanza el tiempo. La empresa afirma por ejemplo que con base en ellas alcanza el millón de clientes en 1997, solo doce meses después de ese lanzamiento dual. El crecimiento es sobresaliente y no pierde ímpetu, por lo que mantiene su empuje hasta la fecha. De 142 mil usuarios que aprovecharon el prepago en el segundo trimestre del mismo año en el que se comercializa, se evoluciona a 326 mil en el tercero y a 415 mil para fines de 1996, cifra que casi triplica el primer registro. Para junio del ejercicio siguiente, los suscriptores celulares en avance son 982 mil, y superan ya a los clientes pospago que suman 759 mil. Esa segmentación llegará a ser definitiva y a configurarse como una de las particularidades distintivas del servicio nacional. Conforme la estadística de Cofetel, a diciembre de

2007, el indicador se polariza por completo: de los 70.5 millones de usuarios registrados, 65.2 millones, esto es el 92.5% del total, se inscribe en la modalidad de pago en adelanto<sup>112</sup> (*Cuadro 85*). La tendencia ratifica el distintivo asignado a México desde el 2004: con tales números es el primer país de toda Latinoamérica donde la proporción de clientes en prepago es sensiblemente mayor al que contrata bajo la otra variante<sup>113</sup>. Por la flexibilidad del gasto que facilita su control; la simplicidad de contratación de líneas, sin plazos forzosos ni rentas fijas; con un finiquito rápido y a voluntad del usuario, e inclusive por las tarifas que los operadores establecen ante la cantidad mayoritaria de suscriptores inscritos, el prepago ha sido la base del incremento constante de la demanda. Asimismo, su éxito económico se fundamenta en el segundo gran factor que desde fines de 1999 surge en el mercado como un nuevo esquema de facturación entre operadores: la modalidad de cobro *el que llama paga*. El esquema complementa la reducción del costo del servicio al permitir que cada celular pueda convertirse en un receptor de llamadas sin cargo alguno, facilidad que al asociarse a la maleabilidad del prepago consiente que cada usuario aporte lo indispensable si desea iniciar la comunicación, y no erogare gasto alguno si únicamente busca recibirla.

De manera combinada tanto las tarjetas prepagadas como la fórmula *el que llama paga* impulsan pues la penetración del servicio. Al observar su impacto conjunto, es claro que en el trienio 1997-1999 el prepago es el eje de un crecimiento que prácticamente duplica año con año el número de aparatos disponibles. Así, de los 1.7 millones existentes en 1997 se llega a 3.3 millones en doce meses y a 7.7 millones en 1999. Ya con la puesta en marcha de la nueva forma de facturación, en el año 2000 se arriba a los 14 millones, y para el 2001 se adicionan 7 más, lo que lleva el global logrado hasta los 21.7 millones de terminales (*Cuadro 86*). Después, el período de mayor crecimiento se presenta en el trienio 2004-2006, cuando se adicionan varios millones de teléfonos móviles por año y con ese agregado el parque disponible evoluciona con una progresión muy vigorosa: de 38 millones asentados en 2004, a 47 en 2005 y a 57 millones en 2006. Hasta diciembre del 2007, el número de teléfonos inalámbricos disponibles supera los 70 millones.

## 4.2 La segunda vuelta: hacia las economías de escala.

La densidad telefónica que engendran los números anteriores ha generado el discurso optimista de siempre, que exprimen los funcionarios de gobierno responsables de la cartera y también acostumbran todos los implicados oficiales. Más aún, esa numeralia ha excitado su fervor por las cifras y en distintas oportunidades y con extrema facilidad fincan exageraciones y contrasentidos que pretenden establecer la habitual imagen de abundancia, vital para el entorno macroeconómico. El último *Informe de Labores* de la SCT fechado el 1º de septiembre de 2006 es pródigo en esos menesteres y representa un ejemplo típico por la elaboración argumental que expone. Dice SCT:

<sup>112</sup> Cfr. Cofetel. Usuarios de prepago y pospago 1996-2006. Disponible en:

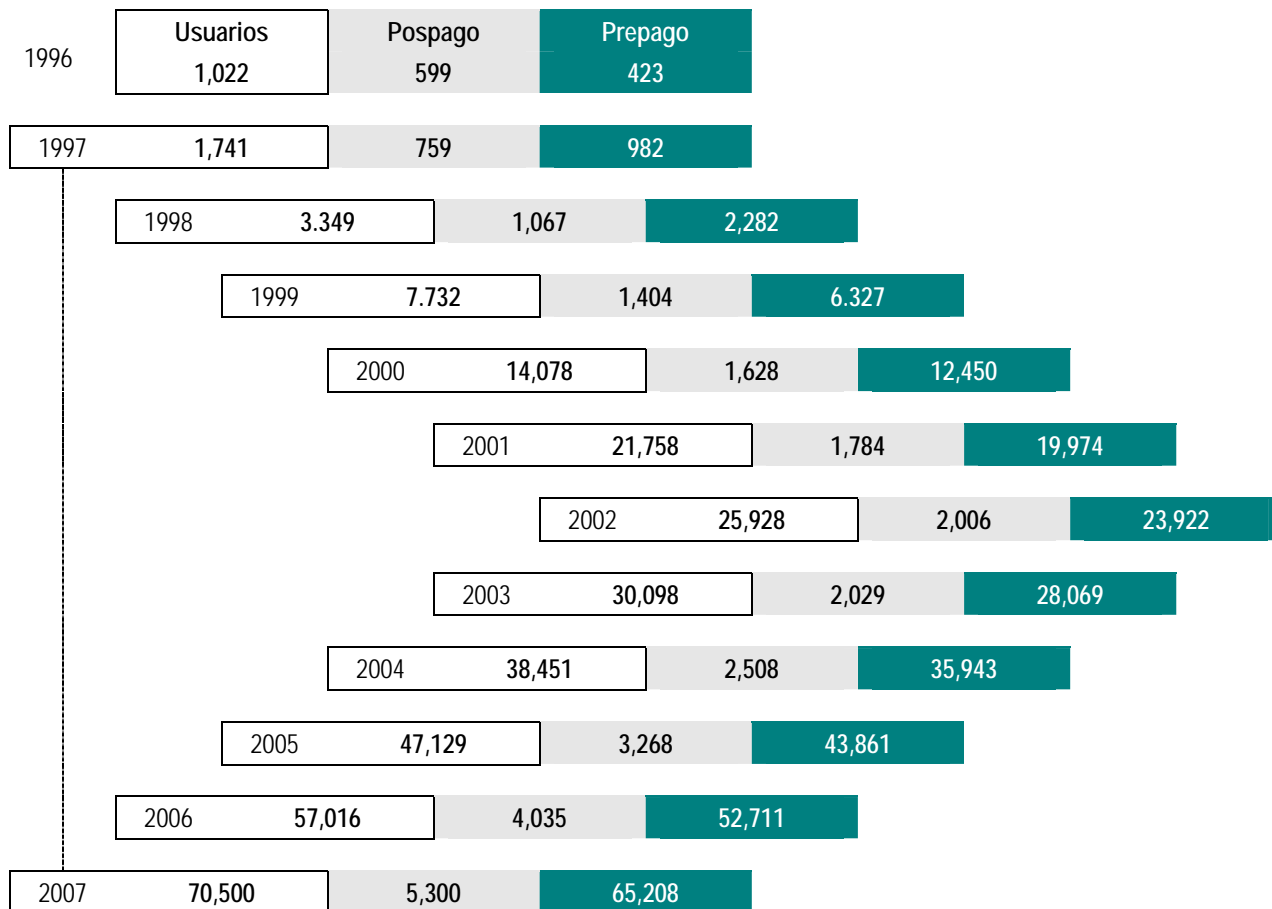
[www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE\\_Usuarios\\_de\\_Prepago\\_y\\_Pospago\\_1996\\_\\_2004](http://www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE_Usuarios_de_Prepago_y_Pospago_1996__2004) Fecha: 13 de junio de 2006.

<sup>113</sup> Cfr. Piedras et Bonina. Op. Cit. Nota 106:28pp.

## Cuadro 85

## Usuarios en las dos modalidades de conexión en el decenio 1996-2007

(en miles)



Fuente: Realizado a partir de información de Cofetel.

*“En telefonía móvil el crecimiento ha sido explosivo entre 2000 y 2006 [...]... la densidad pasó de 45.4 teléfonos por cada 100 habitantes en 2005 a 48.9 en julio de 2006, previéndose una densidad de 51.3 teléfonos al finalizar el año...”* Si bien el dictamen no sorprende, una segunda afirmación viene a complementarla con un raciocinio simplista, falso, armado únicamente para exaltar la supuesta intervención oficial en aquel florecimiento explosivo: *“con el crecimiento en ambos servicios (fijo y móvil), se maniobra, la teledensidad total del país pasará de 26.6% por cada 100 habitantes en el año 2000, a 71.3 al cierre de 2006”*<sup>114</sup>. El silogismo es engañoso porque evita la consideración del fenómeno de complementariedad, situación que desde los primeros

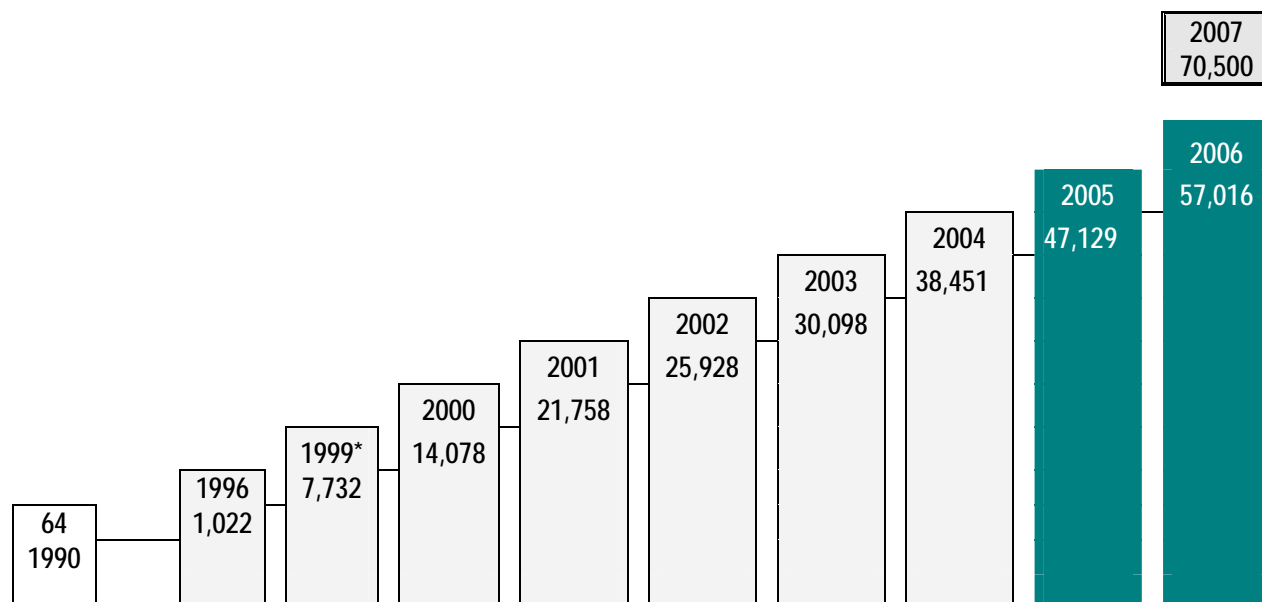
<sup>114</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Informe de Labores*. México, SCT, 1º de septiembre de 2006; 84pp.

tiempos de celular pintó su desarrollo al animar al usuario de mayores ingresos económicos a duplicar sus líneas, para con la terminal itinerante dotarse de una movilidad inédita. Ello impide el asumir la teledensidad como la suma lineal entre ambos indicadores, ya que un porcentaje de la población dispone de los dos servicios y no de cualquiera de ellos, como implica la adición simple del *Informe*.

### Cuadro 86

#### Crecimiento de usuarios de la telefonía celular 1990-2007

(cifras en miles)



(\*) En el segundo trimestre se introduce el esquema comercial "el que llama paga" y las tarjetas prepagadas tienen ya tres años de operación.

Fuente: Realización propia con datos de Cofetel.

El estudio de Ernesto Piedras y Carla Bonina<sup>115</sup> es mucho más preciso al abordar el tema, y su ejercicio resulta más objetivo ya que contempla al móvil con el doble perfil que toma en nuestra sociedad: como dispositivo complementario efectivamente, y a la vez como sustituto del teléfono alámbrico. [...]... *"si existen 40 millones de receptores móviles y cada uno de ellos posee un solo teléfono en promedio, razonan los autores, se puede entonces concluir que existen 40 suscriptores por cada 100 habitantes. Si, por otro lado, existen 17 millones de líneas fijas en el país, es evidente que aún cuando fuera cierto que todos los usuarios de telefonía fija también utilizan teléfonos móviles, existe otra gran proporción de la población (23 millones; EQM) que sólo*

<sup>115</sup> Cfr. Ernesto Piedras et Carla Bonina. *Contribuciones sociales y económicas de la telefonía móvil en México*. Centro de Investigación y Desarrollo Económico-Telecom, México, Febrero de 2006:27-28pp. Disponible en: [www.the-ciu.net/publicaciones/CIDE-Movistar\\_final.pdf](http://www.the-ciu.net/publicaciones/CIDE-Movistar_final.pdf) Fecha: 17 de julio de 2006.



*cuenta con teléfono móvil para realizar sus comunicaciones*” El equipamiento sustituto que se alude es más real y preciso que la exageración cuantitativa, empleada para obviar el análisis con una propaganda barata.

Aunque si bien la penetración de la telefonía móvil ha conferido capacidad comunicativa a los distintos segmentos poblacionales que carecían de otras opciones, la distribución territorial del servicio sigue el patrón de centralización regional que se ha perpetuado en el país, y que justo ha propiciado la desatención de unos y la sobrecapacidad de otros. Al observar la progresión del equipamiento se perciben desequilibrios y asimetrías, que tornan relativo el crecimiento cuantitativo logrado en el ámbito nacional. De esta forma, tal y como el *triángulo de cristal* encabeza buena parte de la totalidad de indicadores, en el propio de la infraestructura móvil ha sido también el polo dominante desde el origen del servicio, y aunque ha perdido puntos frente al aprovisionamiento de otras regiones, su predominio se mantiene vigente y aún conserva ventajas y prerrogativas muy notorias. De los 29.9 millones de aparatos que se contaban en junio de 2004, por ejemplo, los estados de Nuevo León; Jalisco; México y el Distrito Federal, centralizaron 9.7 millones, esto es, el 32.5% del total, promedio que los convertía en el polo de mayor dinamismo en el servicio. Tres años después, el *triángulo* ha aumentado incluso su participación y acapara el 39.5% de los 68 millones de terminales habilitadas hasta junio, cifra significativa que supera por más de 15 puntos al segundo lugar. Además, cabe resaltar dos escenarios asociados que reafirman la primacía de los cuatro estados líderes y otorgan permanencia a su relevancia nacional. Primeramente, despunta que en la región se hayan instalado 17.2 millones de teléfonos durante el bienio considerado, global que casi triplica la cifra de la zona más cercana. En segunda instancia, que en números absolutos los equipos del *triángulo* dupliquen el registro de la *Frontera norte*, segundo bloque en importancia dentro de la estadística: el líder logra acumular 26 millones de aparatos, y su seguidor únicamente 11 millones en junio de 2007 (*Cuadro 87*).

Después de los dos conjuntos de la punta, se determinan cuatro regiones más que articulan y conjuntan a los estados con vecindad geográfica, misma que propicia la formación de una identidad local semejante y un equipamiento no muy diferente entre sí. En un tercer bloque se integran así las entidades localizadas en el *Centro del país* –en total, nueve estados– donde se radicaron hasta 4.9 millones de instalaciones en el trienio, para derivar en un global de 26.9 millones de teléfonos existentes hasta junio del 2007. Después, se lista otra amalgama que se unifica por sus relaciones con la ciudad capital. La dinámica propia de entidades como Morelos o Querétaro, se enriquece cotidianamente con los flujos e intercambios que establecen con el Distrito Federal, y de tal amalgama se definen y establecen sus necesidades de comunicación. En tal *Sinergia con la capital*, es sintomático que el grupo liste 7.7 millones de móviles en 2007, de los cuales el 65% –es decir, 5 millones– se habilitó en sólo 24 meses.

Una quinta zona destaca por el contraste de su equipamiento. Logra en el trienio un total de 8.9 millones de teléfonos, el cuarto lugar por números absolutos, y en el densidad tiene el promedio más bajo, 45 unidades por cada

Cuadro 87

**Evolución del equipamiento celular por regiones identificadas**

(cifras en miles de unidades y en porcentaje)

Región / Estado	Distribución estimada en Junio de 2004	Proyección de población	Densidad (unidades por 100 habitantes)	Estimado por Entidad en Junio de 2007	Incremento en líneas instaladas 2004-2007
<b>Nacional</b>	<b>29,940</b>	<b>105,908</b>	<b>64.2</b>	<b>68,241</b>	<b>38,301</b>
<b>Triángulo de cristal</b>					
Distrito Federal	5,150	8,800	99.8	15,970	10,820
Jalisco	1,562	6,832	72.8	5,044	3,482
México	1,163	14,087	29.6	2,178	1,015
Nuevo León	1,866	4,279	86.8	3,789	1,923
	<b>9,741</b>	<b>33,998</b>	<b>72.25</b>	<b>26,981</b>	<b>17,240</b>
<b>Frontera norte</b>					
Baja California	1,136	2,924	78.5	2,383	1,247
Baja California Sur	509	576	106.0	577	68
Chihuahua	1,204	3,321	71.2	2,380	1,176
Coahuila	900	2,575	76.1	1,969	1,069
Sonora	738	2,474	70.6	1,746	1,008
Tamaulipas	1,024	3,104	80.6	2,527	1,503
	<b>5,511</b>	<b>14,974</b>	<b>80.5</b>	<b>11,582</b>	<b>6,071</b>
<b>De sinergia con la capital</b>					
Hidalgo	765	2,425	72.7	1,746	981
Morelos	549	1,692	80.3	1,329	780
Puebla	786	5,463	46.8	2,606	1,820
Querétaro	335	1,678	100.8	1,688	1,353
Tlaxcala	162	1,148	38.7	430	268
	<b>2,597</b>	<b>12,406</b>	<b>67.86</b>	<b>7,799</b>	<b>5,202</b>

.....

**Cuadro 87** (Continuación)***Evolución del equipamiento celular por regiones identificadas***

(cifras en miles de unidades y en porcentaje)

Región / Estado	Distribución estimada en Junio de 2004	Proyección de población	Densidad (unidades por 100 habitantes)	Estimado por Entidad en Junio de 2007	Incremento en líneas instaladas 2004-2007
<b>Centro del país</b>					
Aguascalientes	230	1,145	58.5	652	422
Colima	158	647	77.5	456	298
Durango	485	1,589	36.6	564	79
Guanajuato	1,035	4,973	45.9	2,297	1,262
Michoacán	1,108	4,046	55.9	2,228	1,120
Nayarit	282	1,029	51.5	497	215
San Luis Potosí	510	2,490	40.4	995	485
Sinaloa	1,004	2,688	74.2	1,963	959
Zacatecas	330	1,447	34.7	479	149
	<b>5,142</b>	<b>20,054</b>	<b>52.8</b>	<b>10,131</b>	<b>4,989</b>
<b>Sureste</b>					
Chiapas	442	4,373	36.6	1,624	1,182
Guerrero	529	3,195	41.8	1,315	786
Oaxaca	588	3,586	34.8	1,235	647
Tabasco	351	2,069	65.6	1,335	984
Veracruz	1,070	7,190	47.6	3,451	2,381
	<b>2,980</b>	<b>20,413</b>	<b>45.28</b>	<b>8,960</b>	<b>5,980</b>
<b>Peninsulares</b>					
Campeche	167	834	63.2	494	327
Quintana Roo	304	1,215	90.0	1,119	815
Yucatán	394	1,898	61.5	1,160	766
	<b>865</b>	<b>3,947</b>	<b>71.56</b>	<b>2,773</b>	<b>1,908</b>

Fuente: Realización propia con base en:

Conapo. <http://www.conapo.gob.mx/00cifras/5.htm> Fecha: 19 de abril de 2007.

Cofetel. Densidad de telefonía móvil por entidad federativa 2000-2007. Disponible en:

[http://www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE\\_Densidad\\_de\\_Telefonia\\_Movil\\_por\\_Entidad\\_Fed](http://www.cft.gob.mx/wb2/COFETEL/COFE_Densidad_de_Telefonia_Movil_por_Entidad_Fed)

Fecha: 21 de abril de 2008.

100 habitantes. El total contrasta incluso con la última región en equipamiento, los estados peninsulares, que apenas con 2.7 millones de teléfonos logran conjuntar 71 líneas en ese indicador.

Al considerar los indicadores de densidad telefónica en el ambiente móvil, surgen otras comparaciones significativas, tanto entre cada entidad federativa como respecto al universo de las líneas fijas. El **Cuadro 88** testimonia la relación entre número de pobladores y equipamiento por cada 100 habitantes para cada estado, y al observar sus resultados invariablemente se reitera la situación: la ciudad capital domina de nueva cuenta la estadística con un promedio de 91.3. El segundo lugar, Quintana Roo, que seguro sostiene el puesto por su vocación turística, se mantiene a 11 puntos de distancia y arroja una densidad de 80.8 teléfonos, con poco menos del millón de móviles que casi igualan al número de habitantes radicados. De estos primeros lugares siguen 15 estados más que logran un promedio superior al 54.4, media nacional en el indicador, y los 15 restantes no consiguen superarla. El último promedio, 19.5 aparatos por cada 100 pobladores, sorpresivamente corresponde al Estado de México, protagonista estelar del *triángulo de cristal*. Su registro de 2.7 millones de móviles logra el cuarto lugar nacional en equipamiento, total que no obstante tal relevancia es cinco veces menor al número total de pobladores de la entidad, más de 14 millones. Ahí radica el motivo de tal pobreza.

Paradójicamente, el último promedio de densidad móvil, 19.5 teléfonos por cien habitantes, es superior al mismo indicador nacional en telefonía fija (**Cuadro 89**). Respecto a la media en telefonía móvil, el registro de las líneas alámbricas es inferior en 35 puntos, e incluso la superioridad del *triángulo de cristal* no sobrepasa esas diferencias y pese a promediar 28.6 teléfonos fijos por cada 100 ciudadanos, es ampliamente aventajado por el registro de la densidad móvil: 62.1 aparatos. En otras regiones la asimetría es similar, persistencia que configura el perfil sustituto del servicio móvil. La región del *Sureste* ejemplifica visiblemente el caso: 9.4 líneas fijas por cada 100 habitantes, y 37.4 en móviles, cuatro veces más que la primera cifra. En las entidades *Peninsulares*, la relación es aún más asimétrica: 63.9 en móvil, contra 14.3 en el par fijo. Las diferencias substanciales en uno y otro son factor también en el equipamiento de los hogares, donde ya prevalece la modalidad móvil sobre el teléfono físico. En octubre del 2006, **INEGI** determinó el crecimiento de ambas plataformas, y su conclusión es categórica: en el trienio 2004-2006, el respectivo a la telefonía sin hilos presentó un sobresaliente 22.4% de incremento; completamente a la inversa, la contraparte fija registra incluso un decremento: -8.6% (**Cuadro 89**).

Cuadro 88

**Densidad estatal de la telefonía móvil en 2006**

(Clasificación en orden descendente)

			Proyección de Población	Densidad (unidades por 1000 habitantes)	Estimado por Entidad
1	1	Distrito Federal	8,800,916	91.3	8,035,236
2	2	Quintana Roo	1,215,309	80.8	981,970
3	3	Baja California Sur	592,170	79.7	471,959
4	4	Nuevo León	4,279,292	74.0	3,166,676
5	5	Baja California	2,924,469	72.2	2,111,467
6	6	Tamaulipas	3,104,238	67.9	2,107,778
7	7	Chihuahua	3,321,444	66.1	2,195,474
8	8	Colima	64,996	65.3	423,141
9	9	Jalisco	6,832,113	63.7	4,352,056
10	10	Querétaro	1,678,139	63.0	1,057,228
11	11	Coahuila	2,575,200	60.0	1,545,120
12	12	Sinaloa	2,688,442	60.0	1,613,065
13	13	Sonora	2,474,861	57.9	1,432,945
14	14	Campeche	834,730	56.7	473,292
15	15	Aguascalientes	1,145,416	55.8	639,142
16	16	Tabasco	2,069,969	55.6	1,150,903
17	17	Yucatán	1,898,948	54.3	1,031,129
18	1	Morelos	1,692,899	51.1	865,071
19	2	Hidalgo	2,425,514	46.3	1,123,013
20	3	Michoacán	4,046,073	45.2	1,828,825
21	4	Guanajuato	4,973,812	43.3	2,153,661
22	5	Nayarit	1,029,684	40.6	418,052
23	6	Puebla	5,463,133	39.3	2,147,011
24	7	Veracruz	7,190,214	38.5	2,768,232
25	8	San Luis Potosí	2,490,414	36.3	904,020
26	9	Guerrero	3,195,202	35.1	1,121,516
27	10	Tlaxcala	1,148,207	31.7	363,982
28	11	Chiapas	4,373,459	31.0	1,355,772
29	12	Zacatecas	1,447,692	30.6	442,994
30	13	Oaxaca	3,586,821	27.2	975,615
31	14	Durango	1,589,117	24.9	395,690
32	15	México	14,087,495	19.5	2,747,062

Fuente: Realización propia.

## Cuadro 89

**Comparativo entre la densidad telefónica móvil y fija por regiones identificadas**

(unidades)

Región / Estado	Proyección de población	Densidad (Unidades por cada 100 habitantes)		Diferencia 1-2
		Telefonía móvil (1)	Líneas fijas (2)	
<b>Nacional</b>	<b>105,908</b>	<b>54.4</b>	<b>19.0</b>	<b>35.4</b>
<b>Triángulo de cristal</b>				
Distrito Federal	8,800	91.3	42.7	48.6
Jalisco	6,832	63.7	23.6	40.1
México	14,087	19.5	18.7	.8
Nuevo León	4,279	74.0	29.4	44.6
	<b>33,999</b>	<b>62.1</b>	<b>28.6</b>	<b>33.5</b>
<b>Frontera norte</b>				
Baja California	2,924	72.2	25.2	47.0
Baja California Sur	592	79.7	19.7	60.0
Chihuahua	3,321	66.1	22.1	44.0
Coahuila	2,575	60.0	21.0	39.0
Sonora	2,474	57.9	18.4	39.5
Tamaulipas	3,104	67.9	20.6	47.3
	<b>14,992</b>	<b>67.3</b>	<b>21.1</b>	<b>46.2</b>
<b>De sinergia con la capital</b>				
Hidalgo	2,425	46.3	10.7	35.6
Morelos	1,692	51.1	22.8	28.3
Puebla	5,463	39.3	14.8	24.5
Querétaro	1,678	63.0	19.2	43.8
Tlaxcala	1,148	31.7	11.1	20.6
	<b>15,512</b>	<b>46.2</b>	<b>15.7</b>	<b>34.1</b>
<b>Centro del país</b>				
Aguascalientes	1,145	55.8	22.4	33.4
Colima	647	65.3	20.1	45.2
Durango	1,589	24.9	15.6	9.3
Guanajuato	4,973	43.3	16.1	27.2
Michoacán	4,046	45.2	13.7	31.5
Nayarit	1,029	40.6	16.4	24.2
San Luis Potosí	2,490	36.3	13.6	22.7
Sinaloa	2,688	60.0	16.3	43.7
Zacatecas	1,447	30.6	13.7	16.9
	<b>20,058</b>	<b>44.6</b>	<b>16.4</b>	<b>28.2</b>

**Cuadro 89** (Continuación)**Comparativo entre la densidad telefónica móvil y fija por regiones identificadas**

(unidades)

Región / Estado	Proyección de población	Densidad (Unidades por cada 100 habitantes)		Diferencia	1-2
		Telefonía móvil (1)	Líneas fijas (2)		
<b>Sureste</b>					
Chiapas	4,373	31.0	5.8	25.2	
Guerrero	3,195	35.1	12.8	22.3	
Oaxaca	3,586	27.2	7.5	19.7	
Tabasco	2,069	55.6	9.4	46.2	
Veracruz	7,190	38.5	11.9	26.6	
	<b>20,415</b>	<b>37.4</b>	<b>9.4</b>	<b>28.0</b>	
<b>Peninsulares</b>					
Campeche	834	56.7	10.1	46.6	
Quintana Roo	1,215	80.8	19.3	61.5	
Yucatán	1,898	54.3	13.7	40.6	
	<b>3,948</b>	<b>63.9</b>	<b>14.3</b>	<b>49.6</b>	

Fuente: Realización propia.

**Cuadro 90****Evolución del equipamiento telefónico en los hogares**

(miles de hogares con servicio)

	2004	2005	2006	Variación
Fija	6,485	5,714	5,222	-8,6%
Celular	3,156	3,954	4,853	22,7%

Fuente:

INEGI. *Disponibilidad y Usos de Tecnologías de la Información en los Hogares*. INEGI, Comunicado No 217/06, 11 de octubre de 2006.

### 4.3 Y el cierre del círculo: la persecución de la economía de densidad.

La generalización del uso de la telefonía móvil ha llevado a conceptualizarla como la respuesta a la insuficiencia de la cobertura que ha logrado la infraestructura fija. [...] *“Efectivamente, en México, al igual que en la mayoría de los países, la evidencia muestra que en los primeros años de la telefonía móvil (con los servicios celular y trunking exclusivamente), los usuarios móviles eran sobre todo aquellos que pertenecían a un nivel socioeconómico con suficiente poder adquisitivo, y que por lo mismo contaban ya con servicios de telefonía fija. Así, teníamos un efecto de complementariedad entre ambos servicios. Sin embargo, hoy en día es claro que comienza a dominar el efecto de sustitución. Esto quiere decir que el aumento de la penetración de la telefonía móvil en el país está contribuyendo ya a disminuir las diferencias entre aquellos residentes con acceso a los servicios de telecomunicaciones y aquellos que no cuentan con él”*<sup>116</sup>. El comentario adquiere solvencia y fortaleza si se recurre a la estadística y a los datos duros. Hasta el 2003, el 85% del grupo social con mayores ingresos económicos disponía de comunicación celular, en tanto que en el extremo opuesto, únicamente el 9% del segmento socioeconómico con menor renta contaba con el servicio (*Cuadro 91*). A septiembre del 2006, ese porcentaje ha aumentado tres veces, y al situarse en el 27% sostiene las afirmaciones que poco a poco retratan un lugar común: en la actualidad, una de cada tres personas con menores ingresos dispone de aparato. Uno de los vectores motrices que ha empujado ese incremento, se dice, es la movilidad que asegura el sistema y que facilita la comunicación itinerante. [El celular] ... *“se ha convertido en una herramienta para el trabajo de los vendedores, taxistas, carpinteros, o repartidores, se afirma. Entre personas con profesiones de baja remuneración relativa ha tenido aceptación... [porque]... incrementa su facilidad de localización, su volumen de trabajo e incluso su productividad”*<sup>117</sup>. La tendencia es firme. De hecho, el consumo de los estratos socioeconómicos de menor ingreso sostiene la expansión del servicio en los últimos años. El cálculo de un especialista refuerza la premisa con evidencia empírica. Conforme el decir de Ernesto Piedras, *“... las 700 mil nuevas líneas que cada mes se agregan en el mercado de telefonía móvil, se colocan en los segmentos socioeconómicos bajo y medio, sobre todo en esquemas de prepago que rondan los 100 pesos mensuales en promedio”*<sup>118</sup>.

El comentario introduce un segundo elemento implícito en el crecimiento del móvil. Si bien la numeralia disponible enfatiza en efecto la penetración del servicio en toda la estructura social, las diferencias de clase se manifiestan también, tiñen su uso y establecen diferencias entre cada conjunto de suscriptores y el nivel socioeconómico al que pertenecen. Y a partir también de la estadística, pueden deducirse algunas de las situaciones que las especifican. A fines del 2005, por ejemplo, Cofetel determinó que poco más de 15 millones de usuarios del servicio –esto es, el

<sup>116</sup> Ernesto Piedras. “El mercado móvil en números”. En: *Top Management*. 29 de diciembre de 2006. Disponible en: [www.topmanagement.com.mx/modules.php?name=Noticias&file=seccion&idseccion=1](http://www.topmanagement.com.mx/modules.php?name=Noticias&file=seccion&idseccion=1) Fecha: 21 de marzo de 2007.

<sup>117</sup> Verónica Gascón. “Usan celular para trabajar”. En: *Reforma*, 19 de septiembre de 2006.

<sup>118</sup> Angelina Mejía. “Crece la guerra por clientes”. En: *El Universal*, 20 de julio de 2007. Ibidem.



## Cuadro 91

## Penetración por nivel socioeconómico de la telefonía móvil en el 2003

		NIVELES		
		AB y C+	C y D+	D y E
Distribución de la población		10.8%	32.9%	56.3%
Postpago		19.0%	8.0%	6.0%
Prepago		81%	92.0%	92.0%
Penetración del servicio	(por grupo)	85%	43%	9%

Fuente: Tomado de Judith Mariscal et Eugenio Rivero. "Mobile Communications in México in the Latin American Context". En: *Information Technologies and International Development*. Volumen 3; Número 2; Invierno de 2006; 50pp.

32% del total de suscriptores de entonces— únicamente lo aprovechaba para recibir llamadas y no para marcar a otros teléfonos, lo que claramente privilegiaba la funcionalidad de recepción del aparato y su consumo limitado. A la vez, en una referencia más reveladora, se estableció que en promedio cuatro de cada 10 celulares funcionan sin cargar tiempo aire hasta por un período de tres meses, lo que reconfirma la observación. Resulta claro que la insuficiencia económica determina ambas situaciones: la adquisición del teléfono no garantiza la continuidad del servicio ni su uso y consumos cotidianos. Es por ello que los fabricantes de aparatos, con **Nokia** a la cabeza, propusieron a los operadores que mediante el sistema de mensajes cortos (SMS) los clientes pudiesen recargar su aparato con cantidades menores a los 100 pesos mínimo que implican las tarjetas prepagadas. Según esta óptica, con compras de tiempo que oscilarían entre los 10 y los 30 pesos podría abatirse su inactividad.

Tanto el diagnóstico de **Cofetel** como el remedio coyuntural que sugieren los proveedores de equipo, son indicativos pues del entramado económico que determina costos y ganancias en la comunicación celular, una vez que se han logrado las economías de escala que se registran en el ámbito nacional y cuya penetración es superior a escala global. Los niveles tarifarios y de los precios asociados al servicio remiten a la lógica de capitalización del operador, y por lo mismo se establecen para garantizar esa solvencia de manera prioritaria y sin considerar otros elementos o situaciones. Tal es el sentido que toma por ejemplo la afirmación del **Banco Mundial** sobre el aumento del 22% en el precio mensual de la canasta para celular durante el bienio 2004-2006, que el organismo determinó en 14 dólares. Con tales cifras, el país se situaba en el quinto lugar entre las naciones latinoamericanas con el servicio móvil más

costoso<sup>119</sup>. Después, en el 2007, la OCDE confirma el diagnóstico y precisa el costo del servicio móvil de acuerdo con la intensidad de su consumo, que especifica en niveles representativos. La Organización señala que *“México es el segundo país de un ranking de 30 con tarifas más altas en la canasta de bajo consumo de telefonía móvil, que incluye 360 minutos de voz; 393 mensajes cortos y ocho mensajes multimedia al año. Los mexicanos pagan 309.30 dólares anualmente por esta canasta, mientras que en Estados Unidos el costo es de 190 dólares... Establece también que “el país mejora en el ranking cuando se trata de uso medio (que es la canasta con 780 minutos de voz; 600 mensajes cortos y ocho mensajes multimedia), ya que se ubica en la posición 14 del total de treinta...”*<sup>120</sup> Por último, una tercera fuente, ahora del lado de los proveedores, confirma el predominio económico del operador en la confección de lo que debe pagarse, aunque el dato debe tomarse con reserva por la identidad del informante. *“Del total del costo que debe asumir un usuario de telefonía celular, afirma Nokia, el servicio representa la mayor parte, 78%, mientras que los impuestos son el 14 y el dispositivo un 8%...”*<sup>121</sup>

La incidencia económica es entonces el vector decisivo en el uso del servicio. Otra indagatoria especializada, ahora a cargo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo del Canadá y del Instituto de Estudios Peruanos, difundida en noviembre del 2007, indica que la preocupación por el costo determina dos distintivos en el consumo de la telefonía celular, el primero claramente enraizado en una situación objetiva y el segundo con una alta dosis de subjetividad. De una muestra de 7 mil entrevistas a pobladores de hogares de bajos recursos de siete países de la región latinoamericana, se constató que en el caso de México prevalecen dos características en el aprovechamiento del celular en ese universo de usuarios: la *supremacía del plan de prepago como medio de contratación*, lo que permite en efecto controlar el gasto que se le dedica, y la idea generalizada de que *esa modalidad de uso es más barata que la de pospago*, que por lo mismo se percibe fuera del alcance de las posibilidades económicas del segmento poblaciones censado<sup>122</sup>. Asimismo, en refuerzo de esa interpretación generalizada, el 56% de los entrevistados mexicanos considera que no puede acceder a un teléfono propio justo por la erogación que representa.

<sup>119</sup> El Banco Mundial calcula el *precio de la canasta para celular* con base en el costo de 25 llamadas al mes entre redes móviles y de móvil a fijo, en tiempos tanto de alto y bajo tráfico como en fines de semana. Además, comprende el costo de 30 mensajes de texto al mes. Cfr. Mónica Ramírez. “Sube 22% en dos años el costo del celular”. En: *Reforma*, 15 de junio de 2007.

<sup>120</sup> Verónica Gascón. “Concentra país telefonía móvil”. En: *Reforma*, 13 de julio de 2007.

<sup>121</sup> Gerardo Madrid. *Conectividad que se puede comprar. Una proposición de valor sostenible para el consumidor de bajos ingresos*. En: Seminario “Conectando a los próximos mil millones: Desarrollo social y económico a través de las telecomunicaciones”. Ciudad de México, 24 de junio de 2008.

<sup>122</sup> Los datos provienen de Judith Mariscal et Hernán Galperin. *Oportunidades móviles: pobreza y telefonía móvil en América Latina y el Caribe*. Canadá. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo e Instituto de Estudios Peruanos. Noviembre de 2007.

El predominio del prepago y la lógica de capitalización de los operadores, establecen un desmentido total al hecho objetivo y a la subjetividad colectiva que se describen. Un segundo análisis llevado a cabo por las mismas instituciones<sup>123</sup> que se estructuró en el relevamiento de las tarifas de telefonía fija, móvil y pública, efectuado en seis países de la región latinoamericana hacia el 2006, concluyó que en esos mercados los pobres enfrentan un mayor costo para acceder al servicio de telefonía. La razón principal de ello es el *“importante diferencial de precios encontrado entre la modalidad de servicio prepago, elegida por la gran mayoría de los usuarios de bajos recursos, y la de postpago... (Ejemplo de ello es [...] el costo de una canasta de bajo volumen de servicios móviles (que incluye sólo 25 llamadas salientes de corta duración y 30 SMS por mes), que representa un porcentaje muy significativo (por encima del 5%) de los ingresos que perciben los pobres en los países incluidos en el estudio”*. Sin embargo, es evidente que la telefonía móvil es la alternativa de comunicación que seleccionan los estratos sociales de menor poder adquisitivo. Esa preferencia *“se explica no sólo por factores de conveniencia (por ejemplo, movilidad) y adecuación al patrón de consumo de estos sectores (control de gasto bajo sistema pre-pago) sino también por la estructura de tarifas para cada una de estas alternativas...”*

La conjunción de ambos factores –el mayor costo tanto de la facturación en prepago como de las modalidades de servicio que se ofrecen ya de manera cotidiana- conlleva que los recursos económicos que la población pobre puede dedicar a la compra de una canasta mínima de servicio móvil son limitados y nunca suficientes. Ello explica el desahogo de estrategias de control del gasto que se observa en la telefonía móvil, las cuales incluyen el uso compartido de las terminales; la utilización de la telefonía pública en reemplazo para efectuar las llamadas salientes, y la reventa de crédito en cantidades menores a las ofrecidas por los operadores. *“El resultado esperado del nivel actual de tarifas –concluye el Resumen Ejecutivo de la indagatoria- es un fuerte efecto inhibitor sobre el nivel de penetración y uso de los servicios, lo que genera interrogantes acerca del crecimiento futuro del mercado en la región”*. El dictamen se equipara con el que ofrece el primer informe: *“nuestros resultados confirman que los actuales niveles tarifarios representan un importante elemento disuasivo para el uso: la mayoría de los usuarios aumentaría significativamente su consumo de servicio de telefonía móvil si se redujeran los costos”*<sup>124</sup>. En el caso de México, el 83% de los entrevistados en efecto sostiene esa afirmación.

El uso limitado del celular y su racionamiento en el prepago resulta una limitante para las economías de alcance del servicio. El promedio que Judith Mariscal y Hernán Galperin determinan para la muestra de México es contrastante: los entrevistados efectúan siete llamadas por semana, *lo que se traduce en una sola por día*. Este aprovechamiento acotado, producto de un control férreo del gasto, lleva implícitas dos pautas más: el *aprovechamiento de la terminal*

<sup>123</sup> Roxana Barrantes; Aileen Agüero; Andrea Molinari et Hernan Galperin. *Asequibilidad de los servicios de telefonía móvil en América Latina*. Canadá, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo e Instituto de Estudios Peruanos. Enero de 2007. Todas las citas se toman del documento.

<sup>124</sup> Op. Cit. Nota 120: 9pp.

*únicamente como dispositivo receptor*, o bien su utilización como *canal de mensajes cifrados*, lo que implica el acuerdo colectivo sobre la significación de esa comunicación. Así, un timbrado puede representar un aviso o una señal de auxilio: la interpretación es anterior a su desarrollo y conlleva el manejo de un lenguaje común, propio. Si bien el uso de la aplicación SMS ha sido sostenido –un 53% de la muestra mexicana la aprovecha en forma rutinaria– no existe otra aplicación que despunte en el consumo del móvil. ***“A pesar de la mayor adopción, dicen los especialistas, los usuarios no están sacando el máximo provecho de los servicios ofrecidos por la plataforma móvil. Los mensajes de texto (SMS) constituyen el único servicio, más allá del de voz, que está aumentando rápidamente en la región”***. Tal profundización se fundamenta en la curva del conocimiento tecnológico, que adapta cada nueva funcionalidad a los patrones de uso y de costo del servicio. Ello explica el porcentaje que arroja la evaluación respectiva: en promedio, los usuarios mexicanos encuestados aprovechan hasta 26 mensajes por semana, esto es, casi cuatro veces más que el promedio de llamadas salientes. Jugando así con las tarifas y con las propuestas comerciales de cada operador, puede lograrse una utilización superior.

La escasez de aplicaciones de valor agregado en el esquema de consumo arroja sin embargo resultados económicos promisorios, o cuando menos alentadores para la oferta. México encabeza el promedio de ingresos de la región latinoamericana con 16 dólares de gasto mensual, cifra que desde luego puede aumentarse si se incrementa el mosaico de opciones y se motiva su consumo en todo el universo de usuarios. Tal desafío es el telón de fondo que cobija la competencia entre operadores móviles, y que enfrenta principalmente al líder indiscutible, Telcel, brazo local de **América Móvil**, y quien busca romper ese predominio histórico, la española **Telefónica** y su marca registrada **Movistar (Cuadro 92)**. Según la explicación de **Piedras y Bonina**, la elevación del nivel de competencia entre los operadores presentes en el mercado y los incrementos en el parque instalado contribuyen a definir una tercera etapa de desarrollo de la telefonía móvil mexicana, misma que además se tipifica por la inactividad del órgano regulador en el segmento. Esta última premisa es tanto más evidente porque ***“la existencia de líderes duopólicos (Telefónica de España y América Móvil) nos plantea serias interrogantes sobre la competitividad de dicho mercado. Estas empresas cuentan con participaciones de entre 35 y 40% de manera alternada en distintos países, y dominan de forma conjunta hasta el 89% del mercado latinoamericano. México no es la excepción. A pesar de que se han implementado una serie de medidas para fomentar la competencia... [...]... el mercado mexicano no ha alcanzado un ambiente plenamente competitivo”***<sup>125</sup>.

El razonamiento acentúa la bipolaridad existente en la estructura de mercado de la telefonía móvil. Los indicadores que se presentan en el **Cuadro 92** enfatizan la preeminencia del monopolio y el único dato que palidece frente a su supremacía es el relativo a la generación del ARPU, en el cual **Telcel** se mantiene por debajo de la media nacional.

<sup>125</sup> Ernesto Piedras et Carla Bonina. *Contribuciones sociales y económicas de la telefonía móvil en México*. Centro de Investigación y Desarrollo Económico-Telecom, México, Febrero de 2006:18pp. Disponible en: [www.the-ciu.net/publicaciones/CIDE-Movistar\\_final.pdf](http://www.the-ciu.net/publicaciones/CIDE-Movistar_final.pdf) Fecha: 17 de julio de 2006.

## Cuadro 92

## Número total de usuarios móviles y por modalidad de pago\*

(Cifras en millones de unidades y porcentajes)

	Total	(%)	Prepago	(%)	Postpago	(%)	Ingresos <sup>1</sup>	(%)	ARPU <sup>3</sup>
Nacional	70.5	100.0	65.2	100.0	5.3	100.0	16,073	100.0	201
Telcel	50.0	70.9	46.3	71.0	3.6	67.9	11,416	71.0	185
Pegaso / Telefónica	12.5	17.7	11.8	18.1	.7	13.2	1,923	11.9	141
Unefón	3.3	4.6	3.3	5.0	0	0	1,015 <sup>2</sup>	6.31 <sup>2</sup>	248
Iusacell	2.3	3.2	1.5	2.3	.8	15.0			

(\*) A diciembre de 2007.

(1) Hasta el tercer trimestre de 2007. Incluye a **Nextel** con mil 719 millones de Dólares de EEUU a precios corrientes, lo que representa el 10.6% del total, y un ARPU de 814 pesos mexicanos.(2) Integra a las dos compañías por su pertenencia corporativa al **Grupo Salinas**.(3) *Average Revenue Per User* o Ingreso Promedio por Usuario. Cifras en Moneda Nacional a precios corrientes.Fuente: Elaborado con base en: The Competitive Intelligence Unit. *Mercado de telecomunicaciones al 2007*. Disponible en: <http://www.the-ciu.net/publicaciones/MercadoTelecom%204Q07.pdf> Fecha: 11 de abril de 2008; y, *Mercado móvil en lo que va del año*. En: <http://www.the-ciu.net/1Q08.html> Fecha: 10 de junio de 2008.

**Teléfono** es aún más lejana al promedio, y la desventaja de ambas sitúa ya el terreno de competencia. Ambas firmas no sólo buscan ganar suscriptores y arrebatárselos al contrario al suscriptor, sino también el consumo real y potencial del suscriptor cautivo, para lo cual han apostado a la innovación tecnológica y a la comercialización de paquetes y aplicaciones que integran un mayor valor. Ejemplo de ello es la inauguración de la red en tecnología GSM de Telcel del 2002, que ya se encuentra adaptada para la provisión de los servicios de tercera generación, y plataforma que en doce meses permite que el consorcio explote servicios de valor agregado de distinta vocación e identidad, que se conjuntan en el concepto *Ideas Telcel*. Habilita también los planes de fidelidad del suscriptor, que incluye las recompensas del llamado *Círculo Azul*. A esta oferta ha correspondido el *Club Rojo* de **Iusacell** y **Ciudad Nextel** de ese proveedor, aunque éste último se enfoca más al mercado empresarial.

Hasta el 2006, tanto Telcel como **Movistar** habían habilitado sus plataformas tecnológicas para el suministro de contenidos audiovisuales. Algunas de las alianzas que cada cual desarrolló para conformar su oferta de entonces se exhiben en el *Cuadro 93*, y desde luego a estas opciones se han sumado otras que complementan el suministro. Dos de las últimas que ha desarrollado el corporativo son<sup>126</sup>:

- \* **Tienda de música virtual Ideas Music Store**, que dispone de un catálogo cercano a las 200 mil canciones clasificadas por género, popularidad; novedad o artista. Estas divisiones facilitan la consulta y descarga, cuyo cobro es por separado; el servicio es continuo desde luego.
  
- \* **Lotería Me Late**. La aplicación conjunta al organismo público **Pronósticos para la Asistencia Pública** y a la empresa desarrolladora del contenido **Digital Orchid**. El servicio se habilita mediante el sitio Ideas o bien a través de la plataforma SMS o el navegador del celular y el acceso al portal correspondiente. En cualquiera de las tres opciones, el jugador puede intervenir de manera esporádica o bien permanente, lo que implica el pago de una cuota mensual. Los premios se pagan mediante abonos al tiempo telefónico del usuario o con la entrega de nuevos boletos para continuar jugando.

La estrategia que devela estos movimientos es general para todo el segmento: se trata de generar el mayor número de aplicaciones posibles para lograr economía de densidad, aprovechar las dimensiones masivas del parque instalado e incrementar el consumo de cada terminal. Tal necesidad encuentra afirmación en el desarrollo tecnológico que han logrado los teléfonos móviles. Su funcionalidad es amplia y diversificada, y lo mismo se cuenta el aparato habilitado para soportar programas bajo el estándar Java o J2ME que operan cámara fotográfica, quizá video y pueden descargar juegos y tonos como máximas de su operación, que los denominados smartphones, cuyo

---

<sup>126</sup> Respectivamente, Dalia de Paz Salazar. "Telcel presenta tienda de música virtual". En: *El Universal*, 23 de junio de 2008; y, Olivia Aguayo. "Juega al Melate... desde tu celular!". En: *Reforma*, 23 de junio de 2008.

## Cuadro 93

## Ofertas y alianzas de los operadores celulares para el acceso a contenidos

	Servicio y plataforma de conexión	Alianzas para contenidos
Telcel	Los suscriptores pueden descargar música; juegos; logos; noticias; ringtones y otros contenidos desde el portal <i>Ideas</i> . La plataforma puede enlazarse a computadoras laptop o personales y asimismo mediante la terminal y el portal de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Museo Suomaya, para ofrecer imágenes sobre su acervo de pintura y escultura</li> <li>* Warner Music México. Para ringtones exclusivos de su catálogo de artistas</li> <li>* Canal Fox y Motorola. Para contenidos basados en la serie <i>Conspiracy</i>.</li> <li>* Televisa. Para suministrar su contenidos audiovisual y dedicado vía la plataforma SMS.</li> </ul>
Movistar	Su oferta es muy similar a la de Telcel en cuanto a contenidos. Ofrece páginas dedicadas a música y deportes y en este tema envía a quienes lo soliciten información sobre el desarrollo de eventos deportivos mediante SMS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* TV Azteca, contenidos de sus canales televisivos y en concreto sobre el concurso La Academia.</li> <li>* Discovery Channel, en sus producciones dedicadas a salud.</li> <li>* Televisa Networks, sus canales musicales como Telehit.</li> <li>* Lucasfilm. Contenidos sobre la serie Star Wars.</li> </ul>

Fuente: Elaborado con información de Pyramid Research. *Communications Markets in Mexico. Premium Country Report*. Londres, Pyramid Research Inc., 2006:64pp.

sistema operativo puede ser *Symbian*, *Windows Mobile* o *Palm OS*, y tienen capacidad de soportar aplicaciones más complejas, como correo electrónico, mensajería instantánea, y agendas. Un reporte de la firma productora **Qualcom**<sup>127</sup> establece este último desarrollo en las descripciones de frontera, sobre todo en cuando al enlace con Internet. *“Tras haber ganado la carrera contra la telefonía fija; cámaras inteligentes, e incrementar su presencia en la reproducción de música, la nueva generación de teléfonos móviles inteligentes comienza a competir con las computadoras PC, como primer medio de acceso a Internet. En algunos segmentos del mercado las personas ya están eligiendo entre comprar una PC o un smartphone, debido a la capacidad de procesamiento que están alcanzando, la velocidad de transmisión de las redes, mayor respaldo de información, interfaces fáciles de usar y convergencia de muchas aplicaciones...”* Esta lógica subyace en la

<sup>127</sup> Lilia Chacón. “Desplaza a PC telefonía celular”. En: *Reforma*, 26 de junio de 2008.

propuesta *iPhone* de **Apple**, y las amplias expectativas comerciales que ha desatado su lanzamiento a escala planetaria. En el caso de México, las proyecciones de su uso recorren el juego aritmético: conforme la **Asociación Mexicana de Internet**, de los 70.6 millones de aparatos en activo, sólo 20.5 disponen de la funcionalidad necesaria para acceder a la red, y de éstos, únicamente 4.9 millones en efecto se conectan. Este universo es el mercado natural para el nuevo dispositivo, en tanto que quienes disponen del aparato más sofisticado conforman la opción potencial.

Más la propuesta de élite se complementa con otras que regodean la búsqueda de la externalidad positiva, e igual establecen cálculos sobre proyecciones posibles. *"Mientras que apenas uno de cada cuatro mexicanos tiene una cuenta bancaria, tres de cada cuatro tiene celular. De ahí el enorme potencial de convertir a los móviles en una herramienta para realizar operaciones bancarias... [...] los servicios bancarios móviles pueden llegar a ser hasta 70% más económicos frente a las operaciones tradicionales en ventanilla o en cajero automático..."*<sup>128</sup> La propuesta cierra el círculo con la funcionalidad económica de las TIC que se ha sugerido. Ya no se trata sólo de adquirir bienes de información, mercancías intangibles. Se implica ahora a la rotación cero de los capitales y al intercambio instantáneo que fusiona producción y consumo. Y todo ello para 70 millones de móviles en todo el país.

La militancia del monopolio en estas aplicaciones como protagonista estelar de la comunicación dura en el ámbito móvil, se empalma con sus afanes por capitalizar mediante la transmisión de televisión su infraestructura fija. El propósito es el mismo, y como puede vislumbrarse, no sería lejana la yuxtaposición de ambas infraestructuras para uniformar su desempeño. Por lo pronto, en ambas redes no tiene enemigo al frente. El opositor llega de otros ambientes, de otras coordenadas, y posee justo lo que el corporativo desea.

---

<sup>128</sup> Diego Ayala. "Telefonía celular abarata servicios". En: [http://www.exonline.com.mx/diario/noticia/dinero/economia/telefonía\\_celular\\_abarata\\_servicios/287855](http://www.exonline.com.mx/diario/noticia/dinero/economia/telefonía_celular_abarata_servicios/287855)  
Fecha: 17 de Julio de 2008.



## Capítulo VII

**TELEVISA: CONSOLIDACIÓN DE MARCA, DE ESTILOS Y DE PROPOSICIONES**

--- Esta linda casa con su garaje, con paredes de granito y lámparas de luz indirecta y varios cuartos para que ustedes algún día puedan habitarlos y un jardincito que yo misma regaré todas las mañanas,

**Entiendan, ésta es la casa que me ha estado atormentando hace años y he estado soñándola esperándola**

--- Amoblándola mientras la espero, entiendan no voy a esperar ganarla para luego enloquecerme con que faltan las cosas para llenarla

**Cinco años guardando estas cosas en el sótano primero cositas sin importancia chécheres de segunda mano y después todo lo que ha visto que no es nada**

Entiendan este sueño de dos plantas tranquilo limpio moderno como corresponde

**Hartos sacrificios me ha estado costando pero cuando llegue el día podré ir al sótano yo sé que ustedes me acompañarán  
podré bajar al sótano y empezar a sacar las cajas de los rincones las cosas de las cajas lo que hace falta para darle vida a esta casa a este sueño...**

**Oscar Collazos<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> "Fortuna en el sótano". En: *Biografía del desarraigo*. México, Siglo XXI Editores; 1974:38pp.

La primera referencia apareció en *etcétera*, en no más de veinte palabras. Para el 31 de enero de 2007, la sección *Los días y los medios* en efecto fincaba el movimiento... **“Televisa anuncia su incursión en la televisión de paga canadiense, a través del operador Rogers”**<sup>2</sup>. La identificación del socio foráneo permitió lograr un segundo hallazgo, que consigna el enlace y relación entre las firmas mediante el tránsito por las rutas acostumbradas: el convenio de negocios y la venia de la autoridad respectiva, que igual se repite en otros casos. El distintivo en esta ocasión provenía del regulador: en un arranque por muchos motivos aleccionador: el 8 de septiembre de 2006, la **Comisión Canadiense de Radiodifusión y Telecomunicaciones** establece una consulta pública (Broadcasting Public Notice CRTC 2006-115) para recibir observaciones o comentarios sobre la petición sometida desde el 23 de junio por el operador nacional **Rogers Cable Communications Inc.**, quien busca adicionar a sus sistemas de distribución digital **“tres servicios no canadienses en idioma español”**<sup>3</sup>. La empresa deseaba incluir los canales *De Película; Ritmoson Latino y TL Novelas*, descritas como señales de nicho en idioma español –**“sin subtítulos ni audio secundario en idioma inglés o francés”**– que en cada caso difunde cintas nacionales de diferentes géneros y épocas, y que desde luego adjunta a los clásicos de la *edad de oro del cine mexicano*; música de la región latinoamericana –como *boleros; merengue; salsa*; y un ciclo de diseño propio que según su dicho recorre de la *cumbia al pop* y al *reggaeton*–; y el **“famoso mundo de las telenovelas, para que el receptor experimente el drama; el romance; los escándalos y la intriga durante las 24 horas del día”**. Conforme los precedentes jurídicos y la práctica regulatoria, la autorización para difundir los tres servicios demandaba que empresas o individuos manifestaran sus opiniones o comentarios al respecto, los que en conjunto habrían de contribuir a que la autoridad normara su dictamen.

El requerimiento de **Rogers** procede<sup>4</sup> y al informar que su programación ha sido incluida ya en el *paquete latino* de los sistemas de cable de su socio, **Televisa Networks** establecía que tal inserto es apenas el comienzo de su desarrollo en el Canadá. **“Rogers es el cableoperador más importante y estar con ellos es un punto indispensable para nuestro crecimiento en ese país”**, considera su vocero. Aunque únicamente poco más del 3% de la población canadiense es de origen latino –replica enseguida, **“hay interés por nuestros productos, especialmente los musicales, que no requieren tanto de lenguaje”**<sup>5</sup>. En tal premisa era comprensible que el funcionario informara el paso siguiente de su empleadora: promover el canal de música *Telehit*, cuyo lema publicitario es tan afortunado que seguro podía considerar a los canadienses en su fórmula incluyente: **“Telehit... despierta tus sentidos”**, reza el eslogan, cuya interpretación oscila entre el imperativo y la secuela.

<sup>2</sup> Cfr. [www.etcetera.com.mx/pag19ne77.asp](http://www.etcetera.com.mx/pag19ne77.asp) Fecha: 9 de marzo de 2007.

<sup>3</sup> Toda la información citada se obtuvo de: [www.crtc.gc.ca/archive/ENG/Notice/2006/pb2006-115.htm](http://www.crtc.gc.ca/archive/ENG/Notice/2006/pb2006-115.htm) Fecha; 9 de marzo de 2007.

<sup>4</sup> Cfr. Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Broadcasting Public Notice CRTC 2006-147*. Ottawa, 21 de noviembre de 2006.

<sup>5</sup> **“Televisa Networks busca posicionarse en Canadá”**. En: [www.tvlatina.info/newcurrent.php?fname=televisa01307.htm](http://www.tvlatina.info/newcurrent.php?fname=televisa01307.htm) Fecha: 9 de marzo de 2007.

El optimismo del entrevistado y su vaticinio sobre la mayor expansión del consorcio parecían cerrar el expediente. Y también clasificarlo. La alerta de *etcétera* y su precisión posterior podían catalogarse como un elemento más de un proceso ya conocido; público, cotidiano incluso, que se sopesa periódicamente con base en los reportes que **Televisa** somete a las autoridades bursátiles. El enlace canadiense podía insertarse así en los constantes afanes del grupo por lograr el arraigo planetario de sus negocios y operaciones, y bajo tal cobertura, se sumaba a otros muchos testimoniales que justo evidenciaban ese propósito. Los últimos enroques del consorcio efectivamente fueron diligencias transfronterizas, sobre todo las que se conocen desde el 2005. Su canal *TL novelas*, por ejemplo, está disponible desde enero de ese año en Suiza, a través de **Naxco Cable Systems** que entrelaza la sede matriz localizada en Ginebra con 18 ciudades de la región<sup>6</sup>. Al igual que la emisión de telenovelas, *Telehit* se suma como señal de avanzada en las exportaciones y en la misma época ya se transmite por la plataforma dedicada a Latinoamérica de **Directv**, junto con el estelar canal de las Estrellas<sup>7</sup>. Por su parte, las barras difundidas en Canadá igual se reciben en Australia desde mediados del mismo 2005, lo que torna operativo el convenio firmado con la **United Broadcasting International (UBI)**, que se ocupa del sistema por satélite de televisión multicultural **UBI World TV**, de cobertura en todo el continente<sup>8</sup>. Estos movimientos que fortalecen su postura en el mercado de señales para servicios restringidos, se adicionan a las labores del consorcio en la venta de programas para sistemas abiertos tradicionales, segmento de explotación de larga data y tema donde para el nuevo siglo presume los ratings logrados a lo largo del 2002 por sus telenovelas en tres cadenas de Rumania<sup>9</sup>, y el trato con la televisora de Alemania **RTL II**, mediante el cual difunde sus producciones desde marzo del 2003 en las plataformas que opera el grupo<sup>10</sup>. Tal sinergia hermana al consorcio con el poderoso emporio de medios **Bertelsmann**, que en 2001 prácticamente se adueña del corporativo alemán al adquirir el 89% de su capital<sup>11</sup>. Estos saldos positivos renuevan desde luego los afanes y la compañía se propone llegar a China; Indonesia, Israel y Polonia<sup>12</sup>. Afirmo que desde mediados del 2005 se tienen conversaciones con los proveedores nacionales de esos países, que habrán de permitirle colocar sus producciones en el corto plazo. Y como para enriquecer y engrosar esos tratos, la empresa renueva su carta programática y la ofrece ahora en el formato que habrá de ser dominante en el corto plazo: en octubre del 2006 asiste a la feria internacional del sector audiovisual **Mipcom** en Cannes con tres realizaciones ya actualizadas de su género favorito, las telenovelas, y *Amar sin límites; La fea más bella* y *Rubí* se presentan al comprador posible en la plataforma de alta definición. Tres meses después, en enero del 2007, repite la propuesta

<sup>6</sup> "Televisa Swiss deal". En: [www.advanced-television.com/2005/news\\_archive\\_2005/Jan5\\_7.htm](http://www.advanced-television.com/2005/news_archive_2005/Jan5_7.htm) Fecha: 12 de marzo de 2007.

<sup>7</sup> "Dos señales de **Televisa Networks** disponibles por **Directv** Latinoamérica". En: [www.UniversoTV.com/noticiasynovedades](http://www.UniversoTV.com/noticiasynovedades) Fecha: 13 de marzo de 2005.

<sup>8</sup> "**Televisa Networks** lanza cuatro de sus señales en Australia". En: [www.UniversoTV.com/noticiasynovedades](http://www.UniversoTV.com/noticiasynovedades) Fecha: 19 de mayo de 2005.

<sup>9</sup> "Buena respuesta de teleaudiencia rumana a **Televisa**". En: [www.televisa.com/internacional/novedades/tls-1987.htm](http://www.televisa.com/internacional/novedades/tls-1987.htm) Fecha: 17 de febrero de 2003.

<sup>10</sup> "Resultados de **Televisa Networks** en Natpe 2003". En: [www.televisa.com/internacional](http://www.televisa.com/internacional). Fecha: 4 de febrero de 2003.

<sup>11</sup> **RTL Group**. *Anual Report 2001*. RTL Group, Luxemburgo, 2002.

<sup>12</sup> Notimex. "Televisa planea llevar su programación a países como China". En: *La Crónica*, 17 de mayo de 2005.

para el evento anual de la **Napte** (National Association of Television Program Executives) celebrado en Las Vegas, y agrega a su cartera el concurso televisado *Cantando por un sueño* y la serie en dibujos animados de 26 episodios *El Chavo*, ideada sobre el programa clásico de gran longevidad, *El chavo del ocho*. Esta oferta renovada parece ser el elemento faltante para cristalizar los tratos, y el último día de mayo de 2007 se anuncia en la ciudad de México que el grupo inicia su intercambio con China y en **Cablevisión** habrá de transmitirse la señal **CCTV** de la **Televisión Central**<sup>13</sup>. El movimiento es promisorio de un mayor acercamiento entre las partes, sobre todo porque la proyección mundial del país asiático está en curso con motivo de la celebración de las Olimpiadas en Beijing, para el 2008. Justo ese evento se menciona y justifica como la piedra angular de la cooperación, y poco después de que el presidente del consorcio anuncia que su empresa desarrollará producciones en chino, inglés y ruso, se conoce que la telenovela insignia de los últimos tiempos, *La fea más bella*, tendrá una versión asiática, en chino, bajo el título *La fea sin rival*. La producción de la serie es globalizada y conjunta a la televisora **Human Satellite** de China; a la productora independiente **Nesound**; la estación **RCN** de Colombia, y desde luego al consorcio mexicano, que aporta buena parte de los 20 millones de dólares que se estima como monto máximo de financiamiento. Los asociados están tan seguros del éxito que alcanzarán que han decidido alterar la tradición del género en el mercado chino. *“Normalmente, afirma uno de los implicados en el proyecto por parte de Televisa, las telenovelas duran entre los 30 y 60 capítulos en China, pero ahora se buscará producir los 400 capítulos que se hicieron en México, pero adaptados a la realidad social y gusto de los chinos”*<sup>14</sup>. Si bien por su perfil cuantitativo la coproducción con Asia tendrá ocupado al consorcio por algunos meses, el proyecto no copa sus acciones y cuatro días después de ese anuncio se conoce otro movimiento, ahora en el escenario europeo. *“La cadena mexicana –informaba AP en su sección de Negocios- acaba de firmar un contrato con la productora francesa JLA Groupe, para la realización de coproducciones de libretos originales mexicanos que se adaptarían al mercado francés... Además, el acuerdo provee para el doblaje de algunos programas que han salido al aire recientemente... Entre las adaptaciones que ya están en la mira figuran las novelas 'Las tontas no van al cielo', una de las de mayor audiencia hoy en día, así como 'Alcanzar una estrella', que se transmitió con mucho éxito por primera vez en 1990”*. Tanto la información que describe sus andanzas en Asia como la propia para el país galo, cataloga en hechos consumados el decir del dueño mayoritario del grupo, quien según los despachos que difundieron estas novedades hizo público su propósito y finalidad. *“Televisa busca expandirse en el extranjero, evidenció, toda vez que en México ya agotó su crecimiento”*<sup>15</sup>.

<sup>13</sup> Xinhua. “Inicia empresa mexicana Televisa transmisiones de canal chino CCTV”. En: *Patrimonio Cultural y Natural de China*. Xinhua Press, 1º de junio de 2007.

<sup>14</sup> Respectivamente: “Televisa participa en Natpe 2007 con los estrenos internacionales de cuatro telenovelas y tres formatos”. En: [www.cineytele.com/supernoticia.php?noticia](http://www.cineytele.com/supernoticia.php?noticia). Fecha: 14 de marzo de 2007. Reuters. “Televisa quiere vender más en China”. En: [www.cnnexpansion.com/negocios/2007/3/29/televisa-quiere-vender-más-en-China/view](http://www.cnnexpansion.com/negocios/2007/3/29/televisa-quiere-vender-más-en-China/view) Fecha: 16 de abril de 2007; y, CNNExpansión. “Televisa inicia producción en China”. En: [www.cnnexpansion.com/negocios/2008/3/3/televisa-inicia-producción/view](http://www.cnnexpansion.com/negocios/2008/3/3/televisa-inicia-producción/view) Fecha: 4 de abril de 2008.

<sup>15</sup> AP. “Televisa invadirá el mercado francés”. En: [www.cnnexpansion.com/negocios/2008/3/3/televisa-invade-mercado-francés/view](http://www.cnnexpansion.com/negocios/2008/3/3/televisa-invade-mercado-francés/view) Fecha: 8 de abril de 2008.

En apariencia cifrada pues en su campaña de expansión para la longevidad, la alianza con **Rogers**, el operador canadiense, únicamente parecía adjuntarse a la larga lista de aparadores foráneos que exhiben la producción del consorcio y concretan sus actividades de exportación. Sin embargo, al aterrizar un dato suelto que aparece al azar durante la indagatoria, brota otra arista de análisis y la marca **Rogers** y la propia de su aliado mexicano emergen en otra red de empalmes y conjunciones, aquellos que remiten al mundo de las finanzas y el juego de las inversiones, las significaciones cerradas y la calificación del riesgo. Las dos empresas, a la par que otros corporativos de amplio reconocimiento mundial como **Liberty Media Corporation**; **Vivendi**; **News Corporation**; **Nokia** y el mismo **Yahoo**, son receptoras de los fondos de inversión de una cofradía empresarial que reúne a inversionistas comprometidos con el rendimiento a largo plazo, cuyo campo de acción son los medios electrónicos de comunicación; las telecomunicaciones; y las industrias editorial y de entretenimiento. Así, el colectivo **Franklin Templeton Investments** –de raíces tan añejas que se rastrean desde mediados de los cuarenta– dedica sus activos a *“compañías que están posesionadas para obtener ganancias y flujo de caja de manera constante y por plazos duraderos”*, accionar que facilita el retorno continuo de los recursos que se han dedicado<sup>16</sup>. Por su parte, el grupo **Gabelli Global Multimedia Trust**, *“busca las oportunidades de crecimiento a futuro que se presentan en compañías que explotan los avances tecnológicos emergentes, sobre todo en los servicios interactivos y sus productos asociados”*. Bajo esta filosofía e ideario operativo resalta que ambas instancias dediquen inversión al consorcio y en su portafolio de destinatarios presuman ese protagonismo como uno de los más atractivos: si bien a media tabla en el primer fondo con el 3.4% del total invertido hasta el cuarto trimestre del 2006, y como el líder para el segundo caso, al absorber el 4.30% en el mismo indicador. Su contraparte **Rogers** desde luego lo acompaña en la experiencia y comparte honores al centralizar el 5.4% en el **Franklin** y el 4.20% en **Gabelli**, porcentaje que le permite allegarse el segundo puesto y fungir como un custodio estable y seguro.

El hallazgo sobre entidades de fondeo y recomendaciones optimistas sobre el devenir de los negocios considerados, no tendría excepcionalidad alguna si no mediara otra valoración positiva, centrada ahora en el porvenir inmediato del consorcio: la reseña que el *Comentario al Accionista* de **The Gabelli Trust** fechado en diciembre de 2006 dedica tanto a la empresa como a **América Móvil**, sujeto asimismo de los afanes de inversión del conjunto. En el rubro de *Ganadores* y en el casillero correspondiente a *México*, el documento relata... *“Ha sido el país favorito para nuestras inversiones. Posee firmas de clase mundial en los medios masivos y en telecomunicaciones, lideradas por empresarios con una disposición para aceptar la nueva tecnología mucho mayor que la de nuestros líderes corporativos. Nuestra permanente participación en Grupo Televisa, líder en televisión y en TV por cable; en América Móvil, operador de vanguardia en telefonía móvil, y en Teléfonos de México, el proveedor principal de telefonía fija, nos ha servido de mucho y será decisiva con la convergencia*

---

<sup>16</sup> Toda la información citada se obtuvo de:

[http://www.franklin-templeton.com/retail/jsp\\_app/home/ft\\_home.jsp](http://www.franklin-templeton.com/retail/jsp_app/home/ft_home.jsp); y, <http://www.gabelli.com/> Fecha: 10 de marzo de 2007.

*tecnológica que se aproxima, y que implicará la intervención de las mismas firmas por su posición de liderazgo*<sup>17</sup>

Los indicios sobre la imbricación financiera internacional del corporativo y las perspectivas de provecho que el inversionista foráneo ha detectado para su propia bolsa, descubren la nueva identidad que la empresa busca asumir a toda costa desde el debut del siglo, y que ha inspirado ya su accionar a lo largo del trienio 2005-08 sin despertar recelo alguno. Durante años, la compañía se ha mantenido en el equilibrio económico y por más de medio siglo ha operado sin rival ni amenazas serias en el medio televisivo. Su monopolio sobre el servicio le ha asegurado una plataforma de expansión que ha explotado en el ámbito continental y más allá, y en el entorno local ha construido una sólida infraestructura que igual puede configurarse para operar en red nacional o bien privilegiar los enfoques locales, que le conceden presencia en los puntos principales de toda la nación. Estas fortalezas que al mantenerse por más de medio siglo casi emergen hoy como dotes naturales del grupo, innatas a su desempeño empresarial, han dado origen a otros acomodos y enjuagues para renovar el negocio en el corto plazo y sobrevivir a la mutación del servicio televisivo, proceso en curso de naturaleza irreversible. Y una vez que **Gabelli** destaca esas premisas es menester contextualizar al consorcio no únicamente como la fuerza dominante en el mercado nacional de televisión abierta, sino como instancia empresarial que a partir de la solvencia y vigor de esa actividad original tiende a diversificarse y a transformar sus contenidos en insumo estelar para generar más valor, ya en áreas económicas relacionadas. De hecho, desde el informe para accionistas del año 2000, **Televisa** proclama a los cuatro vientos ese recambio y de paso le inyecta una proyección universal acorde con los tiempos que corren. *“El objetivo del Grupo es convertirse, en colaboración con sus socios, en proveedor líder de programación y multimedia en el mercado hispano de Estados Unidos y de América Latina*<sup>18</sup>, se lee en efecto en las primeras páginas de la publicación, como para abrir boca en el nuevo siglo.

Cinco años más tarde, la *amalgama entre la producción de contenidos y la manufactura multimedia* se vuelve alarde, y con motivo de la presentación del reporte anual 2005 encuentra expresión con el fervor del cumplimiento de anhelos y de encomiendas, que asume el propio Presidente del Consejo de Administración y Director General del grupo<sup>19</sup>... *“En Televisa estamos integrando todos nuestros segmentos de negocio para generar más valor para los accionistas, explica. A través de nuestros diferentes activos transformamos el contenido de televisión en una opción multimedia para la audiencia, incrementando los ratings y aumentando los ingresos de todos nuestros segmentos de negocio. La capacidad de aprovechar las sinergias que existen entre*

---

<sup>17</sup> The Gabelli Global Multimedia Trust. *Shareholder Commentary*. Nueva York, diciembre de 2006; 7pp.

<sup>18</sup> Grupo Televisa. *Informe anual 2000*. México, Televisa; abril de 2001; 7pp.

<sup>19</sup> Grupo Televisa. *Informe anual 2005*. México, Televisa; abril de 2006; 3pp.

*nuestros negocios, ha sido factor clave que ha permitido mantener el crecimiento de las ventas y la expansión de los márgenes durante los últimos años”*

Las ambiciones declaradas del consorcio pasan por el filtro de su recato tradicional sobre sus planes distintivos, y al relacionarlas con los movimientos concretos del corporativo se propicia así una significación doble, amarrada a aquella vieja analogía que relaciona la punta del iceberg con lo más obvio y palpable mientras lo sustantivo e importante se oculta bajo del agua. El primer significado que sería entonces evidente equivale *al hacer, al desarrollar del consorcio*, y en esa funcionalidad es claro que encuentra múltiples evidencias públicas, a flor de piel; palpables incluso para todos ya que se conforman con datos, cifras y aleaciones divulgadas ampliamente para tranquilidad y regocijo del inversionista anónimo, como es el caso de su arraigo transfronterizas en diversas naciones del mundo. Pero a esa apertura y transparencia, se suma un segundo significado, más discreto y más cerrado también. Éste implica un desempeño para *concebir*, para *preparar*, tareas que igual ejecuta el grupo y que casi se cifran en la secrecía completa y absoluta, en la confidencialidad del desarrollo estratégico y la planeación corporativa. Tal vez su única manifestación conocida son aquellos cruceros míticos que año con año lleva a cabo la empresa con sus funcionarios supremos, tanto para prever la expansión del negocio en los doce meses siguientes, como para reinventarse y organizarlo todo para buscar un devenir exitoso que colme las décadas que siguen.

El *hacer* y *concebir*, el *desarrollar* y *preparar* se anidan en el escenario establecido y alimentan la vida empresarial de **Televisa**. Los primeros verbos originan y entretajan acciones y maniobras sucesivas, precisas, que al acumularse fincan la defensa de los intereses económicos del corporativo y edifican la cotidianidad y praxis del día a día que se ponen a punto para conseguirla. En esta línea emergen todos los resultados alcanzados y las metas conseguidas de esa búsqueda permanente, que nutren las notas, reportes y evaluaciones periódicas. De cuando en cuando, esa información no únicamente rinde cuentas del *rendimiento coyuntural* de la firma, sino deja ver los acoplamientos, coincidencias y ligazones que sugieren y develan parte por lo menos de lo que el corporativo hilvana en favor de su crecimiento a futuro. Así, aquella redefinición de objetivos del año 2000 que se ha citado y que arroja claridad sobre las pretensiones del consorcio, antecede por algunos meses al anuncio oficial que le otorga una nueva concesión operativa para la ciudad capital, en un segmento que se ha develado como estelar para el futuro de la televisora por sus características técnicas. El 17 de noviembre, **Cablevisión**, su filial en el mercado de la televisión por cable, obtiene en efecto la autorización para usar, aprovechar y explotar el canal 46 de la banda de frecuencias en UHF para el servicio de televisión restringida<sup>20</sup>. Si bien en aquel momento quedó planteado que el nuevo activo serviría para perfeccionar su oferta mediante la disposición de un soporte inalámbrico que la liberaba de la conexión física, al conocerse el plan específico de explotación de la frecuencia en el 2007 ha quedado claro que ese propósito puede ampliarse hacia una prestación más compleja que incluye otros sistemas y aplicaciones, tantos como la tecnología

<sup>20</sup> En el *Diario Oficial de la Federación* del 10 de marzo de 2006 se publicó un extracto de la autorización.



permita. Ello enlaza la concesión lograda con los dos niveles de significación que se han sugerido: la realidad del mercado, donde la empresa habrá de desempeñarse con otra oferta que enriquece su ya dominante participación en el segmento específico, y la prospectiva de los negocios por llegar, que sugiere un abanico amplio, colmado de opciones comerciales acicateadas por el rastreo de las opciones más rentables.

De igual manera, acaso por fortuna o bien sólo porque en el cuarto mes de cada año es habitual rendir el informe económico del ejercicio anterior por parte de las empresas emisoras, la perorata triunfadora de Azcárraga del 2006 que se data en abril, se relaciona e interactúa con otra gran campaña que el consorcio encabezó para garantizar su botín empresarial, tanto el de hoy como el de mañana: en el mismo mes y año, el Senado de la República aprueba por mayoría la reforma a las **Leyes de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones** (*Reforma* en adelante), norma e instrumento que claramente privilegiaba el desarrollo monopólico de las televisoras y que por 14 meses se impuso como regulación triunfante<sup>21</sup>. Las ventajas y subvenciones que aquella iniciativa concedió al grupo fueron tan abrumadoras que el sentido común designó al instrumento como *Ley Televisa*, en clara referencia a su patrocinador y beneficiario principal de sus proceder. En tal enganche, el pródigo optimismo que se apersona en el dueño del monopolio toma un doble perfil, complementario además: aquel que encuentra asideros en el buen recaudo que tuvo el negocio durante 2005 y que le produjo las ganancias de siempre, y, por igual, el que genera la reestructuración de su entorno económico-productivo, donde sin duda la *Reforma* le cobijaba para mantener su expansión y reproducirla con creces a lo largo del tiempo.

La euforia cierta del grupo se trunca sin embargo; y abruptamente. El dictamen de la **Suprema Corte de Justicia de la Nación** que declara inconstitucionales los artículos insignia de la *Reforma*, rompe el privilegio económico de las televisoras trazado tan burdamente en la legislación aprobada. En primera instancia, habían garantizado que sus concesiones para operar tuvieran vigencia por veinte años y que su refrendo fuese automático, sin licitación ni cuestionamiento, con lo que lograban permanencia en la explotación del servicio. Después, ganado a perpetuidad el medio para transmitir, legitimaron la multiplicación del negocio: por los canales concesionados podrían emitir no solamente señales de televisión, sino cualquier servicio adicional de radiodifusión y de telecomunicaciones, todos aquellos que la tecnología de hoy y de mañana soporte. El ciclo se cerraba pues a la perfección: en cantidad –las frecuencias televisivas que ya poseen y mantendrán para siempre, en el espectro analógico y en el digital– y en calidad, ya que podrían explotarlás a profundidad con múltiples sistemas y opciones, hoy aún inimaginables. En tal prebenda, la doble significación que se ha aludido no podía encarnarse de mejor manera.

Si bien la declaratoria de inconstitucionalidad de los artículos 16 y 28 de la **Ley de Radio y Televisión** rompe el

---

<sup>21</sup> Poder Ejecutivo Federal. *Decreto que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión*. En: **Diario Oficial de la Federación**. 12 de abril de 2006.

reacomodo futuro del negocio, no anula sin embargo la reestructuración del proceso de acumulación de la televisora, secuencia en marcha que se enlaza en la transición de su modelo de negocios mediante la añadidura de la tecnología de telecomunicaciones en su operación productiva. Si la *Reforma* pretendió legitimar la migración de las estaciones de radiodifusión hacia ese mercado con una postura de privilegio, es porque ese acoplamiento articula la *industrialización del servicio televisivo, que renueva y profundiza las condiciones de reproducción de los capitales concurrentes al generar nuevas formas de explotación de las frecuencias radioeléctricas asociadas y de los contenidos que se han generado para su plataforma de distribución*. Con prepotencia, tal mudanza económica se expresó en la modificación normativa, y si bien al anularse en sus planteamientos cardinales se bloquea por ahora que su concreción material se finque en el corto plazo, su empalme es inherente a la evolución del servicio bajo la pauta del mercado, y por lo mismo volverá a reflejarse en el andamiaje político mediante la argumentación jurídica que mejor lo legitime. Asimismo, es previsible que su defensa activará a los agentes y operadores acostumbrados, y si en planteamientos y aprobación la *Ley Televisa* sació la soberbia de sus promotores, la nueva propuesta evitará seguro esa violencia y habrá de buscar la suma para aprobar esquemas similares a los que ya fueron cercenados.

Las acciones de **Televisa** al amparo de la convergencia implican su supervivencia económica. Es claro que para lograrla el consorcio busca adicionar a su fortaleza en la creación de contenidos el usufructo de las infraestructuras de distribución, en primera instancia de las radioeléctricas que ya dispone. La conjunción de ambas ventajas habría de permitirle aprovechar la interactividad técnica para establecer una relación de intercambio con los receptores de su oferta. Con ello, la explotación del servicio televisivo se *sujeta a una lógica industrial*, que formaliza la *capitalización de las frecuencias asociadas mediante su parcelación virtual*, y genera ganancias al asignar cada fracción a usuarios distintos para soportar el intercambio. El esquema de beneficio económico es pues superior, más sólido y diversificado que el habitual, presente desde los treinta en el *modus operandi* de la radio y que simplemente se traslada al sistema televisivo en los cincuenta. A la vez, esa prerrogativa puede hacerse valer en mercados distintos al de televisión para ofrecer alternativas diversas de telecomunicaciones, planteamiento que *transforma a Televisa en operador de una red pública*, con la factibilidad técnica y el beneplácito regulatorio para suministrar cualquier servicio del universo completo de opciones. La premisa se refuerza al considerar la asignación de las frecuencias espejo en 2004 para la transición hacia el formato digital terrestre. Al no existir reglas claras para la devolución de sus equivalentes analógicas, las televisoras podrían mantener potestad sobre los dos conjuntos de frecuencias con esa finalidad: el analógico, que a nivel internacional en efecto se está aprovechando para la prestación de otros servicios; y el de alta definición, que además de vehiculizar las señales televisivas incluiría todas las que técnicamente pudieran comprometerse.

Aunque la interpretación resumida habrá de dilatarse con la anulación del articulado que garantizaba el trueque de manera automática, *tanto lo que hace y desarrolla* el consorcio, *como lo que concibe y prepara*, configuran esa

estrategia de tránsito y la acredita en dos ejes definidos: *desarrollar acciones selectivas, certeras, de creación de activos*, que en el aquí y el ahora le reditúen ganancias y predomios en la fusión tecnológica sin dilaciones ni desvíos; y, asimismo, insistir en la mudanza hacia la operación de redes públicas porque la *industrialización del negocio del aire* será la base de acumulación en el mediano plazo. En la praxis de esta acción bipolar, han surgido ya algunos testimoniales indicativos de las premisas que van a explotarse. Con la compra de las empresas de cable **TVI** y **Cablemás** de 2006 y 2007, el enroque es evidente y se contextualiza en la necesidad inmediata de soportar el suministro convergente mediante el dominio de la infraestructura que lo posibilita. A ella, se adicionan otras tareas y labores que el grupo lleva a cabo en paralelo y cuyos productos habrá de operar cuando llegue su momento, en el futuro cercano. Con estas articulaciones bajo el brazo, creemos, **Televisa** forjará una pauta propia para resolver la convergencia. Y habrá de activarla como otra más de sus ventajas duras.

#### A. El recambio de la televisión: y llega al fin la respuesta del usuario

En tanto instancia económica de producción simbólica, la televisión viene a ser el socio infortunado en el paquete convergente porque su involucramiento eficaz la obliga a una reestructuración completa, para incorporar el andamiaje de la producción inmaterial y cognitiva. El modelo y la estrategia de negocios del sistema abierto que ha garantizado su reproducción por más de medio siglo ya no operan más, e incluso la asignación radioeléctrica que sustenta su funcionamiento desde siempre, es disfuncional al entorno conjunto por la imposibilidad técnica de las bandas de frecuencias designadas para soportar la bidireccionalidad de la señal, la respuesta del usuario, condición vital en el esquema inmaterial en tanto concreta la *cooperación de cerebros y de subjetividades* que realizan la producción. Así, la estructura vertical que siempre se ha reclamado al esquema mexicano y que el consorcio ha sostenido desde sus orígenes y hoy todavía privilegia, no puede alternar con la interactividad inherente a la telefonía y menos aún con el acceso a la red, de doble vía por necesidad y en grandes capacidades. La configuración punto–multipunto que también lo tipifica es ineficaz frente al intercambio entre pares, diseño decisivo ya para el proceso de comunicación duro y requisito que se ha vuelto ineludible también para la producción y el consumo inmaterial. Tales lindantes atentan además contra la tendencia universal del mercado televisivo, que ha rebasado con creces el principio unilateral para dejar que florezca y se consolide el *intercambio con el usuario*. La aplicación primera y más elemental de la nueva fórmula que pomposamente se designa como *video a la carta*, es apenas el principio de esa interacción, cuya vigencia y aprovechamiento es hoy una condición ineludible para proseguir en el negocio. Si se efectúa un inventario de los servicios asociados a la televisión que se ofrecen ya en rutina, es evidente que el destinatario de la distribución de los contenidos programáticos no es ya más la audiencia masiva de los primeros tiempos, ni siquiera la segmentada por niveles socioeconómicos que siguió después y que pretendía dotar de efectividad al mensaje publicitario al acotar el entorno del receptor. Hoy en día, el *individuo mismo y su poder*

*adquisitivo* son el centro de atención del servicio, y sus preferencias reales o supuestas la prioridad para sus programadores. Armado con cualquier dispositivo microelectrónico de enlace y comunicación, puede interactuar con la red y demandar el producto predilecto o el evento de moda. Y sin que importe mucho el lugar donde formula su petición. Si al incluir en las grabadoras de video tradicionales la funcionalidad *desplazamiento de tiempo (time-shifting)*, el receptor obtuvo la facilidad de almacenar o ver su programa favorito en el momento que más le convenía, el *desplazamiento de lugar (place-shifting)* que recién debuta en 2005 se constituye como un nuevo vector de la cultura televisiva que complementa aquella función, y la desplaza paradójicamente porque vuelve relativos tiempo, horarios y localización: una pieza de hardware de reducidas dimensiones capta y almacena los programas recibidos en casa, y vía Internet los retransmite para que el usuario no solamente los obtenga en el lugar físico donde se encuentre, sino también que los despliegue, manipule y disfrute en el aparato receptor de su preferencia y a la hora que mejor le plazca. Tal facilidad transforma a la televisión en edecán permanente, fácil, solícita y disponible, con una vocación nómada en armonía con el itinerario del consumidor que la desea como acompañante.

Ejemplos como el control remoto fuera de las paredes de casa, argumentan con claridad la metamorfosis tecnológica y de mercado que experimenta la televisión en todo el mundo. La digitalización de la señal y el empalme de todos los sistemas de producción y distribución de señales en el protocolo IP de Internet y en nuevos formatos de compresión, han roto las estructuras tradicionales de la televisión abierta y las compele a adoptar algunas de las cualidades intrínsecas a las normas de la producción inmaterial. De comienzo, son de mencionarse la **flexibilidad**, que se traduce en una imprescindible y permanente adaptación a los requerimientos y dinámicas del mercado, sustento en los gustos y preferencias de los consumidores, cuya característica es más la volatilidad que la permanencia. Enseguida, la **renovación**, que tanto aprieta los tiempos de producción y empaque de las señales, como obliga a generar más contenidos de manera continua, en secuencias cada vez más cortas y efímeras, definidas por los cambios en el mercado y por el enorme arsenal de alternativas para la distribución electrónica de señales. Finalmente, la **movilidad**, condicionante que obliga a colocar los productos en donde se requieran y con las particularidades técnicas asociadas a cada caso. Tal amplitud determina desde el tipo de contenido a incluir en la prestación –por ejemplo, programas de argumento simple, para su desahogo en poco tiempo– hasta las dimensiones de los formatos de presentación, que lo mismo deben incluir la pantalla del teléfono celular normada por algunas pulgadas, que los receptores planos de grandes dimensiones, casados ya con la alta definición. Las tres cualidades apuntadas se envuelven además por la imperiosa **interactividad en línea**, que abrumba por respuestas inmediatas, oportunas y suficientes si se desea consolidar el suministro y mantenerse en el escenario de servicio.

La interactividad y los condicionantes que impone conforman pues un nuevo entorno de actuación para las televisoras tradicionales, ceñido por el formato digital-binario. Como instancias económicas sujetas a la dinámica del capital, su reestructuración es inevitable ya que pueden ser desplazadas del mercado si no adoptan y adaptan la

vanguardia tecnológica que soporta la relación interactiva. Tal apremio es entonces por la supervivencia porque la transformación en marcha afecta el centro mismo de su proceso de reproducción social. La televisión ancestral, con formatos inalterables que relacionaban barras programáticas con horarios de transmisión predefinidos, y con pausas comerciales establecidas, cifradas en tiempo-hora y en duración, queda rezagado frente a aplicaciones como los servicios por demanda o interactivos, que facilitan la entrega de contenido a voluntad del receptor, o bien el manejo de las imágenes de un programa dado, para efectuar la grabación de las mismas; su edición de tamaño, colores y secuencias, o simplemente el retardo de su desarrollo, tanto para precisar los detalles del contenido como para atender otros asuntos sin perder la acción. ¿Cómo vender ahora tiempo publicitario en esas condiciones? ¿Si no se conoce a la audiencia posible, o siquiera si existe una programación definida? ¿Cómo insertar el mensaje publicitario en una transmisión dinámica, siempre cambiante? ¿Dónde en una programación que se inicia y culmina sin que el propietario de la televisora intervenga? La interactividad entre el sistema y el usuario efectúan pues un primer rompimiento de la estructura vertical porque el usuario tiene ahora a su disposición la herramienta tecnológica para buscar lo que desea, y no solo recibe lo que otro programa y le entrega. Si como defendían los promotores del viejo sistema el receptor era libre porque en cualquier momento podía apagar el televisor o cambiar de canal, en la actualidad ese ejercicio no se cifra más en el todo o nada ni en la alternativa programada porque ya existe la alternativa: ahora puede buscar lo que desea y rompe con ello la unilateralidad del programador y su alegato pretendidamente libertario.

Para el IDATE<sup>22</sup>, estos cambios suponen que el futuro del servicio podrá estructurarse sobre tres escenarios posibles para el 2015, mismos que pueden complementarse entre sí aunque con la supremacía de cualquiera de ellos. Se vislumbran entonces...

- a) La *televisión de libertad absoluta*, que supone un desarrollo rápido y sostenido del servicio en redes móviles, a tiempo que el usuario dispone de un amplio abanico de dispositivos de acceso. Tal facilidad le permite interactuar con los contenidos programáticos a partir de una condición de ubicuidad, rastreada en dos niveles: *lo que puede recibirse* –boletines de noticias; el programa clásico de la TV abierta, o un evento en vivo– y *como se recibe*, situación que remite a la diversificación de los bienes de recepción, desde el celular a la grabadora de video digital, o el *home theater* que tanto se publicita. El servicio típico de esta explosión cuantitativa es la llamada *TV móvil*: hacia el 2015 se calcula que el 50% de la población europea dispondrá de un servicio de esa naturaleza y lo aprovechará todos los días cuando menos por una hora.
- b) La *era del egocasting*, caracterizada por la aparición de una TV alternativa, personalísima y universal, que

---

<sup>22</sup> Institut de l'Audiovisuel et des télécommunication en Europe (IDATE), organismo especializado en análisis y prospectiva de las TIC. Cfr. *Three scenarios for the TV industry in 2015*. Montpellier, Francia. IDATE, 2007.

enlaza a los receptores de todo el mundo mediante Internet cuyas conexiones en banda ancha se han generalizado. Los usuarios ya no ven más televisión abierta y tampoco han renovado su inscripción en la modalidad restringida. Ahora se intercambian *vblogs* (que incluyen video); plataformas personalizadas en la modalidad **P2P** (*peer to peer*), que facilitan la interacción horizontal de contenidos originales sin implicar el enlace cliente-servidor, sino la conexión directa entre computadoras (como **Napster** o **Kazaa** en el intercambio de canciones y música en general); y, servicios de video por demanda (*VOD*), que incluyen programas multimedia y otras ofertas interactivas donde se invita al suscriptor a participar y alternar con los contenidos para modificarlos y enriquecerlos cuantas veces quiera.

- c) El *reino de los grandes medios y sus marcas propietarias*, esto es decir, el predominio de un consumo centralizado de los portales de Internet que operan los grupos mediáticos conocidos, y que se dedican a distribuir contenidos multimedia en barras programáticas definidas y a la vez a petición del suscriptor.

Los tres escenarios comparten las dos cualidades paradigmáticas para asentar su funcionamiento. Primeramente, la **interactividad** es llevada al extremo y se sitúa como la base de la llamada *televisión personal*, que sólo demanda la capacidad técnica de las redes y sistemas para que el receptor pueda expresarse y distribuir sus contenidos sin obstáculo alguno. La propia denominación que se incluye en el segundo escenario es muestra palpable de esa tendencia: *es mi ego el que se distribuye; mi individualidad lo que comparto*. Y enseguida, la **movilidad** ya evocada, condicionante que obliga a colocar los productos en donde lo reivindique la voluntad del usuario.

Ya por vocación e identidad, por interés; simplemente por jactancia, y sobre todo por el negocio y sus retornos, la adopción que **Televisa** ha hecho de ambas cualidades remite al ideario que desde siempre ha puesto en la mesa para su manejo empresarial. *Avasallar en el mercado donde participo ha sido en efecto su estilo*, y en el nuevo modelo de televisión que apenas se vislumbra trata de imponerlo de nueva cuenta a partir de su reducto natural, que hoy es labrado como supremacía cualitativamente distinta a cualquier otra: año con año desde el 2000 por lo menos, su producción de programas para la televisión araña las 50 mil horas por ejercicio, mismas que al amontonarse una con la otra y presentarse en cualquier aparador internacional que las cobije, no se destruyen ni desvalorizan y acumulan ya 800 mil que pueblan sus videotecas o almacenes. Hay pues mucho contenido que puede intercambiarse, y en consecuencia si hubiera que inscribir al consorcio en alguno de los escenarios posibles del 2015 sería desde luego en el último, además porque ya se ha armado de su propio portal, el **emas.com**, que mantiene contra viento y marea.

Si bien la bidireccionalidad y la intervención del usuario ya se han incorporado en el desempeño reciente de la compañía, tanto en los esquemas que ya se conocen como en aquellos que apenas se asoman, ambas cualidades

se subordinan a la lógica de la respuesta predeterminada, cerrada en opciones y variantes, y donde invariablemente se adjunta su producción de contenidos como la única alternativa posible. Tal premisa encuentra asideros en el ideario que la empresa expone y manifiesta abiertamente como su hábitat natural, según su raciocinio, ganado a pulso por sus destrezas y competencias ancestrales. En noviembre del 2006, por ejemplo, uno de sus funcionarios superiores más reconocidos, exponía su extrañeza ante las versiones que declaraban a la firma como empresa dominante en su mercado natural. *“No entiendo por qué se le denomina a Televisa dominante, compartía en su aparente ingenuidad. En el aspecto de contenidos sólo hacemos lo necesario para ponerlos en nuestros canales de televisión y hacer crecer nuestro negocio. Nosotros también compramos contenido a terceros”*<sup>23</sup>. En forma no tan velada, la declaratoria resalta el dominio de la cadena de valor en el sistema tradicional de contenidos televisivos y a la vez en la operación de la plataforma de distribución de señales, que mediante las concesiones logradas en todo el territorio alcanza una penetración potencial en el 93% de los hogares nacionales; a ello se suma desde luego una presencia más que significativa allende fronteras. El dicho del funcionario respalda la visión de otro jerarca del grupo, quien reafirma la fortaleza dual de su firma y adiciona el elemento distintivo que hoy adquiere relevancia: la actualización tecnológica de sus esquemas de distribución. *“Desde su fundación, hace siete décadas, apunta, Televisa participa en dos negocios: la producción de contenidos y su distribución. Con los avances de la tecnología, se sumó a la distribución con Cablevisión, vía cable coaxial, y satelital, a través de Sky. Además, desde el año 2000, el grupo participa en una nueva plataforma, Internet, con esmas.com. Con este modelo logró convertirse en el principal productor de contenidos audiovisuales en español en el ámbito mundial, sin depender de la distribución de contenidos a terceros”*<sup>24</sup>. El alegato de ambos voceros certifica el argumento por partida triple: a la manufactura vigorosa de contenidos del corporativo se suma el control vertical de las plataformas abierta y restringida de distribución de señales televisivas –una de ellas ejercida también en monopolio– que la lleva a conquistar la **primera pantalla**. A la vez, la pujanza y el conocimiento acumulados por décadas en la producción simbólica, se traducen asimismo en una propuesta programática adicional que funciona ya en la **segunda pantalla** y sus formatos interactivos de consulta y descarga. Finalmente, al censarse su incursión en la llamada *televisión móvil*, **Televisa** se instala en el negocio de la **tercera pantalla**<sup>25</sup>, donde igual busca posicionarse como proveedor único a partir de una articulación también tripartita: su robustez acostumbrada

<sup>23</sup> Notimex. “Rechaza Televisa que se le considere empresa dominante del mercado”. En: *La Jornada*, 29 de noviembre de 2006.

<sup>24</sup> ----- Entrevista Alfonso de Angoitia, Vicepresidente Ejecutivo de Televisa. “Venderemos a todos”. En: *Expansión*, Número 951; 18 de octubre de 2006; 56pp.

<sup>25</sup> Nicole Behar cita tal clasificación. La *primera pantalla* corresponde al aparato telerreceptor y sus tipos y formatos altamente diversificados, y la *segunda* al monitor de la computadora, en principio con una funcionalidad propia pero asociado a Internet como herramienta de comunicación. Por último, la *tercera pantalla*, remite al teléfono celular y sus dispositivos visuales de cristal líquido (LCD). Ver: *Regulating chimeric technology: the future of mobile TV*. En: [commlaw.cua.edu/articles/v15/Behar.pdf](http://commlaw.cua.edu/articles/v15/Behar.pdf) Fecha: 14 de julio de 2007. Sin embargo, otras propuestas añaden al cine como la *primera pantalla*, lo que ubicaría al celular como la *cuarta* (Cfr. Dossier de prensa “La TV sur mobile: une marriage qui seduit”. *Deuxième Conférence TV Mobile*, Lorient, 28-29 de septiembre de 2006).

en contenidos; el ejercicio de su capital político, y la utilización del instrumento tecnológico ya conocido y tradicional y sin embargo apenas en vías de explotación de todas sus posibilidades: el dispositivo móvil.

La posibilidad de explotar las tres pantallas de manera simultánea es maniobra lógica y evolución natural del consorcio. Y éste habrá de afrontarla con base en las fortalezas acumuladas. Es por ello que conlleva sobre todo...

1. Que se **renueven y actualicen las complicidades y prebendas que el grupo ha logrado** desde los cincuentas, o todavía más desde los treinta cuando debuta en la industria radiodifusora. Si bien la reestructuración productiva de los noventa modificó su dominio monopólico sobre el mercado de televisión abierta, de inmediato compensó esa afectación y se revalidó el entorno de total libertad y apoyo para el desarrollo corporativo del grupo –y en ello se incluyó la protección de la competencia posible de **Telmex** ya privatizado- que también comprendió la entrega de nuevos activos estatales, como fue el caso de la concesión sobre las frecuencias televisivas que le permitieron conformar la red de canal 9. Situaciones de esta naturaleza contribuyeron a fortalecer su postura frente a **TV Azteca**, y le ayudaron a despejar el camino para compartir el mercado en el esquema duopólico que hoy prevalece y que sin duda encabeza.
  
2. Que si bien a lo largo del tiempo la traducción del soporte estatal en acciones concretas corrió a cargo del Poder Ejecutivo y de sus titulares, las exigencias productivas que ha impuesto la reestructuración económica del servicio de televisión ha provocado que la interacción y relaciones entre el consorcio y el poder formal se modifiquen, para en efecto generar...
  - 2.1 **El predominio del rédito empresarial propio del consorcio sobre el interés público en materia de televisión**, preeminencia por su parte acorde con la política estatal debutante en los noventa dedicada a promover y cultivar el desarrollo de la empresa privada como motor de la acumulación nacional. El grupo fue así uno de los corporativos monopólicos que tuvieron una completa libertad y autonomía para desarrollarse en tanto se le protegió de cualquier adversidad del entorno económico, y si en la década de los noventas esa relevancia no tuvo más notoriedad se debió a los ajustes internos del grupo y no a otros motivos. En los años que siguieron el soporte estatal se conserva intacto e incluso se magnifica. Por ejemplo, la modificación al Reglamento sobre el marco tributario aplicable de octubre de 2002, el llamado *Decretazo*, ilustra el punto y al tiempo entraña un gran significado político: refuerza la posición de las televisoras en un tema de su mayor interés empresarial: el tiempo de transmisión que pueden dedicar a la difusión de anuncios publicitarios, que aumenta de manera sustantiva en fondo y forma.



2.2 **La profundización y ensanchamiento de la red de soporte, asistencia y subvención a los intereses de la empresa en los poderes federales**, lo que en concreto y de principio propició que algunos de los representantes del Legislativo sean ahora **quienes tienen el encargo de abanderar sus intereses y defender sus proyectos en la arena política**. Esta encomienda fue evidente y palmaria durante los debates y votaciones de la *Reforma* del 2006, y se manifestó asimismo a lo largo de los trabajos de las dos Legislaturas anteriores, cuando el colectivo subordinado se encargó de boicotear el dictamen sobre la propuesta presentada por un grupo de Senadores, que sobre todo recogía la iniciativa elaborada por la sociedad civil en materia de radiodifusión. Con ambos movimientos, como demostró la aprobación y rápida promulgación de la *Reforma*, durante buena parte del bienio 2005-2006 el consorcio logró hacerse de la voluntad incondicional de la mayoría en dos de los tres Poderes de la Unión. En la Legislatura de hoy, el esquema se ha mantenido e incluso quizá perfeccionado, como sugiere el *impasse* logrado por las televisoras y sus personeros respecto a la llamada *Ley de Medios*, cuyo planteamiento inicial ni siquiera pudo expresarse de manera formal en tanto es previsible que retoma el dictamen de la Corte y formula la base jurídica de los principios que aquella destacó y puso en la mesa.

2.3 **La supremacía del corporativo y de su particular visión de negocios sobre el conjunto gremial de la radiodifusión**, y en especial sobre su otrora competidor, **TV Azteca**, con quien hace par en la defensa de proyectos que plasman intereses comunes y en la crítica a otros que consideran adversos. Las peroratas de sus voceros a favor de la *Reforma* del 2006 y el espectáculo que ambas empresas montaron contra la regulación de la propaganda electoral, argumentan la premisa y resaltan por la especial violencia que las caracteriza. En este escenario no es exagerado afirmar que las instancias gremiales únicamente respaldan el ideario del consorcio, y lo hacen y reproducen como propio.

3. Que el *laissez faire* aplicado por el Estado a la televisora y la imbricación de sus intereses con los poderes públicos, han sido tan constantes y decididos que incluso **devienen en un accionar mancomunado que diseña e implementa la política pública aplicable a la radiodifusión**. En consecuencia, los requerimientos de expansión económica y de perfeccionamiento de las plataformas productivas del consorcio inherente a ésta, han matriculado tanto el avance tecnológico incorporado en la radiodifusión nacional como el entorno jurídico-administrativo que lo promueve y arropa. Muestra de ello son la implantación del esquema DTH que origina a **Sky** como empresa del consorcio, y la definición del estándar de televisión digital, cuyo desahogo se ejecuta con una rapidez tal que hace más contrastante el retardo que todavía afecta a la radio respecto al mismo tema. La plataforma digital seleccionada puede convertirse en base para el suministro de servicios, y la consideración de ese potencial parece haber sido el factor decisivo para empujar la sentencia a su favor.

Esa coyuntura no se presenta sin embargo en el caso de la radio, aunque **Televisa** mantenga también su protagonismo universal en el colectivo promotor<sup>26</sup>.

4. Que en tanto la selección del estándar de televisión digital se estructuró en el propósito de garantizar los intereses del corporativo en el tránsito hacia ese formato, la **norma definida únicamente optimiza la calidad y definición de la señal** antes que privilegiar otros atributos tecnológicos, de principio y en lo fundamental, la parcelación de las frecuencias para el ingreso de nuevos emisores televisivos. Con ello, **mediante una barrera técnica de entrada, el monopolio pretendió cerrar el paso a opciones programáticas distintas a las ya asignadas en el entorno analógico**, y que según el discurso acostumbrado no tiene ya disponibilidad alguna que ofrecer a otros participantes. Aunque el esquema impuesto desaprovecha el potencial de la tecnología -que justo se distingue como vector de enriquecimiento del universo programático televisivo, al ampliar sustantivamente la asignación y uso del espectro dedicado- cumple el propósito de monopolizar la transición y controlar la titularidad de las frecuencias con igual predominio que el monopolio logra en el entorno analógico. Ello demuestra la clara preeminencia del interés particular sobre el público y colectivo que el Estado cultiva, autoriza y perpetúa.
5. Que además de permitirle mantener el control sobre el espectro dedicado a la transmisión digital de televisión, la norma seleccionada para la transición analógica **plantea la opción técnica de soportar el suministro de servicios distintos al televisivo**, que pueden ofertarse ya en un esquema interactivo. Esta funcionalidad potencial sostuvo el planteamiento jurídico que estructuró la *Reforma* de abril de 2006, en concreto mediante el Artículo 28 de la misma. Al determinarse que los concesionarios de radiodifusión podrían transformarse en proveedores de telecomunicaciones sin más requisito que su voluntad, pretendió asentarse la explotación industrial, sistemática, del espectro para la prestación de todos los servicios posibles y bajo el suministro monopólico del consorcio y su par televisivo. Tal fue la razón de la defensa tan falta de ética que el corporativo montó a través de su infraestructura televisiva, con discursos maniqueos que sus voceros y sus promotores e incondicionales no dudaron en manifestar en todos los horarios posibles.
6. Que el dictamen de inconstitucionalidad de la Suprema Corte sobre la *Reforma* cortó la posibilidad de una migración suave hacia el suministro como red de telecomunicaciones del monopolio, y con ello **obligó al consorcio a nuclear su expansión mediante otras alternativas tecnológicas**, que igual conoce y maneja. Así, el énfasis por adquirir empresas de televisión por cable; de conseguir opciones para el transporte convincente de señales, ya terrestres o satelitales; y la búsqueda de otros implantes que puedan crecer a

---

<sup>26</sup> Resalta en ese sentido que sea sólo la televisora y **Grupo Radio Centro** quienes asistan a las reuniones del comité armado para estudiar la transición digital, mismo que encabeza **Cofotel**. Esta segregación deja fuera no sólo a los permisionarios, sino también a otros grupos radiofónicos con interés evidente en el tema a discusión.

partir de las bases tecnológicas y empresariales que ya posee –en concreto, la plataforma DTH de **Sky**- son acciones de supervivencia y optimización, ya que su servicio más desarrollado, el televisivo en la modalidad abierta, es inoperante en el escenario convergente y habrá de perder dinamismo como fuente primaria de ingresos.

7. Que esos afanes de crecimiento digital han sido legitimados por la retórica de gobierno y su discurso sobre el fomento de la competencia en el escenario convergente, a partir del cual se reivindica necesario el **apuntalar su desarrollo para generar un segundo campeón nacional**, quien enfrente al primero de manera directa porque dispone de un poderío similar e incluso lo aventaja en uno de los componentes decisivos de la sinergia de servicios, la generación de contenidos. Ese ideario y estrategia han fundamentado las autorizaciones y parabienes para generar tanto casas de juego y casinos que operan mediante plataformas electrónicas y de comunicaciones, como redes e infraestructuras cableadas de transporte y de acceso que han aumentado sensiblemente el universo de usuarios atendido por el consorcio en el segmento de la televisión restringida, y también le han permitido incrementar su presencia como operador del servicio fuera de la ciudad capital. Tal es la raíz de la participación de **Televisa** en las empresas de cable **TVI Internacional** y **Cablemás**, y asimismo en **Bestel**, poseedora de una red troncal en fibra óptica que opera como nodo de conducción por demás vigoroso y solvente para la operación *triple play*.
8. Que en la estrategia encaminada al fortalecimiento de la empresa monopólica, destaca la benevolencia de los principios reguladores utilizados para normar su ejercicio en el escenario del servicio, en concreto respecto a los contenidos televisivos y en la distribución de los mismos. Las únicas obligaciones que se le han impuesto para autorizar la compra de empresas en el segmento de televisión restringida, los esquemas conocidos como **must offer** (esto es, suministrar los propios sin discriminación) y **must carry** (transportar sin excepción aquellos que les soliciten) **inciden sólo en su desempeño en el mercado televisivo, y dejan intocada su actuación y responsabilidad frente al interés público**, tema de igual o incluso mayor relevancia que la relación mercantil. El compromiso plasmado en el **must list**, que bien poco se evoca y menos se explica, llena el vacío con la misma autoridad que las dos condiciones anteriores, y sin embargo se le ha marginado del conjunto de requisitos que la autoridad estableció antes de autorizar su expansión en infraestructura.
9. Que, en suma, el consorcio dispone de todos los elementos necesarios para regular su crecimiento en el escenario de servicio que apenas se inaugura, **progresión que puede asegurarle el relevo en el negocio televisivo tradicional y su migración hacia un nuevo suministro**, de inicio en la distribución de contenidos en el ámbito internacional y posteriormente hacia la prestación de otras ofertas convergentes. La ambición de copar la cadena de valor en esas opciones puede culminar en la conformación de una infraestructura

empresarial de nueva generación, que justo explote a las redes futuras con flexibilidad y al mismo tiempo con la exagerada verticalidad y el autoritarismo propios de la concentración económica que hasta hoy ha sido, es y será inherente al consorcio y a su desempeño empresarial.

Los enunciados anteriores nuclean las acciones, propuestas, actitudes y movimientos que sobre todo a partir del nuevo siglo ha llevado a cabo la empresa. Si se atiende a su desarrollo durante la década de los noventa, se hace evidente que el consorcio debió superar el reajuste de su estructura accionaria y el relevo distinto de sus ejecutivos titulares, y que tal proceso no estuvo exento de sinsabores y problemas que entre otras consecuencias derivó en un alto endeudamiento que bien pudo cuestionar la viabilidad económica del corporativo. No obstante, como en toda crisis, su resolución ha fortalecido al grupo y delineado su contorno ya como una empresa centrada en la explotación certera del mercado integral de la información y el entretenimiento. No obstante y según las evidencias, tal modernidad que incluso se presume y vanagloria, no ha logrado que el consorcio supere y deje de lado los trucos y costumbres que le han servido para mantenerse en la palestra por casi un siglo.

## B. La bases: concentrar, expandir y aprovechar la vieja fórmula hasta el infinito y más allá

Justo porque es su propósito y motivación, cualquier análisis sobre **Televisa** garantiza su pertinencia si toma como punto de partida el indicador económico: los pesos; los miles; los retornos. Para ganarlos y privilegiar sólo la columna de los haberes, el consorcio ha estructurado un vasto armazón productivo que en sus reportes e informes se concreta en ocho segmentos definidos, mientras deja un noveno donde todo cabe y se acomoda. La categoría *Otros negocios* engloba pues iniciativas en formación, que justo hasta que alcanzan solvencia logran el derecho de conformarse como un segmento propio, aparte porque ya garantiza continuidad.

Y la afirmación que Florence **Toussaint** le dedica en 1998, puede revalidarse a diez años de distancia. *“El corazón de Televisa continúa siendo la televisión”*<sup>27</sup>, dijo entonces, y si se atiende a la estadística de su desempeño, la premisa mantiene su validez y continuidad. El análisis más rudimentario de las ventas anuales que ha facturado el grupo desde 1998 al 2007, indica en efecto que la televisión abierta es el rubro de mayor importancia para el corporativo. Como testimonia el **Cuadro 94**, en diez años su aporte no ha sido menor al 50% y sólo en el último ejercicio considerado arroja un porcentaje menor, aunque solamente por 30 décimas. En el 2003, el segmento llega a su máximo en el decenio y alcanza el 64.4% del total ingresado. Esa cifra culmina además una tendencia que arranca en 1998 cuando la televisión abierta logra ventas por 10 mil 800 millones de pesos a precios corrientes,

---

<sup>27</sup> Florence Toussaint. *Televisión sin fronteras*. México, Siglo XXI Editores; 1998:98pp.

**Cuadro 94**

*Televisa: Ventas anuales y contribución de cada segmento de negocios  
Período 1998-2002*

(Cifras en millones de pesos y porcentajes)

	1998		1999		2000		2001		2002	
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>\$19,846</b>	<b>100.00</b>	<b>\$18,972</b>	<b>100.00</b>	<b>\$21,582</b>	<b>100.00</b>	<b>\$21,612</b>	<b>100.00</b>	<b>\$22,417</b>	<b>100.00</b>
Televisión abierta	\$10,836	54.60	\$11,497	60.60	\$13,359	61.90	\$13,616	63.00	\$14,347	64.00
Programación para TV restringida	\$357	1.80	\$455	2.40	\$518	2.40	\$540	2.50	\$628	2.80
Licencias de Programación	\$1,230	6.20	\$1,290	6.80	\$1,511	7.00	\$1,513	7.00	\$1,435	6.40
TV por cable	\$695	3.50	\$778	4.10	\$971	4.50	\$1,167	5.40	\$1,143	5.10
Editoriales	\$2,302	11.60	\$1,897	10.00	\$1,791	8.30	\$1,707	7.90	\$1,726	7.70
Distribución de publicaciones	\$933	4.70	\$854	4.50	\$950	4.40	\$951	4.40	\$1,367	6.10
Discos	\$1,429	7.20	\$1,366	7.20	\$1,058	4.90	(1)			
Radio	\$437	2.20	\$323	1.70	\$367	1.70	\$259	1.20	\$179	0.80
Otros negocios	\$1,627	8.20	\$1,119	5.90	\$1,187	5.50	\$1,859	8.60	\$1,592	7.10

.....

**Cuadro 94** (Continuación)

*Televisa: Ventas anuales y contribución de cada segmento de negocios  
Período 2003-2007*

(Cifras en millones de pesos y porcentajes)

	2003		2004		2005		2006		2007	
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>\$27,707</b>	<b>100.00</b>	<b>\$30,080</b>	<b>100.00</b>	<b>\$33,798</b>	<b>100.00</b>	<b>\$39,358</b>	<b>100.00</b>	<b>\$41,562</b>	<b>100.00</b>
Televisión abierta	\$17,843	64.40	17,146	57.00	\$18,724	55.40	\$21,175	53.80	\$20,656	49.70
Programación para TV restringida <sup>2</sup>	\$804	2.90	812	2.70	\$1,115	3.30	\$1,338	3.40	\$1,787	4.30
Licencias de Programación <sup>3</sup>	\$1,884	6.80	1,925	6.40	\$1,893	5.60	\$2,125	5.40	\$2,203	5.30
TV por cable	\$1,136	4.10	1,143	3.80	\$1,420	4.20	\$2,007	5.10		
Cable y telecomunicaciones <sup>4</sup>									2,535	6.10
Sky <sup>5</sup>			4,783	15.90	6,050	17.90	7,517	19.10	8,188	19.70
Editoriales	\$2,078	7.50	2,106	7.00	\$2,535	7.50	\$2,912	7.40	\$3,242	7.80
Distribución de publicaciones	\$2,078	7.50	361	1.20	\$406	1.20	\$433	1.10	\$457	1.10
Radio <sup>6</sup>	\$305	1.10	301	1.00	\$338	1.00	\$433	1.10		
Otros negocios	\$1,579	5.70	1,504	5.00	\$1,318	3.90	\$1,417	3.60	\$2,494	6.00

## Notas:

- (1) En el año 2000, el corporativo desincorpora su división de discos.
- (2) A partir de 2004 cambia de denominación a *Señales de TV restringida*.
- (3) Desde el 2004 modifica su designación a *Exportación de Señales de Televisión*.
- (4) Se origina a partir del 2007 y conjunta sus actividades en triple play.
- (5) Registra ventas por primera vez desde el 2003.
- (6) No tiene registro en el 2007.

Fuente: Elaborado a partir de los Informes anuales del corporativo de los años considerados.

sobre 19 mil 800 que en global alcanza la empresa. Desde el 2004, sin embargo, el segmento pierde significado y comienza a descender su contribución relativa, aunque permanezca como el origen del ingreso más importante del colectivo.

La tendencia hacia la baja está presente también en otras clasificaciones. El apartado *Licencias de Programación*, por ejemplo, recorre el decenio perdiendo puntos y de arrancar con el 6.2% del global vendido en 1998, decrece al 5.4% para el 2007. En su desplazamiento modifica su apelativo para que ahora se le identifique por su perfil comercial y su distintivo es ya *Exportación de señales de televisión*. Las divisiones *Editoriales* y *Distribución de Publicaciones* enseñan igual trayectoria en el período aunque con progresiones distintas. La primera decae del 11.6 al 7.8%, y en el desempeño de la segunda se marcan dos recorridos: el inicial que vigoriza su participación de un 4% estable al 7.5 entre 1998 y el 2003; y un segundo donde se minimiza su aporte hasta la unidad, porcentaje que le acompaña durante todo el recorrido. En *Discos y Radio* el desenvolvimiento es más difícil y han perdido significado como fuentes de ingreso: en el primer caso hacia el 2001 el consorcio finiquita su intervención con la venta de su unidad dedicada, y en el segundo el registro desaparece en el 2007, después de insistir en una mínima aportación de uno por ciento durante más de cinco años.

Los segmentos dedicados a la televisión de paga revierten los desplazamientos anteriores y se mantienen a la alza durante el decenio en análisis, situación que muestra ya el tránsito que compromete al grupo y las nuevas vetas que emergen en ese transcurso. La categoría designada como *Programación para TV restringida* arranca en 1998 con el 1.8% de las ventas y se mantiene persistente hasta el 2004, cuando cambia de nombre para asumir la comercialización de barras programáticas completas, que conforman un canal específico con posibilidad de transmisión hasta por 24 horas. Esa fórmula le asegura ya el 2.7% del total vendido en ese año, y ya convertida en *Señales de TV restringida* llega hasta el 4.3% para el 2007.

Por su parte, los servicios restringidos conforman dos unidades de negocio que arrancan de fechas distintas: *televisión por cable*, **Cablevisión** de hecho y en solitario, cuyo funcionamiento consume ya varias décadas, logra un aporte constante que oscila de un mínimo 3.5% registrado en 1998 a un 5.1% en el 2006, antes de integrarse al rubro debutante del 2007, *Cable y telecomunicaciones*, que arranca con un sólido 6.1% de los ingresos del ejercicio y que resume sus intereses convergentes. Según el consorcio, esta línea de negocios es promisoria. “**Televisa se encuentra bien posicionada para capitalizar la adopción del mercado de servicios de triple play**, dice en su informe anual. **Tenemos una participación accionaria mayoritaria en Cablevisión, la empresa de televisión por cable de la Ciudad de México. En 2007, las unidades generadoras de ingreso (RGUs<sup>28</sup>) de Cablevisión**

---

<sup>28</sup> El término *Unidad Generadora de Ingresos* (RGU en inglés) es una representación creada por el grupo para definir el consumo de un usuario determinado respecto a la oferta conjunta de **Cablevisión**. Así, si un suscriptor ha contratado

*incrementaron 19 por ciento y cerramos el año con 539 mil y 145 mil suscriptores de televisión de paga e Internet de banda ancha, respectivamente. Cablevisión lanzó su servicio de telefonía en la segunda mitad del año con resultados muy alentadores*<sup>29</sup>. De esta forma, es previsible que la explotación mancomunada de servicios continúe y complemente la labor de la segunda unidad de TV restringida, **Innova**, que comercializa el monopolio **Sky** y cuya operación arroja ya números negros desde el 2004. En ese ejercicio contribuye con dos dígitos en las ventas del grupo, evoluciona al alza y del 15.9% del 2004 suma dos puntos para el 2005, y rebasa el 19% durante el bienio 2006-2007. Tal progresión sitúa a **Sky** como la segunda fuente de ventas de la firma, si bien lejana al apartado líder de TV abierta, con arrestos suficientes para aventurar un pronóstico favorable.

El avance o retroceso de cada segmento argumenta la dinámica económica que el grupo impulsa y que en la actualidad hace surgir nuevas áreas productivas que si bien se derivan de su negocio original, tienden a capitalizarlo en las nuevas condiciones de reproducción. Tal evolución se evidencia al adicionar uno a uno los aportes de **TV abierta; Sky y Cable y telecomunicaciones**, y descubrir que en el 2003 concentran el 69.5% de los ingresos anuales obtenidos, porcentaje que prácticamente corresponde al aporte del primer segmento. Sin embargo, en cuatro años, si bien la contribución de los tres ha aumentado hasta el 75.5%, la cuota de cada apartado es distinta, y el retroceso de la TV abierta se compensa con el crecimiento de las señales restringidas, en especial de la plataforma por satélite **Sky**. El *Cuadro 95* muestra esa trayectoria y hace evidente la importancia reticular de los tres fragmentos.

La trascendencia de los rubros estelares se refleja asimismo en una segunda categoría, de mayor importancia y trascendencia: las utilidades. Con el ejercicio que la empresa ofrece en sus informes anuales del 2006 y 2007, se ha elaborado el *Cuadro 96*, mismo que muestra claramente el esquema de compensaciones y relevos que asiste en la generación de beneficios. Por mucho, la televisión abierta es el rubro que produce más utilidades para el grupo, pero esa fortaleza tiende a desgastarse, con velocidad: en apenas doce meses, pierde 4.6 puntos en su aporte. Tal reducción puede interpretarse como una muestra de la dependencia del sector respecto a los ingresos publicitarios, donde el corporativo tiene poco control y se sujeta a las variaciones del gasto del anunciante. A la inversa del deterioro, resalta también que el negocio asociado al desempeño televisivo, la *Exportación de programas*, mantenga su dinámica y su concurrencia en las utilidades no registre variación importante durante el año.

---

televisión, acceso a Internet y telefonía, para el corporativo significa que registra tres RGU's. La afirmación de **Televisa** respecto al crecimiento del indicador, significa entonces que el consumo de sus suscriptores se ha incrementado en ese porcentaje. Desde el punto de vista de las externalidades de red, se diría que su infraestructura ha logrado *economías de alcance*, en tanto por una misma vía se suministran hasta tres opciones distintas de servicio..

<sup>29</sup> Grupo Televisa. *Informe anual de 2007. Descripción del negocio*. México, Televisa, abril de 2008:2pp.



## Cuadro 95

*Televisa: contribución porcentual de segmentos seleccionados en las ventas conjuntas  
Período 2003-2007*

	2003	04	05	06	2007
TV abierta	64.4	57.0	55.4	53.8	49.7
Sky		15.9	17.9	19.1	19.7
Cable y telecomunicaciones <sup>1</sup>	4.1	3.8	4.2	5.1	6.1
<b>TOTALES</b>	<b>69.5</b>	<b>76.7</b>	<b>77.5</b>	<b>78.0</b>	<b>75.5</b>

- (1) En el 2007 cambia a la denominación que se anota; de 2003 a 2006 se clasifica como *TV cable*, esto es, **Cablevisión**.

Fuente: Elaborado con base en los informes anuales del grupo.

En la generación de utilidades, un segundo bloque es igual decisivo: las operaciones en televisión restringida. Tanto la producción de los servicios vía satélite y por red cableada como la venta de señales para terceros, son responsables de poco más del 30% promedio de las utilidades generadas, y el aumento que logran entre cada año, 5 puntos, claramente resarce la caída relativa en TV abierta. Además, al sumar los dos bloques, casi se llega al 100% del total generado, lo que devela la importancia que ambos conjuntos logran en el devenir económico del grupo.

Un tercer significado es tal vez más representativo para el desarrollo a mediano plazo de **Televisa**. Los sistemas de televisión abierta y restringida en sus dos modalidades, muestran a su vez la estructura de explotación que ha armado el grupo donde prevalece la óptica de copar por entero la cadena de valor, y con ello mantener un desempeño vertical que no deja vía de involucramiento para actores terceros ni tampoco flexibilidad alguna en todo el eslabón. Tanto en la plataforma de radiodifusión como en la satelital y en la infraestructura de redes, el monopolio mantiene el control sobre todas las fases del proceso productivo, y lo mismo instala las estaciones transmisoras de sus señales abiertas, que los aparatos decodificadores de la señal vía satélite, y produce y transporta los contenidos que fluyen por el cable. La programación de todas las instancias es propietaria o bien adquirida por el grupo, y el único elemento que en los tres sistemas no controla el corporativo es el aparato receptor, que para televisión abierta sólo se enciende para operar y en los dos sistemas restantes se enlaza a los dispositivos terminales que también aporta la empresa mancomunada. Esta integración vertical de cada uno de los negocios se refleja en las utilidades generadas, y si se entrelaza la contribución de los tres protagonistas prácticamente se llega al 100% en los dos años.

## Cuadro 96

*Televisa: contribución de los segmentos de negocio en las utilidades obtenidas  
Período 2006-2007*

	2006	2007
Televisión abierta	62.8	58.2
Exportación de programación	5.1	5.7
<b>Subtotal</b>	<b>67.9</b>	<b>63.9</b>
Sky México	20.1	22.3
Televisión por cable*	4.8	5.2
Señales de televisión restringida	4.0	6.4
<b>Subtotal</b>	<b>28.9</b>	<b>33.9</b>
<b>SUBTOTAL 1 y 2</b>	<b>96.8</b>	<b>97.8</b>
Editoriales	2.3	3.5
Radio	0.5	
Distribución de publicaciones	0.1	0.2
Otros negocios	0.8	-1.5

(\*) En 2007, designado como *Cable y telecomunicaciones*.

Fuente: Elaborado con base en los informes anuales del grupo.

Como demuestran cifras y tendencias, si el negocio de la televisión ha sido y es el principal para el monopolio es porque en su explotación se ha seguido una lógica sencilla, que parece redituarse sólo dividendos. En sus años de desarrollo, la firma ha ejecutado a detalle el objetivo que conoce y opera desde siempre: la **producción de contenidos y su difusión sostenida**. De comienzo, como el mismo corporativo relata, ha solventado esas tareas mediante la **creación de facilidades de producción** y el **aprovechamiento de la plataforma abierta y gratuita**, por lo que sus movimientos corporativos tendieron a robustecer tanto su capacidad de producción simbólica, como las infraestructuras que soportan su difusión y entrega. Después, sus contenidos pueblan las nuevas opciones de transporte y colman a sus empresas de televisión de paga, donde el consorcio programa y desarrolla la compleja instalación de estructuras y aumenta su confección de programas para atender los nuevos canales. Ya en los últimos tiempos, los programas de Televisa inundan también otros esquemas de distribución caracterizados por su alta calidad tecnológica, como la telefonía celular, Internet, o los dispositivos móviles de acceso a la red, que sobre todo

exploran y explotan las ofertas de entretenimiento. Por unanimidad, propios y extraños reconocen las fortalezas que se han sintetizado y las presumen decisivas para que el consorcio sea una instancia dominante en el escenario convergente.

El recuento de las actividades empresariales del consorcio desde luego impulsa y robustece la producción y difusión de contenidos. En el recorrido que las censa y explicita se identifican tres grandes áreas de desarrollo, que tanto atienden el negocio de la radiodifusión de manera integral como previenen su evolución hacia nuevas plataformas de aprovechamiento y explotación. Así, el primer eje que se precisa con el arranque de los noventa refiere a la *implementación de redes de difusión*, que entre otras tareas comprende la ampliación y reestructura de la infraestructura nacional y la expansión de facilidades propias en el exterior. Como segunda línea irrumpen el objetivo de *vigorizar la creación de contenidos originales*, tarea que involucra al consorcio y a la concreción de acuerdos de negocio con otras grandes empresas de medios y en el área editorial, donde con el tiempo habrá de centralizar una gran infraestructura para el continente latinoamericano. Finalmente, el tercer conjunto remite a la *búsqueda de nuevos cimientos de desarrollo*, que se sustentan sobre todo en la explotación del formato digital. Las empresas **Cablevisión** y **Sky** juegan un papel importante en esas labores, y por igual surge la actividad del consorcio en Internet, con el portal **esmas.com**. Éste último habrá de tomar mayor relevancia con uno de los últimos movimientos financieros del grupo: acuerdo con **Intel** para ofrecer una amplia variedad de contenidos bajo pedido por Internet, a través de dispositivos terminales equipados con la tecnología de **Intel Viiv** que aporta con entusiasmo la compañía foránea. Que el corporativo y su contraparte designen al proyecto como primicia en el arribo del *hogar digital*, en mucho remite a la concepción que habrá de guiarlos en esa travesía binaria: la base de desarrollo es el entretenimiento en línea, donde el consorcio tiene tantas horas de vuelo que puede diseñarlo todo.

### 1. *El entorno: erigir las bases del desarrollo próximo*

En lo obvio, el movimiento era un golpe frontal a su posición de mercado, a su liderazgo único. La venta de las cadenas estatales 7 y 13 en 1993 tenía ese sostén ideológico y su planteamiento se reforzó más aún cuando los nuevos propietarios de la infraestructura anunciaban que para explotarla seguirían la pauta comercial. ***“La televisión es un instrumento de entretenimiento donde la gente se distrae y se relaja*** –afirmaba el flamante poseedor de la televisora no mucho después de hacerse del activo. ***“Quien no entiende eso, no entiende la televisión”***<sup>30</sup>, concluía para cerrar el expediente. La emisora naciente habría de recorrer la ruta publicitaria, y en ese transcurso era inevitable el litigio con el monopolio. Tal situación por lo menos volvía incierto el apoyo incondicional del régimen

<sup>30</sup> Citado en Alejandro Olmos. “Algunos protagonistas de la televisión”. En: *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana, Volumen II*. México, RMC Comunicación y Televisa, 1999:306pp.

vigente que con claridad se había manifestado durante la venta de **Telmex**: inscribir en la concesión modificada el interdicto de transmitir señales televisivas, seguro colmó a la televisora en aquellos momentos. Tres años después esa balanza que le había dado ese saldo favorable, parecía oscilar hacia el otro polo; y con una sola decisión.

Más la aparición de **TV Azteca** de hecho no cuestiona el apoyo estatal; ni siquiera lo aletarga. Con el claro sabor compensatorio, en marzo de 1994 se le otorgan en concesión 62 frecuencias televisivas en todo el territorio que habrían de fundamentar la conversión en red nacional del canal 9, señal alejada ya desde 1990 de la vocación cultural que se autoatribuyó hacia 1983. En 1995, el grupo le dedica una inversión de 70 millones de dólares para instalar la infraestructura de repetidoras que en el papel abarcaría 28 estados de la república con el potencial de alcanzar hasta 55 millones de habitantes en 9.2 millones de hogares<sup>31</sup>. Justo esta clase de inversiones fungía como parte de las acciones encaminadas a superar la crisis económica que padece el consorcio, misma que se conoce hacia el principio de la década pero que se ha incubado por lo menos desde cuatro años atrás. *“El último mes de 1991 se inició con una noticia sorpresiva para muchos: Televisa –la empresa que todo mundo suponía casi perfecta, sin posibilidad de tener pérdidas- confesaba una grave crisis de liquidez y reconocía, asimismo, haber registrado déficit importantes desde 1987”*<sup>32</sup>. Parte de esa falta de liquidez se cosecha en la reestructuración accionaria que a fines de la década de los ochenta enfrenta el grupo, y cuya sentencia implicó la compra de las participaciones de los socios que salieron y el endeudamiento de la empresa para solventarla<sup>33</sup>. La magnitud de la crisis la hace persistir por varios años, y convierte el accionar del consorcio en una larga serie de ejercicios, animaciones y permutas que lo mismo arrojan beneficios sostenidos, que pérdidas o por lo menos dilaciones que atrasaron la recuperación económica, aunque nunca la comprometieron.

Para sanear sus finanzas, el consorcio lleva a cabo acciones distintas que pretenden fortificar sus haberes. Inicia e impone una campaña persistente de austeridad y reducción terminante de costos; desde 1991 ingresa en la bolsa de valores, la nacional y la estadounidense, y a la par lleva a cabo inversiones y venta de activos, para conformar un paquete económico que en el papel habrían de devolverle el equilibrio. En la compra de activos se cuentan las referencias de los desarrollos que rescata Florece **Toussaint** del informe anual de la firma de 1994, y que no únicamente se encaminaron a fortalecer la capacidad de producción simbólica del grupo sino también otras áreas productivas, que en ese tiempo se consideraron atractivas para la reproducción a corto plazo. Sin embargo, en pocos

---

<sup>31</sup> Cfr. Fernando Mejía Barquera. “Del Canal 4 a Televisa”. En: Miguel Ángel Sánchez de Armas (Coordinador). *Apuntes para una Historia de la Televisión Mexicana. Volumen I*. México, Revista Mexicana de Comunicación-Televisa; 1998:19-98pp. Y: Florence Toussaint.Op. Cit. Nota 28:110-111pp.

<sup>32</sup> Fernando Mejía Barquera. “Los medios en 1992: una triste historia”. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. No. 27, Enero – Febrero de 1993:9pp.

<sup>33</sup> Según Carlos Acosta, la reorganización contribuyó con cerca del 70% de la deuda por un billón 893 mil 700 millones de pesos que tenía el consorcio hasta agosto de 1991. Cfr. “Para afrontar compromisos, vende parte del consorcio familiar **Televisa**, gigante en crisis de liquidez por tres años de pérdidas y por la salida de socios”. En: *Proceso*, No. 790; 23 de diciembre de 1991:6pp.

meses, de la serie que sigue comienzan a descontarse varios de los mencionados, pues sólo ocuparon un lugar efímero en las filas del corporativo y pronto desaparecen de su entorno. Dice Toussaint: ... "*La falta de liquidez de Televisa también se debió a una serie de inversiones que realizó entre 1992 y 1994. En el primer año gastó 535 mil 6 nuevos pesos en adquirir Pampa Estudios; Compañía Peruana de Radiodifusión y Grupo América. Al siguiente año erogó mil 144 mil 313 nuevos pesos por Panamsat; Publicaciones e Impresiones Mexicanas (diario Ovaciones); Nueva Generación; Consorcio Labelle; Unión Ibérica de Radio; Radiotelevisión del Río Bravo; Radiotelevisora de la Rumorosa; Radiotelevisora de Mexicali y Radio Comerciales. En 1994 desembolsó 119 mil 531 nuevos pesos por la adquisición del resto de Ovaciones; Comercializadora de Cable; Promociones Inmobiliarias Karrara; Televisine España...*"<sup>34</sup>

La amplitud de la lista muestra ya que la búsqueda de estabilidad del consorcio derivó en ejercicios de distinta índole, algunos de los cuales finalmente resultaron fallidos y debieron cercenarse. Otros le permitieron ya afianzar su posición económica, ya inyectar recursos frescos en algunas de sus líneas de producción para rejuvenecerlas o apuntalar su desahogo. El caso de **Megavisión**, radiodifusora de Chile cuya compra parcial se lleva a cabo en 1991, ilustra el primer caso: los propietarios locales no aceptaron la ingerencia del monopolio, y el ambiente hostil que acompañó a ese rechazo seguro influyó en su desincorporación tres años más tarde. Un segundo ejemplo ilustra la batida por la liquidez: la adquisición del 50% de las acciones del sistema de satélites **Panamsat**, parece argumentarse en efecto sólo como una inversión especulativa, ya que se mantiene por algunos años y al vender el paquete hacia 1996 obtiene una ganancia sustantiva: los 200 millones de dólares que se dedicaron a conseguirla, se transforman en 600 al momento de finiquitar la reventa. El tercer caso es similar en procedimiento pero diferente en su destino, en tanto el recurso que se obtiene logra concretarse en operaciones específicas. En una de las fusiones más publicitadas y promisorias, que mereció calificativos de toda índole y fue duramente alabada por los menos y criticada por los más, **Telmex** adquiere el 49% de **Cablevisión** por 211 millones de dólares a mediados de 1995. La transacción auguró la conformación de un monopolio sin más frontera que el planeta, y sin embargo tuvo vigencia sólo hasta abril del 2002, cuando la telefónica vende su participación y cierra el expediente de tajo. Aunque para ésta el movimiento puede clasificarse como enroque fallido, para **Televisa** significó la posibilidad de aumentar sus activos. Los ingresos que llegaron fueron dirigidos a soportar inversiones de capital para sus proyectos de distribución de televisión, con los cuales tonifica su posicionamiento en los mercados mexicano y continental. Así, 70 millones de dólares de aquella partida se destinaron a la creación de la cuarta cadena nacional, canal 9, mediante la instalación de sus 62 estaciones repetidoras. En forma simultánea, 60 millones más tuvieron por objetivo el profundizar la indagatoria sobre un nuevo servicio de paga, el *Near video on demand*, cuyo destino previsible seguía dos vías: mediante la explotación de las frecuencias en UHF del canal 46, donde se planeaba comprimir hasta 12 señales diferentes; y a través de la cadena regional en DTH, cuya conformación arranca también en 1995. El plan de

<sup>34</sup> Florence Toussaint.Op. Cit. Nota 28:105-106pp.

entonces del consorcio era conducir el servicio a través de los transpondedores del satélite doméstico **Solidaridad I** y de un homólogo de la empresa **Panamsat**, con los cuales se cubriría a todo el continente con una propuesta televisiva uniforme.

De ida y de regreso, los ensayos que abortan y las maniobras acertadas salvaguardan a la firma e incluso otorgan un soporte económico apenas suficiente para sortear una segunda reestructuración accionaria, ahora en 1997 y ya con una administración renovada, en manos del nuevo heredero quien recibe el apoyo directo del Ejecutivo para mantener la silla<sup>35</sup>. Si bien el grupo ha pretendido convertir esos tiempos en ejemplo de su sagacidad y visión empresarial porque de la crisis que los caracterizaba siguió la recuperación completa del consorcio, cuando no incluso su bonanza económica <sup>36</sup>, es claro que más allá de la retórica, a partir del nuevo siglo se produce un gran contraste en su desempeño corporativo que la ha llevado al escenario de los grandes grupos multimedia, donde no sólo alterna y comparte, sino también encabeza y marca la tendencia de la producción televisiva en español. De esta forma, del entramado de acciones, enroques y actividades que **Televisa** desarrolla desde 1992 se desprenden inversiones y acuerdos que al confirmar su viabilidad económica y permanecer en la estructura del consorcio producen un impacto dual. Por una parte, se **constituyen como los pilares de las ocho fuentes de ingreso y de negocio que el grupo identifica**, y, asimismo, **al ensamblarse y dinamizar su operación conjunta, organizan la fortaleza y solvencia del grupo**. El desglose de movimientos que enseguida se aborda deben comprenderse pues en esa doble dimensión.

## 2. *Creación y refuerzo de infraestructuras de radiodifusión.*

Para el mercado nacional, la conformación de canal 9 como red nacional en un solo golpe concreta el deseo del consorcio para los noventas: generar infraestructuras de difusión para optimizar el suministro de su oferta, tanto en el escenario mexicano como en aquellos de habla española a escala internacional. En consecuencia, jugando con la disponibilidad financiera y el riesgo de invertir los recursos que podían dedicarse, el consorcio lleva a cabo los desarrollos mancomunados siguientes, cuyo propósito fue multiplicar las plataformas de distribución de contenidos de la empresa.

<sup>35</sup> Historia que se reseña en la contribución de Raúl Trejo Delarbre, quien narra la protección del Presidente a la familia propietaria cuando los demás accionistas pretendieron tomar un papel mayor en el manejo de los destinos del grupo. Cfr. "Azcárraga Jean, protegido por Zedillo". En: *Zócalo*, Número 97, marzo de 2008:29-32pp.

<sup>36</sup> Ver por ejemplo las declaraciones de sus funcionarios que reproduce Jenaro Villamil. Cfr. "Televisa, de la transición a la concentración". En: *Zócalo*, Número 81, noviembre de 2006.

*a. Operación conjunta con socios venezolanos y estadounidenses para adquirir la cadena de televisión en español Univisión, por 550 millones de dólares.*

La actividad retoma el desempeño internacional de **Televisa**. Hasta abril de 1992, fecha de la transacción, la cadena constaba de 581 repetidoras en Estados Unidos. El grupo aporta 50 millones de dólares, cifra que le alcanza para concentrar el 25% de la estación. Ese porcentaje irá disminuyendo con el tiempo: en 1996, cuando la compañía realiza una oferta pública de acciones, desciende hasta el 19.8%, y dos años después **Televisa** la reduce en 8.8 puntos más al vender un lote accionario por 231 millones de dólares.

Para fines del 2000, **Univisión** adquiere 13 televisoras de la red **USA Network** y con ello logra concentrar hasta el 80% del potencial de penetración en el mercado hispano de Estados Unidos. Tal resonancia cuantitativa pareció animar a la firma, y a fines del 2001 redondea su participación con 670 millones de dólares, lo que le asegura la propiedad del 15% de la cadena. Con ello obtiene la vicepresidencia de la televisora y el aumento de 9 a 12 puntos en el porcentaje de regalías que se le pagan por su programación, la cual constituye el contenido fundamental de los horarios estelares. Como parte del acuerdo, **Televisa** vende a **Univisión** en 260 millones de dólares su subsidiaria de discos, **Fonovisa**, cesión que no le impide mantener relación con la disquera en tanto se mantiene dentro de la estructura de negocios conjunta. También han creado a partes iguales la firma **TuTv**, que opera y distribuye cinco canales digitales de televisión en español para los sistemas restringidos por cable y por satélite de Estados Unidos.

Al término de 2005, la empresa se declaró en quiebra y su venta desató una avalancha de informaciones donde se listaba a **Televisa** como la instancia con mayor oportunidad de concretar la compra. La especulación termina abruptamente en septiembre de 2006 cuando se anuncia que los accionistas de la televisora aprobaron la oferta del consorcio **Umbrella Holdings**, integrado por las compañías de inversión **Madison Dearborn Partners**, **Providence Equity Partners**, **Texas Pacific Group**, **Thomas H. Lee Partners** y **Saban Capital Group**. El precio por acción fue de 36.25 dólares lo que arrojó un total aproximado de 13 mil 700 millones de dólares, donde se incluyen mil 400 de deuda. Si bien la exclusión de **Televisa** se traduce en el ingreso a sus arcas de cerca de 900 millones de pesos porque vende los 30.9 millones de acciones que posee y éstas también se integran al paquete, las ambiciones del consorcio se truncan de manera radical: pierde una plataforma de distribución de sus programas en territorio estadounidense, que tenía validez hasta el 2017 y que podía concretarse en varias modalidades, tantas como la tecnología de ambas empresas pudiera sustentar. En lugar de ello, la relación entre las partes deviene ahora conflicto y toma cauce en demandas constantes que una y otra ejercen porque interpretan la conducta del contrario como violatorio de sus acuerdos originales. Este vaivén incluso explota antes de que **Univisión** se venda y de hecho se hace evidente cuando es claro que el postor mexicano no las tenía todas consigo en el proceso. Así, desde mayo del 2005, **Televisa** demanda a la empresa por el pago de las regalías generadas por la transmisión de programas de

*artistas exclusivos* a través de Internet, que en apariencia no se habían pactado y en el ambiente de confrontación son motivo de controversia. De igual manera, un año después, el corporativo entabla otra demanda y acusa a su socio de haber roto el acuerdo de programación, que los obligaba a mantener exclusividad hasta el 2017 en la difusión de los materiales producidos por **Televisa**. Y como para contrarrestar esa decisión de la norteamericana, en un primer enroque que después tomará otros asideros, en octubre del mismo 2006 logra concertar con la cadena **Telemundo** la difusión de su telenovela *Amor Mío*, con lo que, *de facto*, rompe su compromiso original.

Finalmente, uno de los últimos episodios sobre la disputa se produce en mayo de 2008, cuando mediante un lacónico comunicado de prensa, el monopolio hace del conocimiento público la imposibilidad que tiene **Univisión** para aprovechar sus materiales en un servicio de video por demanda. "*En respuesta a preguntas que han surgido con relación a la oferta de video bajo demanda de Univisión anunciada el día 19 de mayo*, dice, Grupo Televisa *declaró el día de hoy que el Contrato de Programación que tiene con Univisión no confiere a Univisión ningún derecho para ofrecer el contenido de Televisa en forma de video bajo demanda, incluyendo telenovelas estelares, series o cualquier otro programa de Televisa, así como partidos de fútbol de la liga Mexicana licenciados a Univisión por Televisa*"<sup>37</sup>. En síntesis, el enfrentamiento continúa y está lejos de resolverse para uno u otro bando.

*b. Transacción del 76% de las acciones de la Compañía Peruana de Radiodifusión, en abril de 1993.*

La compra no fue acto menor en tanto la compañía integra 10 estaciones propias de TV y cinco más asociadas, así como emisoras de radio en AM y FM. En el mismo movimiento, compra a **Cable Sistemas**, pequeña empresa de televisión de paga con servicio sólo en Lima, la ciudad capital, pero con un perfil monopolístico.

*c. Estaciones en la frontera norte del país para difusión foránea.*

En julio de 1995, la firma anuncia la compra de tres estaciones localizadas en poblaciones limítrofes de la frontera norte: el Canal 6 de Tijuana –cuya concesión pertenecía a la empresa **Radio Televisión, SA**– y las ubicadas en Tamaulipas, Canal 57 de Nuevo Laredo y Canal 17 de Reynosa. La posición geográfica y la potencia radiada de las tres emisoras garantiza la recepción de la señal en las localidades estadounidenses cercanas, con lo que **Televisa** encuentra una base de operaciones localizada en territorio nacional para vehicular programación original en inglés en los géneros que domina ampliamente: noticieros y telenovelas. A ese respecto, el consorcio señala: "*XETV, ubicada en la ciudad de Tijuana, transmite en la banda VHF. La estación, afiliada a la cadena Fox, ha*

---

<sup>37</sup> Grupo Televisa. *Grupo Televisa emite declaración con relación a la oferta de video bajo demanda de Univisión*. Boletín de Prensa del 21 de mayo de 2008. En: [www.televisa.com.mx](http://www.televisa.com.mx).



*permitido que la compañía cuente con una cobertura sobre el mercado de San Diego, uno de los más importantes de Estados Unidos. Las otras dos estaciones, XHFOX y XHFTX, que transmiten programación en inglés en la banda UHF, están ubicadas en la frontera con el estado norteamericano de Texas, lo que acentúa su importancia comercial. Las tres emisoras transmiten en inglés, incluyendo programación de la cadena de televisión Fox<sup>38</sup>.*

Más la experiencia fronteriza no únicamente le proporciona un canal más de transporte hacia el mayor mercado mundial de consumo televisivo. También, conllevó la formalización de relaciones con el quinto grupo de medios más poderoso a escala planetaria: **News Corporation**, propietario de la cadena estadounidense **Fox** y matriz de programación de la televisora de Baja California. La integración de objetivos y de intereses que **Televisa** logra articular con el conglomerado, desemboca en una maniobra sustantiva para la evolución de las infraestructuras de transporte de la compañía, que toma forma antes de que termine el siglo: su involucramiento estelar hacia 1995 en la plataforma satelital de difusión directa de televisión **Sky**, hasta hoy, clímax en las acciones de expansión de infraestructura del consorcio. En el ámbito continental, el servicio reúne a **Televisa** con los grupos **The News Corporation Limited**; **Liberty Media (ATT Broadband)** y **Organizaciones O'Globo**. Para México, la explotación del servicio se lleva a cabo a través de **Innova**, donde **Televisa** es propietaria del 58.7% y a través de **The DirecTV Group**, **News** y **Liberty** comparten el paquete nacional como socios minoritarios. A fines del 2005, la empresa logró absorber hasta 144 mil clientes de **DirecTV**, que retiró su operación, y llegó hasta el millón 250 mil suscriptores, más que cualquier otro operador. Mediante la misma fórmula, ya en el 2007, **Innova** se internacionaliza y en agosto ingresa a Costa Rica y hacia noviembre a Nicaragua; Panamá y República Dominicana. El universo de usuarios a servir en la región es cercano a los 60 mil suscriptores, que ahora pueden ser cautivos también de la programación del consorcio<sup>39</sup>.

#### *d. El ingreso al mercado español.*

Tanto por el aprovechamiento de la plataforma **DTH** para América Latina como por el impulso a la generación de programas que desata el sistema, se deriva la prestación del servicio para el mercado español y para los segmentos locales de varios países latinoamericanos. En el primer caso, hacia el 2001, **Televisa** participa en la plataforma **DTH Vía Digital** que entrelaza al operador **Telefónica de España** con un dominante 67.4% de la sociedad; a **DirecTV** con el 6.9%; grupo **Recoletos** –editor de los diarios **Marca** y **Expansión**– con el 5%, y a un conjunto de compañías de televisión y periódicos españoles que concentran el 10.7% restante. **Televisa** posee el 10% adicional y suministra la programación para cinco de los canales transmitidos.

<sup>38</sup> Grupo Televisa. *Informe anual del 2001*. México, Televisa, Abril de 2002:9pp.

<sup>39</sup> Datos de Verónica Gascón. "Exporta **Sky** su señal hacia CA". En: *Reforma*, 1º de agosto de 2007.

La relación con el mercado español fructifica en otro protagonismo, ahora con el llamado **Grupo Audiovisual de Medios de Producción (GAMP)** –donde se integran los grupos **Árbol-Globomedia; Bainet; Drive; El Terral y Mediapro**– que gana la licitación para obtener una licencia de explotación de televisión abierta para todo el territorio nacional. En la región, la nueva televisora se conocerá como **La Sexta**, previéndose una inversión cercana a los 500 millones de euros. Según su propia información, la asociación permite que **Televisa** obtenga el *“40% de una concesión de señales televisivas para España, que incluye un canal analógico y dos digitales con cobertura nacional”*<sup>40</sup>.

Las acciones que se han citado alertan sobre la capacidad y fortaleza del consorcio en la implementación y desarrollo técnicos de infraestructuras, y es claro que aquellas iniciadas durante los noventa debieron sortear la situación financiera del grupo y consolidarse después como opciones rentables, que si no se han mantenido conforme su programación original –como ha sido el caso de **Univisión**- por lo menos han redituado ingresos frescos que el corporativo desde luego aprovecha en otras aventuras; sobre todo en la producción de contenidos que se combinan bajo el concepto genérico del entretenimiento.

### 3. Fortalecimiento de la producción de contenidos originales

1993 parece ser el punto de inflexión entre las estrategias del consorcio enfocadas a generar infraestructuras de difusión y otras más dedicadas a la producción de contenidos. A partir de ese año la compañía promueve y cosecha pactos e inversiones con diversos protagonistas para consolidar y diversificar su cartera de productos. Hasta el nuevo siglo, **Televisa** va a perseverar en esa línea, encauzando su avance en tres vertientes: la *inversión para la compra de facilidades de producción y de explotación en mercados regionales*; la *alianza con terceros para diseñar y producir programas en géneros diversos*; y, la *compra de material que considera rentable para su explotación en sus sistemas propios*. La tercia de ejes arroja múltiples ejemplos durante los noventa. A partir del mismo 1993, el consorcio despliega y compromete las acciones que se sintetizan a continuación.

- a. Asociación con la empresa **QVC Network** (Quality, Value and Convenience, según sus propietarios), que a la época manejaba un servicio de ventas por medios electrónicos con sistemas de soporte en España, Portugal, y el conjunto de Latinoamérica, incluyendo al Brasil. En México, el sistema se canaliza por los cuatro canales de la televisora bajo el genérico **CVC** y logra transmitirse por cerca de dos años; después se abandona por incosteable aunque a fines del 2005 reaparece en los horarios de madrugada. Con todo, el servicio viene a

<sup>40</sup> Ibidem. Nota 33. Apartado de Alianzas.

ser el antecedente de los tiempos televisivos consagrados por entero a la publicidad, modalidad que hoy todos los participantes del medio nacional cultivan y que incluso se transmiten en horarios calificados como *muertos*, en tanto tienen una audiencia muy limitada. Por ello, siempre será ganancia el ingreso que se consiga.

- b.* Compra del 25% de la empresa radiodifusora **Cadena Ibérica** de España en abril, realizando la transacción la compañía **Milar**, sociedad filial de **Radiópolis**, el grupo de radio del corporativo. Parte del acuerdo de adquisición consiste en que **Televisa** proporcione sus esquemas de información noticiosa para su inserción en las barras programáticas de la emisora. En el ámbito operativo, **Cadena Ibérica** queda asimilada a **Televisa España**, compañía propietaria 100% del consorcio. Después, la filial entable negociaciones con el **Banco de Crédito Español** para hacerse del 25% de la cadena española de televisión **Antena 3TV**. El movimiento finalmente no se realiza pero es el antecedente de su intervención posterior en **La Sexta**.
- c.* Arreglos de coproducción televisiva con empresas de Estados Unidos y de Latinoamérica, para desarrollar videoteatros. La firma explica que cada producción se hará con base en autores, actores y directores de cada nación. En principio, participarán las emisoras de Colombia, de Chile (concretamente **Megavisión**, donde hasta esa fecha **Televisa** mantenía el 49% del capital social); Venezuela (**Venevisión**) y Argentina. El proyecto comprendía la confección hasta de 300 historias de noventa minutos de duración cada una. No obstante que se desarrollan las primeras reuniones de trabajo y se plantean algunas actividades conjuntas para sustentar la iniciativa, ésta nunca culmina, aunque el trato permanece todavía. Iniciativas como ésta surgen en el accionar del consorcio y cuando no se espera retornan para cumplir todo lo proyectado. Tal es el caso de **CVC**, hoy redivivo en la plataforma satelital del grupo.
- d.* Trato con la empresa **Discovery Communications**, propietaria del canal de TV de paga **The Discovery Channel**, para el desarrollo de una versión latina de la señal. Se conviene que la distribución del canal se hará vía satélite en México y en América Latina, donde se espera alcanzar una audiencia inicial de 2 millones de telehogares. La firma norteamericana participa con el 60% de la asociación y **Televisa** aporta el porcentaje faltante. Asimismo, el convenio liga al consorcio con **Liberty Media** propietaria de la cadena y socio en la plataforma **Sky**. La emisión no llega a concretarse en los términos originales y **Televisa** únicamente se encarga del doblaje de algunos de los programas incluidos en la red, para su transmisión en español de los mercados estadounidense y latinoamericano.

El protagonismo regional en el mercado latino y la búsqueda de fuentes para avivar su producción de contenidos mantienen su vigencia hasta el fin del siglo. Incluso, el consorcio decide deslindarse de otras áreas no implicadas

directamente en su esfera original de negocio, como fue el caso de la venta de la empresa **Stentor**, engarzada en los anuncios panorámicos y espectaculares. Con ello, su producción se especializa en dos vectores: para *acceder y hacerse de géneros editoriales*, y para *ganar presencia en radio y en cine*. Éste parece ser el sentido de las diligencias que a continuación se numeran, celebradas después del bienio 1996-97:

**e. Julio de 1998...**

**Televisa** y la editorial **Recoletos** de España suscriben un acuerdo para crear un canal económico de televisión en español, **Expansión Financiera**, que será transmitido por satélite, cable y en otras plataformas digitales. La nueva señal se procura a fin de atender las demandas de información económica de un universo poblacional muy significativo: seis millones de españoles y 80 millones de latinoamericanos e hispanos que radican en Estados Unidos, y que demandan esa clase de referencias para normar sus actividades en esa área.

**f. Enero del 2000...**

La compañía **Argos**, el grupo **Televisa**, y las empresas **Titán Producciones** y **Plural Entertainment**, firman una alianza para filmar varias películas, entre ellas *La Habitación Azul*, *Vivir Mata* y *La Hija del Caníbal*. Además de contribuir en la producción, **Televisa** participará en la distribución de los materiales producidos en todos los mercados donde tiene presencia.

**g. Agosto del 2000...**

Compra del 35% de **Editorial Televisa**, misma que se integra en la estructura del grupo. La empresa es propietaria de las revistas *TV Novelas*, *Teleguía*, *Somos*, *Eres*, *Furia Musical*, *Tú*, *Variedades* y *Muy Interesante*, entre otras, que totalizan hasta 50 títulos de diversas categorías que se distribuyen en 19 países. La integración de la editorial fue mediante una emisión de 172 millones de acciones de **Televisa** a favor de la accionista mayoritaria de la editorial. Las tareas editoriales de la empresa se complementan con **Intermex**, red de distribución internacional de publicaciones para Latinoamérica. Dispone de 25 mil puntos de venta en México y 60 mil en el extranjero. De acuerdo con su publicidad, la red puede alcanzar hasta a 300 millones de hispano parlantes.

**h. Diciembre del 2000...**

El Grupo editorial **Televisa** y la compañía **Abrenuncio** de Colombia, suscriben un convenio para la publicación periódica de la revista *Cambio*. La editorial colombiana se compromete a aportar el diseño y los contenidos, mientras que el consorcio suministra la infraestructura técnica y los canales de distribución. Al decir de los involucrados, la parte mexicana dedicó hasta cinco millones de dólares de inversión original.

**i. Mayo del 2001...**

Firma de un contrato de coproducción de telenovelas en español y portugués con **SBT**, con un valor de 200 millones de dólares y una duración de cinco años. **Televisa** queda comprometida a proporcionar asesoría en la realización de programas de televisión a su contraparte.

**j. Octubre del 2001...**

Después de que la **Comisión Federal de Competencia** rechaza la fusión entre **Radiópolis** y el **Grupo Acir** por considerar que podría incurrir en prácticas monopólicas, se autoriza la compra del 50% de la firma por parte del grupo de medios de España, **Prisa**. La operación, publicitada como palanca para el *'desarrollo de la radio en México'*, comprende una inversión de 50 millones de dólares y una aportación de capital hasta de 10 más. Mediante la gestión conjunta, el acuerdo permitirá mejorar la comercialización publicitaria; crear nuevas fórmulas de difusión en el ámbito informativo, en el musical y en difusión local o en cadena; y maximizar el rendimiento de los recursos dedicados.

**k.** En el mismo octubre y bajo la premisa de conseguir una *"asociación estratégica que combina los 50 años de experiencia de Televisa produciendo contenido de calidad en español, con la creatividad e innovación de Endemol Corporativo"*, se funda la empresa mixta a partes iguales **Endemol México**. La nueva unidad está enfocada a la producción de programas televisivos y de contenido interactivo para el mercado mexicano y otros de habla hispana. La primera fase del acuerdo implica que **Televisa** tiene derecho de primera compra sobre el catálogo de 400 formatos de la empresa holandesa, donde se incluye el reality show que inaugura el género, **Big Brother**. El consorcio asume también el compromiso de adquirir los contenidos que produzca **Endemol** durante 5 años. Conforme sus promotores, *"las plataformas de la empresa son muy populares entre los televidentes de 15 a 35 años de edad, lo cual es consistente con el grupo objetivo de los clientes de Televisa"*<sup>41</sup>.

El empuje para producir contenidos que caracterizó a la empresa desde 1998 entra en un *impasse* y se detiene para el bienio 2002-2003. No obstante, en el primer año implementa otras acciones en un mercado íntimamente relacionado: los eventos de entretenimiento en vivo. Dos son las acciones que se destacan en ese terreno...

---

<sup>41</sup> Los datos sobre la fusión con el **Grupo Prisa** y con **Endemol** se toman de los boletines de prensa del consorcio; respectivamente: **Grupo Televisa y Grupo Prisa celebran una alianza estratégica**. 15 de octubre del 2001; *Alianza estratégica de Prisa con Televisa para el desarrollo de la radio en México*. 17 de octubre del 2001; y, **Grupo Televisa y Endemol comenzarán a producir en México**. 21 de octubre del 2001.

**l. Junio de 2002...**

Anuncia la creación de **TicketAccess**, desarrollada mediante una alianza estratégica con la empresa **Bank Note Corporation**, dedicada a la integración de soluciones avanzadas de valor agregado. La nueva empresa se enfocará a proporcionar el servicio de boletaje para eventos de entretenimiento en vivo, primeramente en centros dedicados y después vía Internet. La intención del consorcio es evidente: destaca que **TicketAccess** constituye un *“paso más de Televisa hacia la integración vertical de su operación en el negocio del entretenimiento en vivo”*.

**m. Octubre de 2002...**

Se asocia con el grupo líder de entretenimiento en vivo de América Latina, España y el mercado hispano de los Estados Unidos, **Corporación Interamericana de Entretenimiento, SA (CIE)**, para formalizar la adquisición del 40% de su filial **OCESA Entretenimiento**, propietaria de todos sus activos radicados en México que se estima alcanzan un valor de 107.2 millones de dólares. La compañía explotará un modelo de integración vertical de espectáculos, y conforme sus propietarios, *“se espera crear sinergias importantes como resultado de esta alianza estratégica, ya que ambas compañías contribuyen con su experiencia y conocimiento de la industria. OCESA tendrá acceso a los canales de promoción y distribución de Televisa en México. Asimismo, Televisa contará con una primera opción para transmitir películas y eventos especiales a través de sus canales de televisión abierta y de paga”*<sup>42</sup>. Resulta evidente que esta fusión habrá de apoyarse también en el sistema **TicketAccess** para su desahogo operacional.

Para **Televisa**, la explotación comercial del accionar de la firma conjunta va más allá de la declaratoria que antecede. El consorcio aprovecha los eventos en vivo en por lo menos dos de sus instancias corporativas:

- \* **Televisa Home Entertainment**, encargada de *‘seleccionar, adaptar y producir en formato DVD las producciones de la empresa que hayan tenido éxito en pantalla para su comercialización nacional e internacional’*. La empresa ha pasado de ofrecer programas musicales a deportes, series de televisión, reality shows, y a partir del 2005, telenovelas, que se dirigen tanto al mercado hispano como anglosajón, ya que incluyen subtítulos en inglés. Para el 2006, la compañía proyecta adaptar al formato DVD 15 telenovelas de éxito en la TV latinoamericana, que se distribuirán en todo el continente<sup>43</sup>. Y,

---

<sup>42</sup> En cada caso, ver boletines de prensa: **Grupo Televisa** forma empresa de boletaje para eventos de entretenimiento en vivo. Junio 13 de 2002; y, **Grupo Televisa** y **CIE** establecen una alianza estratégica para el entretenimiento en vivo en México. Octubre 18 de 2002.

<sup>43</sup> Cfr. P. Singer. “Telenovelas latinas: el nuevo nicho en los DVD”. En: *Wall Street Journal*, 22 de agosto de 2005.

- \* **Televisa Música**, concebida como la *'plataforma para el desarrollo de nuevos talentos y para la creación de nuevos espacios que impulsen la música'*.

En una actividad doble y de constante retroalimentación, ambas empresas *i)* asimilan la materia prima que suponen los eventos en vivo y generan contenidos específicos; y *ii)* tienen la posibilidad de promover a sus artistas, grupos y actores mediante eventos en vivo, que implementa **OCESA**. Esta posibilidad se refuerza más al consignar dos instancias más del corporativo: el **Centro de Educación Artística (CEA)**, escuela de actores que proporciona hasta el 90% del talento artístico de las producciones del grupo; y **Videocine**, encargada de la producción de películas. Las sinergias entre toda la estructura corporativa conlleva una integración vertical que copa todas las etapas. Por ejemplo, el producto *Rebelde*, que inicia como telenovela y pronto se reproduce en otros soportes, incluyendo las presentaciones en vivo, es muestra concreta de ello.

En el mismo eje de producción de contenidos para mercados específicos, destacan movimientos que se implementan en el cuatrienio 2004-07, y que argumentan tanto líneas de negocio conocidas como áreas inéditas de actividad, que el consorcio decide explotar ya por su rentabilidad cierta, ya por abrir el sendero para nuevas negocios y oportunidades. Así se cuentan...

#### **n. Explotación de licencias.**

Como línea de negocios, las licencias de programación son un campo relevante para la distribución de contenidos en tanto puede explotarse el mercado de los sistemas abiertos y asimismo concretarse como producción especializada para los servicios de televisión restringida. En conjunto, el segmento generó en promedio el 9.1% del total de ventas de la empresa en el decenio 1998-2007. Por medio de la licencia, el grupo otorga tanto la programación propia como los derechos de la generada por terceros, a las estaciones de México y del extranjero y a los esquemas de paga. Para el 31 de diciembre del año 2000, según su propio dicho, **Televisa** tenía más de 152 mil medias horas en su videoteca para ser explotadas bajo licencia<sup>44</sup>.

Tres buenos ejemplos del manejo de licencias se argumentan en el bienio 2004-2005. La primera muestra se produce en enero y remite a la firma de un convenio de colaboración entre el **Canal 22** de la ciudad de México y **Fundación Televisa**, por el cual el primero puede transmitir en su programación periódica tanto algunas de las emisiones culturales de **Televisa** como otras producciones de su acervo filmográfico. El acuerdo tiene una vigencia de tres años y permite que la televisora estatal pueda incluir hasta 40 horas semanales de

---

<sup>44</sup> Grupo Televisa. *Informe anual del 2000*. México, Televisa, Abril de 2001:16pp

programación –más de 2 mil por año– procedentes del consorcio<sup>45</sup>. Aunque si bien esta clase de convenios configura otra ventana de exposición de los productos del consorcio, es claro también que su función se codifica en las relaciones públicas que su propia Fundación lleva a cabo normalmente para crearle una imagen positiva.

Lejos de la filantropía, el segundo ejemplo remite al tema del manejo mancomunado de marcas y licencias. En noviembre de 2004, se conoce en efecto que el grupo y **MTV Networks Latin America** comprometieron un acuerdo para que el consorcio sea el representante exclusivo de las licencias para producir artículos de consumo propiedad de **MTV** y su matriz **Nickelodeon**. Esta actividad –que otorga a la empresa la categoría de ‘agente licenciario’– ha tenido un apoyo constante de la firma, llegando incluso a desarrollar **Televisa Licencias** para explotarla de manera formal y ofrecerla a operadores televisivos de más de 60 países<sup>46</sup>. En la producción especializada para los sistemas de televisión restringida, es de destacarse la función de **Televisa Networks**, que se encarga de producir, distribuir y comercializar señales diseñadas en específico para el mercado mundial de TV restringida. Según la información del grupo<sup>47</sup>, en el 2006 confecciona 26 canales bajo 14 marcas, que se difundían en sistemas de televisión de paga de más de 46 países.

Por último, ya en el 2005, en febrero, se conoce que la empresa estadounidense **United Media** se ha asociado al consorcio para representar en su mercado natural los derechos de sus productos, en concreto las telenovelas infantiles y la serie de programas muy reconocida *“El Chavo del Ocho”*. La firma buscará concretar alianzas con agentes estadounidenses para comercializar productos para la apariencia, accesorios y otros más que utilizan los personajes de los programas. *“Existe una significativa oportunidad en la promoción del substancial y creciente mercado hispano en Estados Unidos”*<sup>48</sup>, afirmó la empresa foránea. Y el mercado de los niños entre los 8 y 12 años que se define como *target* es sin duda prometedor frente a ese comercio de amplio futuro.

**o. Junio de 2004...**

A través de su división de radio, **Radiópolis**, firma un acuerdo de producción y distribución de programación con **Radorama**, que incluye 41 estaciones de esa empresa. La filial de **Televisa** aportará sus marcas **W Radio**, **Ke Buena** y **Bésame Radio**, que son soporte de contenidos noticiosos, deportivos, de entretenimiento y musicales. La adición de **Radorama** implica que la red conjunta llegue hasta las 71 estaciones asociadas, para cubrir el 90% del territorio nacional.

<sup>45</sup> ---- “Bitácora”. En: *Revista Mexicana de Comunicación*, No 86, Abril–Mayo de 2004.

<sup>46</sup> ---- “Bitácora”. En: *Revista Mexicana de Comunicación*, No 90, Diciembre 2004–Enero 2005.

<sup>47</sup> Grupo Televisa. *Informe anual 2006*. México, Televisa, abril de 2007.

<sup>48</sup> Datos de: ---- “Licencian personajes de Televisa”. En: *Servicios de La Opinión*. 21 de febrero de 2005.



**p. Noviembre de 2004...**

Establece una alianza estratégica con la empresa **Hispanic Publishing Group (HPG)**, líder de la industria editorial en español en el mercado de Estados Unidos. La empresa formada es la **Hispanic Publishing Associates**, cuya estructura de capital se divide entre **Televisa** con el 51% y **HPG** el 49% restante.

**q. Marzo de 2005...**

Después de una negociación que tomó más de 18 meses, adquiere por una cifra estimada en 40 millones de dólares la totalidad de acciones de la **Editora Cinco**, que se considera pilar para conformar el grupo editorial más grande de América Latina, y en el que Colombia será centro de producción de revistas para todo el continente latinoamericano. Para **Televisa**, la compra le permite aumentar su participación en el mercado de las revistas en el país, en tanto la empresa de 300 empleados edita alrededor de 30 títulos que listan **Car & Driver**, **Muy Interesante**, **Barbie** y **Seventeen**. La compañía tiene operaciones en Colombia, Venezuela, Chile y México. Al adicionar las publicaciones de **Editora Cinco** y **Televisa**, se integra un universo de más de 150 revistas que circulan en toda América Latina y Estados Unidos, y para casi todos los segmentos editoriales y públicos lectores<sup>49</sup>.

**r. Junio de 2005...**

A través de **Televisa Networks**, el grupo adquiere de la **BBC** inglesa dos series de programas infantiles que han tenido gran aceptación. La primera se intitula **los Fimbles**, consta de 123 capítulos y relata las aventuras de unos seres que poseen un especial poder sensitivo denominado **Fimbling**, que les permite conocer al mundo desde una perspectiva única y muy enriquecedora. La segunda es **los Tweenies**, que contempla 80 capítulos y presenta un grupo de cuatro personajes que mediante un *jardín de juegos* reflexionan sobre la vida, practican juegos y llevan a cabo manualidades, y en general entretienen al público infantil. De inicio, para el mercado latino, las dos series se difundirán en el canal **Unicable**, que se transmite por **Sky** y **Cablevisión**<sup>50</sup>.

**s. Julio de 2005...**

Enmarcada como un acuerdo entre las dos empresas más grandes del mundo en su área de actividad, se compromete la asociación con **EMI Music**, subsidiaria de **EMI Group plc**, cuya especialidad es la producción de música grabada. El convenio crea en partes iguales la empresa **Televisa EMI Music**, que se encargará de desarrollar artistas a partir de la música. Se menciona que el ideal a producir es la marca *Rebelde*, que ha

---

<sup>49</sup> Datos de ---- "El grupo **Televisa** adquiere el 100% de la **Editora Cinco**". En: *Noticias sobre el medio Revistas*. Número 38; Marzo de 2005. En: [www.ethingsonline.com/aribol/boletin\\_38.htm](http://www.ethingsonline.com/aribol/boletin_38.htm) Fecha: 12 de julio de 2007.

<sup>50</sup> ---- "Televisa Networks y la **BBC** de Londres acuerdan transmisiones". En: *UTV.com*; 19 de marzo de 2005.

logrado una amplia producción musical a partir de la creación de personajes de telenovela y después con su conversión en grupo musical.

**t. Noviembre de 2005...**

En otra evidencia de su relación con **NBC Universal**, el consorcio negocia y obtiene un nuevo acuerdo para obtener los derechos de exhibición de una franja amplia de películas que ha producido la estadounidense. Los filmes *King Kong*, *The 40 Year-Old Virgin*, *Gladiator*, *The Mummy*, *Van Helsing* y *The Hulk* entran en el paquete y aseguran audiencias superiores por la difusión que han tenido durante su exhibición en salas cinematográficas. Asimismo, el convenio se aplica a series de televisión –como *House*, *Monk*, *Battlestar Galáctica* y *Surface*– que también podrán integrarse en las barras programáticas del consorcio en cualquiera de sus plataformas<sup>51</sup>.

**u.** La productora y distribuidora de programación infantil **Nelvana**, difunde que ha establecido un acuerdo de tres años con el grupo, por el cual otorga a la televisora la primera opción sobre los derechos de transmisión y mercadeo de sus nuevos productos. *“El convenio garantiza posicionar en la televisión abierta de México nuestras principales marcas, y permitirá a nuestro negocio crecer en este mercado clave en cuanto a oportunidades de ventas de derechos y de coproducción”*<sup>52</sup>, afirmó uno de los ejecutivos de desarrollo de negocios. Entre los productos de la empresa destacan los programas **Di-Gata**, **Defenders** y **Jane and the Dragon**, que han tenido éxito en sus mercados originales.

**v. Diciembre de 2005...**

Desarrolla una licitación para contratar el servicio de proveeduría de juegos electrónicos, mismo que obtiene **Scientific Games**. El consorcio informa que para el bienio 2006-2007 proyecta invertir hasta 700 millones de dólares en su nueva subsidiaria, **Apuestas Internacionales**, cuya estructura accionaría comparten **Grupo Televisa** y **Televisa Juegos**. Este enroque pretende operar la autorización que obtuvo en junio y que le permite instalar 65 locales donde se podrán habilitar centros de apuestas remotas y salas de bingo, hasta en 29 estados de todo el país<sup>53</sup>. La concesión tiene una vigencia de 25 años –con la posibilidad de refrendarse por 15 más– y para su control y gestión depende por entero de redes de telecomunicaciones y de informática. La explotación de las frecuencias televisivas tiene pues otro asidero empresarial para eslabonarse.

En la implementación de la línea de negocios, para fines del 2006 dispone ya de cinco centros de apuestas remotas y salas de sorteos de números, que se integran en el nombre comercial **Play City**. Asimismo, inicia la

---

<sup>51</sup> ----- “Televisa extiende acuerdo con **NBC Universal**”. En: *TV Latina*, 17 de octubre de 2005.

<sup>52</sup> ----- “**Nelvana** firma acuerdo con **Televisa**”. En: *TV Latina*, 23 de noviembre de 2005.

<sup>53</sup> ----- “Busca **Televisa** gritar ¡Bingo!”. En: *Reforma*, Diciembre 14 de 2005.

aplicación designada como **Multijuegos**, esto es sorteos de números en línea que se implementa sobre una infraestructura nacional de terminales electrónicas.

w. Se conoce en el mismo mes que **Warner Brothers International Television Distribution** ha establecido un acuerdo de contenidos a largo plazo con el **Grupo Televisa**, mismo que incluye los derechos de emisión de películas como *Harry Potter and the Chamber of Secrets*, *Harry Potter and the Prisoner of Azkaban*, *Matrix Reloaded*, *Batman Begins*, *Troy* y *Scooby Doo*, entre otras. Por igual, en el trato se han renovado los contratos para difundir series ya conocidas como *Cold Case*, *Without a Trace*, *Smallville*, *Nip/TUC*, *The O.C.* y *One Tree Hill*, así como las debutantes *Two and a Half Men*, *Baby Looney Tunes* y *Powerpuff Girls*.

x. **Abril de 2007...**

Adquiere la totalidad de intereses de la clasificada como la *“empresa editora de revistas en español más grande del mundo”*, la argentina **Editorial Atlántida, SA**, por 78.8 millones de dólares. Con ello, **Televisa** se hace de una infraestructura de publicación y distribución de 156 títulos ya conocidos en todo el hemisferio latinoamericano que circulan en 20 países hispano parlantes y arrojan un total de 165 millones de copias que se editan periódicamente.

y. **Marzo de 2008...**

Representa una de las últimas maniobras de la firma y al conocerse desató grandes expectativas porque supone el ingreso de la poderosa **NBC Universal** norteamericana al escenario nacional, aunque como proveedor de contenidos y no como titular de un servicio abierto. **Telemundo**, una de sus subsidiarias que se encarga de producir contenido en español para el mercado hispano de Estados Unidos, compromete un acuerdo con el monopolio para distribuir en exclusiva su producción en México mediante múltiples plataformas, lo mismo televisión abierta que de paga, y asimismo mediante los esquemas emergentes de distribución digital.

Con una vigencia de diez años, el acuerdo inicial permite que el canal 9 del consorcio transmita más de mil horas al año de programación original de **Telemundo**, y rentabilice la inversión publicitaria que pueda obtener por ello. Además, la empresa norteamericana se propone generar un nuevo canal de TV de paga con contenidos de entretenimiento y de noticias, a distribuir por **Televisa** tanto a escala continental mediante **Sky** como a través de la plataforma operativa de **Cablevisión**, para el mercado de la ciudad capital y de sus socios regionales. *“Adicionalmente, se agrega, Televisa y Telemundo esperan firmar acuerdos para distribuir el contenido de Telemundo en México a través de otras plataformas emergentes incluyendo*

*Internet, telefonía móvil, DVD y video en demanda*<sup>54</sup>. Si bien en sus términos el intercambio garantiza un flujo norte a sur, no se descarta que pronto pueda proyectarse en ambos sentidos.

La amplitud de coaliciones, pactos y hermandades que durante toda la década de los noventa y lo que va del siglo suscribe **Televisa** tiene un asiento común: *generar contenidos de entretenimiento en una escala industrial, para su distribución en la mayor cantidad posible de circuitos establecidos*. De principio, ese afán ha colmado la transmisión de televisión abierta, normada aún por la seducción del usuario para que pueda clasificarse como población *target*. Esa meta pasa por la manufactura de *programas gancho* que en efecto atraigan la atención del receptor y permitan establecer un vínculo entre la publicidad diseñada y ese segmento poblacional particular. Esta articulación se suma a la cantidad y arroja las ventajas que cualquier analista acepta respecto al consorcio. ¿Qué contenidos habrán de colmar las redes convergentes? En el papel el monopolio puede cubrirlas al hartazgo por dos pautas precisas: su producción es mucha y a la vez es aceptada: si por medio siglo ha vehiculado mensajes similares en fondo y forma, hoy puede cosechar los provechos de esa insistencia porque las audiencias son sensibles a su proposición discursiva. ¿Qué acaso las seis marionetas de RBD se diferencian del timbiriche adolescente? Y éstos, ¿eran distintos a los *niños artistas* que poblaron *chiquilladas*? Más aún, ambos, ¿no son prolongación insulsa de aquellos cantantes infantiles que entonaban melodías tradicionales en los cincuenta, y buscaban hacer honor al apelativo de *estrellas* endilgado por el patrocinio de los chiclosos *tofiço*? Parece que el argumento es igual y se perpetúa. Sólo se cocina con los ingredientes que retratan el tiempo en el que se vive.

Ya en el detalle, la revelación de las ventajas del consorcio en la manufactura de contenidos gira en torno a dos datos clave: el número de horas / programa que la empresa origina, y los niveles de su explotación comercial, que se expresa en varios frentes. Primeramente, los **ingresos por publicidad**, en tanto se considera que sus contenidos son vectores *gancho* para atraer al receptor masivo, por lo que su eficacia se traduce en la facturación publicitaria que el consorcio logra. El liderazgo permanente del segmento de TV abierta en las ventas del consorcio que ya se ha evocado, parece suficiente para probar el éxito económico de la producción del monopolio asociada a la emisión de anuncios. En segunda instancia, **los registros de ventas que consigue la programación en los segmentos asociados**: licencias, esto es, la autorización para su emisión en canales similares, y exportación de programas, donde el contenido es sujeto de un intercambio económico. En el caso del largo maridaje con **Univisión**, el último rubro siempre fue nodal, y el consorcio nunca cesó de repetir que su programación sostenía los horarios estelares de su corresponsal estadounidense. Conforme los datos del corporativo<sup>55</sup>, ha cedido en licencia hasta 52 mil 900 horas

---

<sup>54</sup> Grupo Televisa. **Telemundo**, una subsidiaria de **NBC Universal**, y Grupo **Televisa** firman un acuerdo de alianza estratégica para México. Boletín de prensa del 17 de marzo de 2008.

<sup>55</sup> Grupo Televisa. Form 20-F. *Annual Report pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended december 31, 2007*. 28 de junio de 2008; 25pp.

de programación en el 2005; 48 mil 927 para 2006, y 60 mil 308 hasta diciembre de 2007; éstas últimas se transmitieron en televisoras de 60 países de todo el mundo (*Cuadro 97*).

### Cuadro 97

#### Televisa: producción de contenidos para televisión Período 2000-2007

(Cifras en miles de unidades)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Horas de Programación	47	50	52	53	54.8	57.5	64.7	68.8
Producción local	28	35	nd	39.8	39.8	38.9	nd	42.9
Para TV restringida	10	6	4	4.1	6.4	7.9	nd	17.0

Fuente: Elaborado con información de los informes anuales del corporativo.

La producción de contenidos es materia prima básica en la radiografía de la industria televisiva nacional. A finales de 2006, un examen sobre el sector justo echaba mano de ese indicador para la presentación en sociedad de la industria: en números estimados, se afirmaba que **Televisa** producía poco más de 60 mil horas anuales, frente a sólo 9 mil 140 de **TV Azteca**. El consorcio genera pues casi seis veces más que su único competidor frontal en el escenario mexicano<sup>56</sup>. Estas cifras son únicamente el inicio de la cadena. Apoyan la teoría que contextualiza al comercio de contenidos como una plataforma económica provechosa para las finanzas del grupo. Sobre todo, porque su lógica de implantación no le exige esfuerzos adicionales o extraordinarios: produce para el mercado local donde por lo menos recupera parte de su inversión vía publicidad en televisión abierta, y revende el mismo programa en México y en el exterior sin una erogación más porque sus productos no se destruyen al consumirse.

Ello explica los datos de aparente incongruencia que expone la radiografía mencionada: 70 mil horas exportadas de programación frente a 60 mil producidas para **Televisa**; 23 mil 905 sobre las 9 mil de **Azteca**. En ese 2006, ambas empresas no necesariamente exportaron programas manufacturados el mismo año, premisa que remite a la recapitalización evocada. Con cada nueva colocación, el proceso se recrea, y si el mercado es más amplio se magnifican con él las opciones de reproducirlo. Tal acumulación virtuosa nutre el sentir del vicepresidente ejecutivo del grupo, diestro con seguridad en los engranes de la reventa y la amortización de activos... *“Venderemos a*

<sup>56</sup> Norma Lezcano et Alejandro Ángeles. “Tercera cadena”. En: **Expansión**, No. 951, 18 de octubre de 2006; 53pp.

*todos*, afirma en franco abono a su posición de ventaja. *Al surgir otras empresas en distribución de video, se abrirán nuevas ventanas para los contenidos del grupo*, sintetiza... *Estoy seguro de que, al ser los programas de Televisa los de mayor audiencia, los nuevos distribuidores querrán comprarlos, generándonos nuevas fuentes de ingreso. Queremos vender contenidos –insiste– a Telmex, Axtel y a todos los que entren al negocio. Si nos piden un canal específico, por decir algo, de música, lo produciremos para ellos*<sup>57</sup>. El juego verbal que elabora el funcionario se convierte en premisa sensata para la valuación del riesgo financiero que enfrenta el consorcio ante el entorno de competencia. *“Probablemente Televisa será la empresa con mayor beneficio con este Acuerdo de Convergencia, por tener un efecto positivo en sus ingresos”*, especula y concluye con ese sentido un análisis de mercado que expide Casa de Bolsa Scotia<sup>58</sup>. Tal efecto –agrega el diario La Jornada al retomar el informe, *“derivaría de dos fuentes: del negocio de televisión restringida vía cable, por ser el accionista mayoritario de la compañía más grande en el país, Cablevisión, y por la posibilidad de que esta empresa participe en el negocio de telefonía, así como por un mayor número de operadores en el negocio de televisión que podrían demandar su programación para ingresar al mercado de televisión restringida”*<sup>59</sup>.

El dictamen propone la venta de los contenidos del grupo cuyos provechos se estructuran de inicio en la explotación directa de su producción televisiva, ya no únicamente en la TV abierta sino en plataformas distintas. El formato digital ayuda a definir esas instancias y su emergencia en radiodifusión modifica de entrada su funcionamiento rutinario porque introduce la lógica de las telecomunicaciones en su práctica operativa. Con esta lógica de empalme, el listado de movimientos que se han reseñado se unifica en una línea productiva horizontal dentro del entretenimiento: *integrar insumos, soportes y materias primas para conformar géneros programáticos diversos, y difundirlos en el lenguaje, canal y presentación de aquel formato audiovisual que sea más adecuado*. Si se atiende el detalle de cada uno de los tratos y desarrollos reseñados, se distingue con claridad su inscripción y tributo a esa premisa. El mismo consorcio lo avala en su informe del 2006. *“La columna vertebral de nuestro éxito ha sido y será siempre la calidad e innovación de nuestra programación, asegura. Continuamente mejoramos nuestras producciones e instalaciones para garantizar una alta calidad en nuestro contenido. Actualmente tenemos 26 estudios digitales, de los cuales 6 estudios son de alta definición. También estamos en el proceso de instalar un sistema integral digital de administración de contenidos para almacenar, catalogar y distribuir todos los contenidos producidos por Televisa”*<sup>60</sup>. Lo que subyace en la declaratoria son todos los movimientos que el

<sup>57</sup> ----- “Venderemos a todos”. Entrevista a Alfonso de Angoitia, vicepresidente ejecutivo de Televisa. En: *Expansión*, No. 951, 18 de octubre de 2006; 56pp.

<sup>58</sup> Cfr. Ana María Ocejo. *Telmex-Televisa: dimensionando el acuerdo de convergencia tecnológica*. México, Scotia Casa de Bolsa, 4 de septiembre de 2006.

<sup>59</sup> Notimex “Televisa será la más beneficiada con el acuerdo de convergencia: analista”. En: *La Jornada*, 6 de septiembre de 2006.

<sup>60</sup> Grupo Televisa. *Informe anual 2006*. México, Televisa, abril de 2007:10pp.

consorcio ha establecido para aprovechar esa capacidad y fortaleza. Y en los tiempos que corren, la lógica de esa estrategia no puede ser otra más que alcanzar otro estatus para el consorcio y su amplio bagaje de contenidos: transformarse en operador de una **red pública de telecomunicaciones con una capitalización doble: como infraestructura soporte de economías de alcance, y en tanto red de transporte para que las mercancías simbólicas, las propias y las ajenas, puedan rentabilizarse.**

**C. Provechos y rentas: el usufructo del tren binario que llega del cielo sin paradas ni itinerarios.**

En su sección 6.6 dedicada a la radio y la televisión, el Programa de Comunicaciones y Transportes 2001-2006 de la SCT recoge un diagnóstico conocido, público; palmario desde tiempo atrás... *“La radio y la televisión son los medios de comunicación con mayor presencia en nuestra vida cotidiana. Sin ellos resultaría difícil concebir la mayor parte de los cambios que se han suscitado en el mundo moderno... [...]... Ambos son los principales medios de información y entretenimiento con que cuenta la población en general y su trascendencia se ha visto reflejada en los ámbitos político, social, educativo, económico y cultural (...) La gratuidad, característica fundamental de la radio y la televisión abiertas (o radiodifusión, en el sentido amplio del término), propicia su mayor cobertura en el país... (...) La radio y la televisión tienen potencial de cobertura de la mayor parte del territorio nacional: el 99% de las comunidades reciben señales de radio, y el 96.5% tiene acceso a la televisión...”*<sup>61</sup>

Conforme los enunciados anteriores, sistema público alguno dispone de cobertura mayor y tampoco logra ese impacto social. Quizá el único rival que pudiera retar esa extensión, y sólo en términos cuantitativos, sea la red eléctrica, que en el papel alcanza a todo el país e incluso sus zonas más alejadas o agrestes. La explotación comercial de la radiodifusión es nacional y si hasta hoy el concesionario ha buscado en efecto aprehender esa mayoría numérica para ofertarla a un anunciante, la innovación tecnológica que supone el uso del formato digital refuerza esa motivación y ahora la desmenuza, la individualiza, para dotar de mayor asertividad al mensaje y al mismo tiempo para cobrar ahora por el programa también. En ello ha derivado la conversión digital.

Y la mudanza en ciernes merece la referencia histórica, el rastreo en el tiempo para precisar las estructuras que dieron forma al modelo que cambia y secuencia que si bien ya ha sido abordada no hace inútil su remembranza. La década de los treinta, cuando emerge la Televisa pionera de la radiodifusión, trajo finiquitos y comienzos. El perfil autoritario del régimen propio del porfirismo concluye y se transforma en estructura corporativa, que integra a clases

<sup>61</sup> SCT. Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2001-2006. México, SCT, 2001: 44pp. (Para su consulta electrónica, ver el portal [www.sct.gob.mx](http://www.sct.gob.mx); Documentos).

e individuos bajo el patrocinio y cuidado estatal. El eje de acumulación que apenas se insinuaba se desplaza de la economía de enclave y comienza a implantarse con base en la industrialización para el mercado interno como cimiento básico de desarrollo. Incentivar el consumo social era pues una necesidad estructural de la base económica que surgía, y para solventarla se echa mano del recurso que ha sido decisivo para los medios masivos de comunicación desde entonces: la publicidad.

Como actividad institucional y organizada, la publicidad surge así en articulación directa con la dinámica reproductiva del capital, misma fuerza que impulsa y obliga a todos los agentes económicos a lograr una productividad constante y ascendente. Bajo tal directriz primaria y decisiva, se gesta el predominio del sector de bienes de producción sobre el de bienes de consumo: aquel se desarrolla activamente para acelerar la reproducción, y éste carece de ese empuje y motivo. Para sostener el crecimiento del sector de bienes de consumo, la publicidad aparece como una acción intencional dedicada a orientar, proponer, modificar y acrecentar la demanda y el aprovechamiento social de esos bienes, y evitar con ello su letargo productivo respecto al sector de bienes de capital. Para el México de la tercera década del siglo XX, el requerimiento era aún más urgente si se buscaba impulsar y dinamizar al mercado interno –rezagado a lo mínimo por el estrangulamiento del poder adquisitivo de las mayorías durante décadas– y avivar al nuevo motor de generación de excedente económico. De esta forma, el anuncio publicitario nace y germina como incentivo y tracción de las nacientes industrias de bienes de consumo y de servicios.

En la radio, la publicidad encuentra el soporte ideal para llevar a cabo sus funciones. Sustenta en las plataformas inalámbricas que abaten tiempo y distancias y facilitan el montaje de los sistemas y redes de difusión, el medio propone una ecuación ideal para el anunciante: desde un punto central, puede difundirse el mismo mensaje a todo un conjunto de receptores, el que pueda cosecharse en el perímetro geográfico de recepción de la señal emitida. Si la potencia de la estación transmisora aumenta, mayor será la posibilidad de recepción del mensaje. Ejemplo de ello es la conocida *XEW*, una de las primeras creaciones del corporativo, que al fundarse propaga su señal con una potencia que le permite forjar una cobertura nacional e incluso allende fronteras.

La dicotomía anunciante–receptor que opera en el funcionamiento de la radiodifusión es decisiva: en distintos niveles y contextos, la publicidad los asocia y entrelaza con los propietarios del medio para generar la estructura económica de capitalización. Con los anunciantes priva el intercambio: se les oferta el valor de uso que el medio obtiene como su soporte natural: tiempo de transmisión. Sin embargo, esa mercancía no se vende en bruto, en segundos o minutos solamente. Para que pueda tasarse con el mayor valor de cambio posible requiere que capte y conquiste al receptor, que incorpore su atención dedicada a un horario preciso, justo el que interesa al anunciante en sus afanes publicitarios. Con los consumidores, la relación es entonces de seducción: contempla mis propuestas y considera su planteamiento –se les propone cotidianamente– escucha mis noticias y aguarda mis contenidos: justo han sido



confeccionados para tu disfrute y entretenimiento. Tal vector ha propiciado que los mensajes todos del medio se cifren en la sencillez, la banalidad, para conformar una programación *golosina* diseñada en el desdén al receptor porque se anhela atraerlo sólo como apéndice estadístico, únicamente bajo el parámetro cuantitativo, masificado inclusive. *Es más fácil agradar y seducir apelando al instinto que al raciocinio*. Los géneros programáticos se cultivan en esa premisa y se nutren del estereotipo, del lugar común, de la medianía incolora que atraiga a los más y conserve su atención mientras disfrutan de anuncios y programas, confundidos cada vez más<sup>62</sup>.

Por su propia naturaleza técnica, la radiodifusión se encamina a captar públicos masivos y por lo mismo imprecisos, sin individualidad. Si bien los estudios demográficos y socioeconómicos de las audiencias han permitido fragmentar ese universo en grupos específicos –que se identifican por ingreso, edad, género; por profesión, escolaridad y tipo de trabajo, entre otras tantas categorías– hasta distinguir y conformar las llamadas *población target* –esto es, como *segmento demográfico blanco*, hermanada como un *objetivo al cual se apunta y se dispara*– prevalece el anonimato del receptor, cuya máxima identificación posible es en efecto su pertenencia a una de esas categorías poblacionales. Tal uniformidad de identidades contrasta con la estructura de los sistemas de telecomunicaciones, que se definen por su interactividad y por la personalización del usuario. Su esquema congénito punto a punto relaciona pares, intercambios, como la telegrafía o el teléfono.

Y ello genera un primer cotejo: en el tránsito del servicio abierto de televisión al sustento en el formato digital se genera la *mutación del receptor, que de figura anónima, quizá identificada por su pertenencia económica deviene ahora suscriptor, usuario, cliente*. Si en alguna época el anunciante pudo dudar de la efectividad del mensaje en tanto lo mejor que le aseguraba el concesionario era una audiencia definida por su segmentación sociodemográfica y por los puntos de rating, hoy puede ya identificar al destinatario por nombre y apellido y cuantificar en forma más precisa su receptividad y su respuesta. Esta premisa es el punto de partida para cumplir las expectativas empresariales que abre la irrupción del formato digital, mismo que ha supuesto la emergencia de dos secuencias inéditas sobre las que se construyen las formas actuales de producir y consumir la comunicación. Tales procesos conllevan...

- i) **La creación de un idioma único de codificación y morfología binarias, de aplicación universal.** Tal cualidad borra las diferencias entre la información textual y la auditiva; entre imágenes y palabra impresa. Todo contenido puede migrar al mismo lenguaje, y con ello se fundamenta el **desarrollo del formato digital**

---

<sup>62</sup> En el Japón la tendencia ha llegado al extremo. La segunda agencia publicitaria del país, la *Hakuhodo DY Holdings Inc.*, y la cuarta red de televisión, la *Yomiuri Telecasting Corporation*, han ideado así el esquema *comerciales vinculados al contexto*, donde los anuncios son protagonizados por los actores del programa y revelan partes importantes de la trama. Así, el público no puede evitar los anuncios sin perder información vital de la secuencia narrativa. Cfr. Amy Chozick. “Cuando un anuncio en televisión es indistinguible del programa en que se transmite”. En: *Reforma*, 29 de septiembre de 2006.

como **esquema uniforme de aprovechamiento de la información**, que lo mismo se aplica en las computadoras personales que en las pantallas de televisión. Esta característica estandariza no sólo la presentación y exposición visual, gráfica, sonora y textual de la información sino también los procedimientos de acceso, a través de la universalización de protocolos abiertos, como el TCP/IP de Internet. Así, la producción, circulación y consumo de los bienes comunicacionales parten de una plataforma simétrica, barata y uniforme, que equilibra a quien genera la información con quien la hace circular, y finalmente, con quien la recibe y aprovecha, y a la vez puede responderla y contrastarla.

- ii)* El surgimiento de una convergencia tecnológica entre los sistemas de conducción de señales –los llamados **carriers o portadores**– y los medios electrónicos tradicionales de comunicación masiva. A partir de la digitalización, se conforma una sola industria que bajo el código binario lo mismo manipula la voz como las imágenes; el audio, video y los datos textuales. Esta homogeneidad ha confundido y traslapado las fronteras que identificaban a *los servicios de radiodifusión como contenidos de carácter público*, y al sector de las telecomunicaciones como una **infraestructura de transporte y de conducción de señales anónimas y privadas**. Ahora uno y otro sector se mezclan y equilibran, y todos los servicios posibles pueden proporcionarse sin que medie una liga forzosa con una infraestructura particular y definida de antemano. Mediante el cable de fibra óptica o coaxial, y la radiocomunicación terrestre o vía satélite, se ofrece pues cualquier sistema funcional sin importar su procedencia, función o propósito.

Por las dos premisas señaladas, se han roto las barreras y los apartados que separaban y catalogaban a los servicios. Esta yuxtaposición artificiosa viene a ser ya en algunos casos un hecho común y rutinario. Por ejemplo, las transmisiones de radio pueden sintonizarse a través de Internet, esto es, con base en la red telefónica; asimismo, el servicio de conducción de voz ya se ofrece mediante el cableado de la televisión restringida, e incluso por mediación de las antenas satelitales de recepción directa (TVRO), que así se convierten en infraestructuras telefónicas. **La comunicación se enroca con las telecomunicaciones aportando los contenidos, y las telecomunicaciones intervienen en la comunicación proporcionando los conductos**. La transformación digital entrelaza y conjunta a las dos áreas porque cada cual complementa lo que la otra domina: la radiocomunicación dispone de las infraestructuras para conducir cualquier señal, para llevarla a cualquier lugar y en cantidades cada vez mayores; la radiodifusión aporta los contenidos para llenar esa capacidad de muy reciente génesis, que se acumula y perfecciona constantemente. En esta sinergia, **la unidireccionalidad de la radiodifusión puede modificarse y convertir la relación punto-multipunto de antaño al punto a punto distintivo de los sistemas de telecomunicación**. El receptor encuentra así una nueva identidad y función mediante la interactividad controlada, propuesta por el sistema para el intercambio económico: se le reconoce y precisa, pierde anonimato y adquiere identidad, aunque sea en forma virtual.

Al considerar la imbricación descrita en el ámbito técnico, es claro que se aquilata el vínculo concesionario–anunciante mediante los artificios tradicionales, pero en forma simultánea se abre un nuevo frente mercantil sustentado en la incorporación de las audiencias, de los consumidores del medio, en el intercambio económico. Al adoptar el código digital–binario como norma para la emisión y recepción de información televisiva, se abre en efecto la posibilidad de *industrializar tanto las fases distintas del proceso de producción de la mercancía–servicio* que hasta hoy han proporcionado los medios electrónicos, como de *generar un nuevo soporte para dinamizar el esquema de acumulación*. Ambos desarrollos se estructuran en tanto el formato digital desencadena la consecución de un proceso técnico–económico en el que se entrelazan las tres fases secuenciales siguientes...

**a) La automatización de los mecanismos de explotación rentable de las bandas de frecuencias asociadas a la emisión de señales televisivas.** Tal funcionalidad altera el modelo habitual de desempeño operativo de la difusión televisiva, en tanto implica la ejecución de dos ciclos decisivos y complementarios:

**a.1 La asignación virtual y temporal de un fragmento de la banda de frecuencias adscrita a la difusión televisiva, a un receptor individual, específico y predefinido.**

En esta línea es posible tanto identificar al usuario final de la emisión televisiva como establecer una relación bidireccional permanente con él. Tal personalización del destinatario se logra con un procedimiento técnico muy sencillo: al conformar la transmisión bajo el código binario, los dígitos se “forman” uno tras otro hasta constituir paquetes de información que son justo lo que se transmite. Dentro de estos paquetes se incluyen *códigos únicos de autenticación del usuario*, mismos que el aparato terminal decodifica al recibir la transmisión y *abrir* el paquete que a ese receptor –y únicamente a ese receptor perfectamente definido– le corresponde. El mecanismo facilita entonces la *industrialización de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico*, en tanto al fraccionar las dedicadas a la televisión se estructura:

**a.11 La conversión de la frecuencia televisiva en un valor de uso virtual, que se configura temporalmente para adquirir tres papeles conducentes...**

- *Adscribirse a un usuario* definido al momento de establecer la relación bidireccional;
- *Mantener esa asignación* mientras interactúan el receptor y el sistema; y,
- *Dedicarse a un segundo receptor* una vez agotada la relación bidireccional con el primero.

La consecución infinita, automática y estandarizada del procedimiento anterior implica el *reaprovechamiento de la frecuencia adscrita a la difusión televisiva y su capitalización múltiple*, ya que con tal reutilización técnica

se recicla también la extracción de valor con cada destinatario que se enlaza. El sistema mantiene su perfil masivo pero enraizado ahora en la individualidad del destinatario: ahora se le precisa e identifica, aunque sólo sea como consumidor.

**a.12** La cotización del valor de uso virtual de la frecuencia televisiva en un *valor de cambio específico*, que se multiplica y puede intercambiarse con el anunciante bajo los mismos términos, premisas y condiciones que las vigentes en el sistema de la televisión abierta tradicional.

Ambas secuencias gestan la *profundización del modelo operativo de las televisoras*, en tanto proporcionan herramientas tecnológicas de avanzada que refuerzan la vocación de rentabilizar con la mayor ganancia posible los tiempos de transmisión televisivos: ahora puede fraccionarlos y capitalizar cada fracción.

**a.2** *El surgimiento de una nueva identidad del consumidor televisivo, producto de su protagonismo como comprador de tiempo.*

La especificación de una clave única, particular e identificable para cada terminal enlazada al modelo, ampara la *constitución de un intercambio permanente con el usuario-receptor*, que al suscribir y arrendar el servicio se transforma en *consumidor del valor de uso integrado en el espectro radioeléctrico adscrito al servicio de televisión*. Con ello, finaliza el anonimato masivo del consignatario, que conquista ahora nombre y apellido. La paradoja de este protagonismo es que se produce en el único papel que puede conferirle el capital: con un perfil exclusivamente económico, como sujeto con la capacidad económica requerida para comprar tiempo televisivo y el contenido que se le ofrece. Ello no omite la transmisión de publicidad dedicada al tipo de usuario que aprovecha el sistema.

**b)** El progreso y constitución operativa de un nuevo modelo de servicio televisivo, cuya característica básica es el enroque económico entre las transmisiones abiertas y masivas y un nuevo intercambio individualizado que habrá de relevarlas como fuente de capitalización.

En la modalidad de servicio inaugurada, la transmisión del tiempo de programación se acota y precisa del total posible de usuarios para dirigirse y focalizar un universo cerrado de receptores, que logra acceso al sistema al establecer una relación puramente mercantil con su propietario. Con ello, la *televisión abierta deviene sistema restringido*, al que se ingresa en exclusiva mediante el pago de una cuota de inscripción y de una renta mensual por la recepción del servicio. Bajo estas circunstancias, la innovación tecnológica que

soporta el suministro del nuevo sistema permite que las televisoras optimicen su esquema de capitalización, ahora mediante la obtención de dos ventajas competitivas que se les legitima con las formas jurídicas del caso. Tal preeminencia se alimenta en:

- b.1 La propiedad sobre el sistema automático de parcelación y reaprovechamiento de las frecuencias operativas en las que se canaliza su mercancía-servicio, condición que se resguarda con el eufemismo seguridad jurídica de las inversiones; y,*
  - b.2. La venta del servicio de publicidad al anunciante, y ahora en un nuevo universo también cautivo: el receptor habilitado que compra publicidad y programas.*
- c) La mutación de los servicios abiertos en servicios restringidos de televisión, en los que se fragmentan y especializan los tiempos de transmisión (valores de uso) y se diversifican los valores de cambio y las plataformas tecnológicas para su realización ampliada.*

Esta modificación es trascendente, ya que ahora los propios usuarios se entrelazan con los publicistas para adquirir los tiempos que oferta el medio. Tal esquema instala una gran contradicción: el *usuario del sistema paga por el contenido publicitario que se transmite y que recibe*. Para la estación emisora el negocio es altamente redituable porque adquiere un ingreso doble: ahora cotiza el tiempo de transmisión en dos mercados diferentes aunque complementarios.

Como se aprecia, la prestación de servicios de telecomunicaciones a través de las redes de radiodifusión implica concretar la función que la innovación tecnológica desarrolla en el ciclo del capital: *ganar rentas extraordinarias de situación para quien las introduce*, mismas que habrán de conservarse en tanto esa tecnología no se transforme en la norma productiva de todo el sector. En este contexto, no es difícil imaginar que la transición del servicio televisivo habrá de tomar dos asideros:

- \* La **especialización progresiva de la televisión abierta como escaparate publicitario, donde se vehiculicen contenidos generales, coherentes con ese mensaje** –esto es, programación ‘gancho’–, que puede incluso capitalizar oportunidades coyunturales, como serían los períodos de elección federal o estatal, y los eventos deportivos de proyección masiva como la Olimpiada o el campeonato mundial de fútbol. En esta modalidad las televisoras reproducen la operación ya conocida, con la mira puesta en transformar el mayor tiempo de transmisión posible en tiempo dedicado a la emisión publicitaria. De hecho, estos eventos extraordinarios tienen cada vez una mayor importancia para la generación de ingresos.

\*\* La segunda característica –vigente ya en los sistemas restringidos– remite a una cualidad ansiada por la comunicación y trivializada por el funcionamiento del mercado: la retroalimentación. Transformada en interactividad –esto es, reducida a simple facilidad técnica que ofrece al receptor una selección simple, sustenta únicamente en opciones predeterminadas que por múltiples que sean son uniformes en su propósito: siempre se consume algo– esa cualidad que hoy más que nunca pudiera sustentarse en el potencial de las **TIC** como herramientas para interactuar y conversar entre pares, en un intercambio permanente y enriquecedor, se ha minimizado al ejercicio de dos posibilidades: o bien una elección rudimentaria sobre alternativas maniqueas, siempre definidas por el operador de manera vertical, bajo el principio de que el propietario del medio tiene la exclusividad para determinar lo importante, lo sustantivo, e incluso lo actual para la comunidad a la que debiera servir; y, como simple acto de consumo, para comprar programas y, en las versiones más adelantadas, manipular sus formatos al antojo del suscriptor. Así, aunque las posibilidades técnicas de la telecomunicación presuponen un diálogo entre dos polos, y de hecho esa cualidad le proporciona su propia razón de ser, la forma en que las **TIC** se han insertado en el conjunto social refuerza la naturaleza comercial de los medios electrónicos: desde su aparición han vendido tiempo; ahora ofertarán programas en la tecnología digital de vanguardia.

Desde luego, el nuevo suministro se adecua al principio motor de todo cambio tecnológico: la detección de áreas de valorización inéditas. Al propagarse la simbiosis entre los medios masivos y las telecomunicaciones, los capitales de uno u otro sector **reclaman tanto fortalecer su posición económica y productiva en su mercado original, como penetrar espacios económicos del segundo mercado**, al que acceden mediante el uso intensivo del formato digital. Las alianzas, fusiones, planes y acuerdos de negocio que desde el sector de las telecomunicaciones se promueven y perpetran hacia la radiodifusión y los medios de comunicación en general, no argumentan más que la **búsqueda de los contenidos que permitan rentabilizar el transporte, la infraestructura de conducción que ya se tiene**. Por su parte, desde los medios de comunicación que ya disponen de solvencia competitiva en la producción de contenidos, la **estrategia ha sido el acceder y controlar redes de distribución que permitan la realización multiplicada de las mercancías que en demasía producen**. Y en este eje la uniformidad que aporta la señal binaria es decisiva: **un idéntico producto puede capitalizarse en soportes múltiples**.

#### D. El movimiento: preparación de nuevas bases tecnológicas para distribución de contenidos

La presentación electrónica de **Televisa** destaca dos unidades empresariales ligadas por entero en el nuevo cimiento digital: **Cablevisión** y el portal **esmas.com**. La primera de hecho ha dejado de manifestarse como un operador de cable para transmitir canales de televisión a un universo cerrado de suscriptores, y tiene ya un nivel

más sofisticado de funcionamiento, cuyas raíces se remontan al debut del siglo. Para abril del año 2000, **Cablevisión** compromete en efecto un acuerdo de intercambio con la compañía **WorldGate Communications** de Estados Unidos, especializada en el acceso a Internet por cable coaxial. La evidente relación entre los dos proveedores culmina con la oferta del servicio, que el grupo publicita el mismo año... *Julio 11 de 2000...* **Televisa anunció que por medio de su subsidiaria Cablevisión, ofrece acceso a Internet por medio de la televisión, con un sistema que evita el uso de computadora... La empresa invirtió 200 millones de pesos para adaptar su red, que le permitirá comercializar, además de Internet, tarjeta inteligente de compras, selección de ángulos de la cámara en transmisión de eventos deportivos, canales de videojuegos, navegadores de video y telefonía digital. Con ello, Televisa se ha convertido en el primer proveedor mexicano en brindar servicios de Internet a sus suscriptores**<sup>63</sup>. La oferta no puede analizarse de manera aislada; se requiere ensamblarla con otra acción para deducir el interés del grupo. Tres semanas después de celebrado el acuerdo de abril, la compañía lanza el portal de Internet **esmas.com**, que atrajo una inversión inicial de 80 millones de dólares. En el momento de presentarlo en sociedad, el consorcio proclama una meta altamente pretenciosa entonces y hoy todavía lejos de cumplirse. El portal busca *transformarse en el principal sitio con información en español, especialmente producido en línea*, según sus promotores, y la fórmula inicial para lograrlo es apoyarse en la extensa actividad de producción de información de su matriz de origen... *“En mayo del 2000, el grupo lanzó esmas.com, que representa la parte más importante de su estrategia para convertirse en el líder del mercado de habla hispana. El portal impulsa el extenso y único contenido de Televisa en noticias, deportes, música, publicaciones y entretenimiento (...) incluye un contenido extenso y relevante gracias a la participación de escritores y editores altamente calificados de tiempo completo. Ofrece también una variedad de servicios entre los que se incluyen correo electrónico, buscadores, grupos de discusión y comercio electrónico”*<sup>64</sup>

Conforme la declaratoria, el esmero del grupo se centra en relacionar todos los contenidos susceptibles y disponibles en una misma plataforma de lanzamiento, para forjar información nueva, original, –producida en el empalme, la correspondencia; el entrecruzamiento y la complementariedad entre sí– y aprovecharla como el valor agregado de mensajes, contenidos y anuncios publicitarios en la red. A la explotación y salida de la gran masa de información y de contenidos que el grupo ha acumulado y producido por años, **Televisa** suma otra cualidad inherente a su gestión original, y por ello difícilmente asequible para otros protagonistas... *“Algunas de las ventajas competitivas básicas del portal son el contenido de Televisa, la capacidad de negociación que ha logrado, así como la credibilidad y relación duradera con los anunciantes de la Compañía...”*<sup>65</sup>

Casi al momento mismo en que se generaban estos anuncios, algunos análisis de mercado no compartían el

<sup>63</sup> ---- Bitácora. En: *Revista Mexicana de Comunicación*, No 90, Diciembre 2004 – Enero 2005.

<sup>64</sup> Grupo Televisa. Informe anual de 2000. México, Televisa, abril de 2001:18pp.

<sup>65</sup> Grupo Televisa. Informe anual de 2001. México, Televisa, abril de 2002:10pp.

entusiasmo de la compañía, y cuestionaban la pertinencia financiera de estos movimientos como base para su migración hacia la distribución de contenidos, hacia las telecomunicaciones. Después de establecer que uno de los argumentos centrales para la simbiosis entre empresas de medios y de telecomunicaciones es que un grupo integrado verticalmente *“puede aumentar su rentabilidad uniando activos de distribución con contenido”*, uno de ellos se pregunta: *“¿qué canales de distribución tiene Televisa que pueden ser dotados de interactividad?”*. La respuesta que se ofrece no es favorable para el consorcio. La inversión necesaria para dotar de esa capacidad a las redes de **Cablevisión**; de **Sky**, e incluso de **Pegaso**, en aquel momento con intereses del grupo, eran demasiado altas, y en la infraestructura de líneas telefónicas de cobre la empresa no tenía estrategia alguna. *“Paradójicamente –decía el analista– en este mercado tan importante Televisa no cuenta con medios de distribución y parece confiar plenamente (¿ciegamente?) en la enorme popularidad de su contenido televisivo que domina los “ratings” con más de un 75% de la audiencia mexicana”*<sup>66</sup>.

El tiempo ha respondido el cuestionamiento. La firma no ha apostado todo a su dominio del rating y se ha propuesto optimizar su infraestructura de distribución. De comienzo, desde el año 2000, emprendió la digitalización de la red de **Cablevisión** y hasta septiembre del 2005 ha trasladado al 60% de sus 400 mil suscriptores al nuevo formato, lo que los transforma en receptores de los servicios adicionales. Éstos se concretan en la renovación de los decodificadores de la señal, los que permiten que la empresa se transforme en un jugador con múltiples atributos, esto es, como proveedor de las plataformas siguientes: desde luego, *televisión* –servicio donde incluso el usuario puede recibir canales en el formato de alta definición–; *telefonía local fija* –sector donde anuncia una inversión de 280 millones de dólares en febrero de 2006 para proporcionarla de manera directa, sin la intervención de carriers terceros como inició el suministro–; *video bajo demanda*, que se suma a la posibilidad interactuar en sitio con la señal, a semejanza de la operación de un reproductor de DVD; *productos interactivos* –donde destacan los juegos electrónicos–; y de la red de redes, *Internet*, engrane que además es entrada para el portal del grupo.

**Sky** no ha sido ajeno a la actualización y ofrece asimismo interactividad, aunque centrada en juegos, manejo de la señal y grabación de programas, que ya se ofrecen mediante la compra de una nueva terminal decodificadora. Cabe mencionar que en el uso de las bandas de frecuencias utilizadas por las emisiones descendientes de satélites DTH, existen ya opciones tecnológicas que permiten el uso asociado en el ámbito terrestre, mismas que se aprovechan para desarrollar redes inalámbricas de alta velocidad y banda ancha. No existen evidencias de que la empresa intente un desarrollo en esa línea, pero resulta obvio que la búsqueda de mejores opciones para el aprovechamiento del espectro radioeléctrico es un afán generalizado, y la interactividad que hoy ofrece **Sky** podrá optimizarse en el corto plazo.

---

<sup>66</sup> Las dos citas se toman de Joseff Kotzrincker. ¿Sigue Televisa una estrategia demasiado costosa en Internet? En: [www.baquia.com/noticias.php?id=9956](http://www.baquia.com/noticias.php?id=9956). Fecha: 21 de septiembre de 2004.



Por su parte, la vocación de **esmas.com** es explícita en el terreno de la interactividad y la oferta de contenidos. Las tres maniobras que enseguida se señalan, detallan ese perfil estratégico para la compañía y su estructura...

*a. Sinergia con la infraestructura celular para la difusión de contenidos y de aplicaciones interactivas.*

La operación comprende dos movimientos convergentes, que remiten tanto al arbitraje de un actor tercero como a la explotación de facilidades propias. Se incluye entonces...

*a.1 Convenio con Telcel para la explotación de la plataforma SMS.*

La iniciativa se conoce en mayo de 2004<sup>67</sup> y se anuncia el propósito de operar a fines de ese año; incluye un acuerdo tripartita. Por una parte, **Telcel** que aporta la infraestructura celular en la aplicación SMS (servicio de mensajes cortos); **Televisa**, que proporciona el hilo de noticias general y de deportes que genera para sus noticieros de todas las plataformas de distribución; y la compañía europea **Buon Giorno Vitaminic**, que se encarga de la administración del servicio. El convenio es la primera acción de convergencia que emprende el consorcio, sustenta en una de sus fortalezas: la producción de información noticiosa.

*a.2 Descarga vía celular de la oferta de esmas.com.*

Valuada en 100 millones de dólares al año, tal línea de negocio ha forjado una segmento productivo de mayor estabilidad. El sitio descarga cerca de 40 millones de mensajes al mes, para vender imágenes; timbres; noticias; canciones y otros contenidos caracterizados por su sencillez y caducidad. Genera con ello ingresos superiores a los que obtiene por publicidad; hasta mediados del 2005 alcanzó poco más de 10 millones de pesos, cifra que representa el 60% de sus entradas mensuales.

Frente a los proyectos de convergencia del consorcio, la experiencia arroja ya tres ventajas estratégicas. La primera radica en el tipo de contenido solicitado... *"un 60% son de las descargas son de texto; otro 25 de fotografías y el resto se reparte entre tonos y juegos"*, se aclara, y tal distribución puede significarse como factor de diferenciación entre la oferta que puede conformar **Televisa** y el resto de los portales. Según sus voceros, **esmas.com** es líder en la proveeduría de este tipo de servicio, en tanto para portales como **Yahoo**, **T1MSN** o **Starmedia**, significan todavía una demanda marginal. De acuerdo con los analistas del mercado, la ventaja de **esmas** se sustenta en su relación umbilical con los medios de comunicación. Los otros portales no han comercializado los contenidos más populares,

---

<sup>67</sup> Datos de Alberto Aguilar. "Televisa SMS con Telcel". En: *Nombres, nombres y... nombres. Reforma*, 6 de mayo, 2004.

*“los que la gente compra porque los ve más en las revistas o en la televisión”, se asegura, y ello explica el porqué de aquel liderazgo.*

La segunda prerrogativa hace referencia al perfil del usuario. *“La mayor parte de la gente que utiliza estos servicios están entre los 20 y 30 años. Las personas que tienen celulares sofisticados son los que hacen un uso más intensivo de los contenidos”.* Tal segmentación sociodemográfica habrá de representarse como sustantiva y fundamental en los proyectos restantes: conforma el universo de receptores que el consorcio desea y anhela involucrar y satisfacer.

Por último, asimismo resulta ventajoso el cambio en el tipo de dispositivo que se aprovecha para lograr el enlace y la descarga. En lo general, se ha migrado del uso de computadora y laptop hacia el teléfono móvil, que surge ahora como el medio dominante para esa función. Tal desplazamiento trae aparejado un beneficio adicional para el proveedor, tanto del medio como del contenido. *“Estamos acostumbrados a que en Internet todo es gratis y no nos cuesta, pero en el ámbito de la telefonía celular se ha posicionado otro concepto: si se quiere algún tono o imagen de moda, se paga por él”.* Tal hábito introduce el escenario ideal para las empresas de hoy: instala el esquema de renta como medio natural de suministro y acceso al servicio<sup>68</sup>.

Las tres ventajas que se han desprendido del desempeño actual del portal son recreadas en los dos proyectos restantes que Televisa detona en 2005. Al entrelazarlos se patentiza que el escenario de convergencia previsto por el corporativo tiene evidencias y testimonios múltiples.

***b. Acoplamiento de negocios con Intel, para fortalecer las aplicaciones de esmas y del llamado hogar digital.***

El convenio de colaboración que establecen en junio de 2005 tiene en efecto un propósito mayor, que rebasa la vinculación en el área de Internet como asunto principal. Aquel busca *“acelerar el desarrollo del Estilo de Vida Digital, en otras palabras el desarrollo del uso de tecnologías para un mejor y mayor acceso a información y entretenimiento. A partir de hoy acercaremos formalmente a un gigante de la tecnología en el ámbito mundial, como es Intel, y a una empresa líder en contenido y distribución como es Televisa”*<sup>69</sup>. El compromiso que el consorcio adopta es por demás explicativo de esas intenciones...

---

<sup>68</sup> Todos los datos se obtuvieron de Verónica Gascón. *“Van portales por negocio en celulares”.* En: *Reforma*, 10 de junio de 2005.

<sup>69</sup> ----- *“Intel y Televisa se comprometen al desarrollo y uso de tecnologías para un mejor y mayor acceso a la información y el entretenimiento”.*  
Disponible en: [www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/454915.html](http://www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/454915.html). Fecha de consulta: 12 de julio de 2005.

*“Televisa está convencida de que existe una gran oportunidad para aprovechar y participar en la convergencia de las tecnologías de información, las comunicaciones, la industria del entretenimiento y la electrónica de consumo; además, esta gran tendencia abre a los mexicanos más canales de información y comunicación que beneficiarán su cultura y acceso a la información... (...) Con la colaboración que hoy firmamos, aprovecharemos un canal abierto de comunicación y experiencias; con esto, y sumado a nuestra estrategia propia, Televisa se comprometerá a lo siguiente”:*

- 1. Producir contenidos especiales para Internet (streaming), computadoras (multimedia), celulares (texto, foto, video) o agendas electrónicas, entre otros; además, aprovechar al máximo las 50 mil horas al año de video que producimos y las más de 800 mil horas de video con que cuenta nuestro archivo.*
- 2. También seguiremos teniendo gente dedicada y capacitada en la ejecución y adecuación de estos formatos, dentro de la estrategia que hoy Televisa ejecuta a través de su división de Internet en México y el extranjero.*
- 3. Así mismo, lanzaremos en el ámbito local e internacional de forma constante y agresiva nuevos servicios; en el futuro cercano, por ejemplo, lanzaremos tiendas de música y video digital.*
- 4. Promoveremos también, el uso y la descarga de contenido nuestro o de terceros en dispositivos digitales, dentro de nuestras campañas de comunicación transmitiendo los beneficios de estos*
- 5. Reforzaremos alianzas que nos ayuden a acelerar la adopción y el desarrollo del Estilo de Vida Digital con empresas líderes de contenido, telefonía, electrónica, desarrollo de software, entre otros. Está claro que para que la revolución digital se dé con éxito en México, todos estos actores deberán estar involucrados.*
- 6. Por último, nos comprometemos a acercar aún más a los ejecutivos de Televisa a entender y participar de forma activa, en esta revolución digital, que sin duda beneficia a nuestra audiencia, anunciantes y accionistas”.*

La concreción operativa del acuerdo implica una división del trabajo perfectamente definida. Según las informaciones de prensa, Televisa actúa como productor de contenidos y habrá de desarrollar y lanzar masivamente su oferta de música, texto y video en formato digital, a través de Internet y de dispositivos móviles. El campo de acción de estos

servicios es la totalidad del mercado hispano parlante, por lo que no se precisan fronteras físicas ni geográficas. Intel, por su parte, aporta la experiencia tecnológica y sus recursos especializados de mercadotecnia en electrónica de consumo y acceso a Internet, mismos que habrán de apoyar el lanzamiento y los servicios de venta de contenidos digitales, a partir de la infraestructura de *esmas.com*. Ambas empresas, de manera complementaria, buscarán alternativas de inversión conjunta en negocios relacionados<sup>70</sup>.

*c. Asociación con la empresa surcoreana Aircode, para generar plataformas comunes de transmisión de datos en las bandas de frecuencias de radiodifusión en formato digital y de alta definición.*

Si bien el intercambio data desde 1998, es hasta julio del 2004 cuando se concreta. Por un acto discrecional y sin que mediara más explicación que la voluntad del Gobierno Federal, para atender la transición entre el formato analógico y el digital en la transmisión de televisión, se otorgó a Televisa y a TV Azteca las llamadas *frecuencias espejo*, mismas que les permiten implementar una transmisión doble: aquella tradicional, que se recibe en el equipamiento instalado y que por lo mismo no pierde la señal, y en la norma de alta definición, que hoy llega solo a los aparatos ya habilitados para desplegarla, y que con el tiempo serán mayoría porque sustituyen a la generación anterior. Los considerandos que justificaron esa asignación arrojan un testimonio claro respecto a los motivos que sustentaron la decisión. Dice SCT<sup>71</sup>, in extenso...

- i) "Que con la televisión digital terrestre se tiene el potencial de favorecer la optimización del espectro radioeléctrico, que la calidad de las señales se vea mejorada hasta lograr niveles de Alta Definición con alta confiabilidad en la recepción de señales y que se fortalezca el desarrollo de la convergencia en beneficio de la sociedad;*
- ii) Que para aprovechar el potencial de la televisión digital terrestre y dada las características y especificaciones técnicas de los estándares de televisión digital terrestre, es indispensable la asignación de un canal adicional para llevar a cabo las transmisiones simultáneas con señales analógicas y digitales, en virtud de que, conforme a estudios realizados de los tres estándares de televisión digital disponibles en el mundo, las transmisiones digitales no se pueden realizar en el mismo canal por el que actualmente se transmiten las señales de televisión analógicas;*
- iii) Que, dados los avances en la implantación de la televisión digital terrestre que se observan en varios*

---

<sup>70</sup> ----- "Intel y Televisa en pro del hogar digital". Disponible en: [www.esemanal.com.mx/articulos.php?id\\_sec=2&id\\_art=2216](http://www.esemanal.com.mx/articulos.php?id_sec=2&id_art=2216). Fecha de consulta: 3 de diciembre de 2005.

<sup>71</sup> SCT. "Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México". En: *Diario Oficial de la Federación*. 2 de julio de 2004.

*países del mundo; el mejor aprovechamiento del espectro radioeléctrico; la mejora en la calidad del servicio que ofrecerán las transmisiones digitales, así como los beneficios que traerá consigo la convergencia de tecnologías, es necesario y oportuno adoptar el estándar de transmisiones digitales de televisión que será utilizado en nuestro país, así como instrumentar las acciones que favorezcan la introducción de las nuevas tecnologías;*

*iv) Que de conformidad con el resultado de los estudios y evaluaciones de los estándares digitales que fueron analizados por el Comité, el estándar A/53 de ATSC es el que resulta recomendable para las transmisiones de televisión digital terrestre en México, dado que reúne las siguientes características:*

*a) La capacidad para lograr transmisiones confiables de Alta Definición en canales de 6 MHz, que es el mismo ancho de banda con el que actualmente se llevan a cabo las transmisiones analógicas de televisión;*

*b) La eficiencia en la transmisión de las señales, que permita maximizar la cobertura de la población con la menor potencia posible, a fin de replicar con tecnología digital la actual cobertura analógica al menor costo;*

*[...]...*

*e) El potencial de desarrollo de nuevos servicios y de aplicaciones móviles y portátiles, y*

*f) Las mejores condiciones para la recepción de las señales originadas en el territorio nacional y que por su ubicación pudieran ser captadas en el extranjero”.*

Aunque implícitas y envueltas en el tradicional discurso sobre el desarrollo y el beneficio social, las premisas que nuclearon la decisión son evidentes. De comienzo, se establece un paralelo cuestionable: optimización del espectro igual a alta calidad de las señales digitales. Es decir, ya se prevé que solamente quienes tienen servicio analógico migren al nuevo formato, sin que se incluya a otros emisores. Así, el **enunciado i** finca esa discriminación pero no desalienta el aprovechamiento posible de los canales recién descubiertos en transmisiones diferentes a las televisivas: la mención al desarrollo de la convergencia tiene ese propósito evidente, así como la justificación que determinan los **Considerandos ii**, donde se precisa la asignación del canal adicional, y el **iii**, que con transparencia fija la correlación unidimensional entre calidad de la señal, los beneficios de la convergencia de tecnologías y la necesidad de adoptar el formato digital.

La unilateralidad, asimismo, se mantiene al desagregar los beneficios del estándar seleccionado. Prefijar el ancho de banda del canal y determinarlo en correspondencia con las transmisiones analógicas existentes; señalar que la potencia es mínima frente a la cobertura requerida, cualidad que sólo beneficia a la empresa transmisora; y enfatizar

el potencial del formato para proporcionar nuevos servicios, lo que establece el precedente para la conversión de la televisora en prestador de servicios de telecomunicaciones, son provechos sólo para los emisores actuales; incluso, se les garantiza su expansión transfronteras, hacia el norte o el sur, en cualquiera de ellas<sup>72</sup>.

Las suposiciones anteriores toman visos de concretarse en agosto de 2005: el consorcio prueba con éxito la norma **ACAP** (Advanced Common Application Platform) desarrollada por los asiáticos que opera en el formato de alta definición **ATSC**, el seleccionado como estándar nacional. La norma permite la implementación de aplicaciones asociadas al servicio tradicional, tales como televisión interactiva en tiempo real y transmisión de datos a computadoras personales. La difusión se lleva a cabo desde entonces en el canal 48 de UHF, asignado por la SCT para la transmisión espejo del canal 2. Ambas empresas afirman que estas evaluaciones *“forman parte de la ruta de navegación hacia los servicios de transmisión digital que guía a las estaciones de transmisión terrestre en México”*<sup>73</sup>. El mismo boletín lista las aplicaciones que ya son operativas como información en pantalla durante las transmisiones de los partidos de fútbol, evento seleccionado por el consorcio para inaugurar las emisiones de alta definición; programación con juegos de acertijos interactivos; servicios informativos en tiempo real; comercio a través de la televisión y encuestas de audiencia.

El empalme de los tres movimientos señalados configura y sostiene un plan de negocios consistente, casi garantizado. El amplio y variado bagaje filmico, televisivo, fotográfico, editorial que por años ha acumulado y producido el consorcio encuentra una infraestructura que poco a poco tomará igual solidez para distribuirse, para alcanzar a más receptores. Lo mismo se les conecta mediante el teléfono móvil cada vez de mayor difusión, que a través del dispositivo palm, de las estaciones de trabajo, las computadoras laptop, o de otros módulos terminales que **Intel** pueda diseñar y producir en el corto plazo. Para ese universo opera el portal **esmas.com**, que por su parte puede incluir en sus repertorios e inventarios toda la programación actual o histórica de las cuatro estaciones de televisión abierta, y de los cientos de canales operativos cotidianamente en los circuitos restringidos; asimismo, podrá suministrar música, aquella que igual se promociona con insistencia en las radiodifusoras nacionales y en las de cobertura regional. Todos los contenidos son hoy materia de distribución, de renta y de descarga, y lo serán

---

<sup>72</sup> En este sentido, resulta interesante considerar la declaratoria siguiente: *“Ahora que en México tenemos varias estaciones experimentales de televisión digital que transmiten exitosamente con la norma ATSC, nos complace haber dado el primer paso oficial hacia la era de la televisión digital. Trabajaremos junto con nuestras estaciones de transmisión asociadas mientras toda América del Norte transita hacia la era digital”*. Aunque el tono y contenido hacen suponer que la declaración fue de un funcionario gubernamental, pertenece en cambio al director de proyectos de alta tecnología del consorcio. Cfr. ----- “México adopta norma ATSC para la televisión digital: ATSC – la opción para América del Norte”. En: *La norma*. Volumen cinco de ATSC, tercera edición, septiembre de 2004.

<sup>73</sup> ----- “Televisa shoots first formal ATSC ACAP live on air in Mexico”. En: *ATSC news*. 7 de septiembre de 2005. En: [http://www.atsc.org/news\\_information/member\\_press/2005/televisa/televisa\\_acap.html](http://www.atsc.org/news_information/member_press/2005/televisa/televisa_acap.html) Fecha: 12 de marzo de 2006. Por igual, la información fue dada a conocer en Gabriel Sosa Plata. “Las motivaciones de Televisa”. En: *El Universal*, 3 de enero de 2006.

mañana con el arbitraje de la nueva estructura en alta definición, que apenas al nacer cuenta ya con la funcionalidad más amplia que aporta **Aircode**: no sólo ni nada más televisión; servicios son la frontera.

Y el vaticinio no es exagerado. De hecho, el consorcio ya lo ha ratifica. Su director de proyectos de alta tecnología entregaba en efecto a mediados de marzo la información sobre el negocio que las articulaciones técnico-empresariales concretaba. Sin evitar un tono precautorio y de sorpresa que siempre se busca asociar a las referencias tecnológicas, la declaratoria parece armar las experiencias del grupo y constituir un solo esquema comercial que ha identificado ya tanto el mercado objetivo que se persigue, como las formas en que habrá de explotarse. A partir de considerar que *“la convergencia digital trae oportunidades de negocios desde la radiodifusión, pasando por la entrega de información adicional”*, se deriva hacia las condiciones sociodemográficas –*“México es un país de jóvenes”*– y al diagnóstico fácil sobre necesidades y preferencias –*esto quiere decir que dentro de su forma de vida están considerando recibir canales de todo el mundo [y...] ser clientes de redes multimedia. Con esto no sólo me refiero a servicios pagados sino también a servicios gratuitos que puedan complementarse con los contenidos de programas tradicionales. Es decir, creo que la convergencia puede lograr que los programas sean más atractivos al igual que Internet es atractiva para nuestros jóvenes”*. El razonamiento no puede dejar de lado que esa aspiración se enreda con el intercambio, el gasto; los ingresos; el financiamiento que parece ser el mismo y no renovarse frente a la innovación tecnológica... *“La publicidad seguirá siendo una de las principales herramientas para los radiodifusores; pero hay que considerar que los sistemas de pago están teniendo una penetración fuerte, por lo tanto los canales abiertos tienen que fundamentar sus operaciones y tener un panorama preciso de lo que pasa en el mundo. El cambio cultural que suponen la convergencia es el que nos abre la posibilidad de ofrecer contenidos restringidos conjuntamente con los de libre acceso”*<sup>74</sup>.

El énfasis en comprometer a los jóvenes en la oferta del consorcio se sustenta en las estadísticas de uso que proclama **esmas** y en la proyección de la juventud como sujeto del cambio, aunque nunca sin control y menos con arranques contestatarios que comprometan los dividendos. El anuncio del funcionario puede sugerir que se asiste a la víspera de intensas campañas de publicidad que ofrezcan paraísos virtuales ganados únicamente con profesar la conducta adecuada. Después de todo ese es el rasgo contemporáneo. ¿Qué acaso no hace mucho la pauta comercial de las telefónicas celulares animaba primero el ingreso al *club rojo*, y después a la fraternidad trivial de *los que van a todos lados*?<sup>75</sup> La propuesta exigía no únicamente el consumo de la oferta comercial –ya del receptor más sofisticado, ya del tráfico que conlleva su explotación exhaustiva– sino la adopción y entrega a un estilo de vida

<sup>74</sup> Información tomada de ----- “La televisión digital en México: un caso testigo”. Disponible en: [www.canal-ar.com.ar/Noticias/NoticiaMuestra.asp?Id=3059](http://www.canal-ar.com.ar/Noticias/NoticiaMuestra.asp?Id=3059). Fecha de consulta: 2 de abril de 2006.

<sup>75</sup> Se hace referencia a las campañas de medios de las empresas nacionales de telefonía celular **Iusacell** y **Telefónica Movistar**, desarrolladas en el segundo semestre del 2004 sobre todo en los sistemas de televisión abierta.

asociado a una funcionalidad posmodernista, que igual se refrenda en otros ámbitos y sobre un mismo patrón universal: actos mecánicos con los que el individuo pretende conquistar su identidad, la propia y la social, aunque ambas sólo valgan, y bien poco, en el esquema mercantil dominante. Como lo plantea Denis McQuail, esa articulación implica sobre todo a los medios electrónicos de comunicación: (...) *“como filosofía sociocultural, el posmodernismo se opone a la noción tradicional de valores y creencias culturales fijos y jerárquicos. Esto a favor de formas culturales que sean transitorias, superficiales, que apelan a los sentidos más que a la razón. La cultura posmoderna es fugaz, ilógica, calidoscópica, inventiva, hedonista. Sin duda tiene más afinidad con los nuevos medios audiovisuales que con los medios gráficos. Aunque el posmodernismo tal vez no sea otra cosa que la versión de moda del pensamiento secular y liberal, sin base filosófica profunda o coherencia, parece expresar en cambio rasgos significativos de la conciencia social actual y encuentra eco en los medios masivos populares, en particular la televisión y la música”*<sup>76</sup>.

Para Televisa y sus asociados el escenario es promisorio. Es palpable la imbricación virtuosa que ha logrado y el consorcio maneja y controla infraestructuras, sistemas y productos en el nuevo formato digital. Bajo esta premisa, las preguntas obligadas son evidentes: *¿qué no podrá hacer con ellos al aprovechar las bandas de frecuencias asociadas a su servicio original; tanto las analógicas como las digitales? ¿Cuál de todas las fórmulas posibles aprovechará para capitalizarlas? ¿Dónde se encuentra su límite como operador en telecomunicaciones, y cuál puede surgir en su desempeño como proveedor de contenidos? ¿Qué otros negocios guarda bajo la manga para ensamblarlos con sus nuevas frecuencias?*

La facultad integradora que hoy manifiesta la empresa y la profunda conjunción lograda con el anunciante y el publicista, engruesan todavía más la solidez que el consorcio vuelca y desborda para su desempeño económico inmediato, que por otra parte toma asideros distintos a la radiodifusión. Ejemplos de ello son su ingreso en la creación de la línea aérea de bajo costo **Vuela**, operativa ya en México, y la integración de un supermercado de fondos para pequeños inversores, designado como **Mas Fondos**. La empresa, cuya propiedad comparten ex funcionarios de la Bolsa Mexicana de Valores (49%) y el corporativo, se propone funcionar como intermediario entre personas físicas con capacidad media y baja de ahorro y los fondos de inversión, tarea por la que el grupo cobra una comisión. En octubre de 2005, **Televisa** afirmó que planeaba invertir hasta 40 millones de dólares en publicidad para su nueva creación financiera<sup>77</sup>, enroque que cierra el círculo en la misma actividad que tanto explota el corporativo. Estas instancias dedicadas a los servicios pueden traducirse también en fuentes indirectas de ingreso. *“Las empresas que vinculen negocios en el área de Internet con los medios tradicionales de comunicación,*

<sup>76</sup> Denis McQuail. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Amorrortu Editores (Biblioteca de comunicación, cultura y medios); 1999:438pp.

<sup>77</sup> Ver respectivamente: ----- *“Grupo Televisa participará en Vuela”*, Boletín de prensa, 25 de julio de 2005; y, Reuters. *“Televisa crea ‘supermercado’ de fondos para pequeños inversores”*, 15 de octubre de 2005.



*ganarán enormes sumas de dinero en publicidad*<sup>78</sup>, sentenció Robert McChesney en los principios del siglo. Y Televisa se encamina a transformarse en una de las pruebas manifiestas de tal adagio.

E. La *Reforma*: de logros momentáneos, prebendas anheladas y acomodados futuros

Con la prisa encima

– *“Cambios a radio y TV, aprobados muy rápido, reconocen”...*;

o sin coto de tiempo

– *“Luego de más de 13 horas de debate ininterrumpido...”*.

Sin estudio ni reflexión

*En conferencia de prensa, la presidenta de la Cámara reconoció que el dictamen se votó en el pleno sin conocer su contenido...”*;

– *“... admitió que los legisladores se equivocaron al aprobar la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, y que la mayoría, como fue su caso personal, sólo leyó la exposición de motivos y no los artículos del dictamen, porque éste contenía ‘muchos tecnicismos que no conocíamos’”*;

o con un escrutinio holgado en tiempo y forma; con detalles inclusive

– *“En esa consulta pública... participaron 46 personalidades y organizaciones, de las que 34, casi 74 por ciento del total, expresaron su desacuerdo con aprobar la ley en sus actuales términos. Hubo voces de gran representatividad, como organismos gubernamentales que tienen que ver con la reglamentación de la radio y la televisión...”*

*“Después de la consulta tenemos que empezar a poner las cosas en blanco y negro...”*.

En la soberbia

– *“Ni una coma, fue la consigna”*;

o en un mea culpa atrasado y sin consecuencias

– *“Un grupo de 111 diputados federales de PRI, PAN, PRD, PT, Convergencia e independientes exigió al Senado que enriquezca y perfeccione la minuta de reformas a las leyes de radio y televisión y de telecomunicaciones...”*.

Falto de disonancias

– *“Por unanimidad y en un proceso legislativo caracterizado por su rapidez... Con una votación de 327 sufragios en pro, cero en contra y cero abstenciones”...*;

o con una mayoría sin más fortaleza que su cantidad

– *“La votación en lo general fue de 81 sufragios a favor, 40 en contra, 4 abstenciones y 3 senadores ausentes...”*

Como misión cumplida

– *“La hicimos rápido para que pudiéramos dejar legado de nuestro trabajo legislativo. Yo creo que el camino sería que el Senado la aprobara, aunque sé que es perfectible, pero insisto, se debe aprobar y ya en el camino que se modifique...”*;

o como signo de sumisión y cobardía

<sup>78</sup> Robert McChesney. *Rich Media, Poor Democracy*. New York, Penguin Books; 1999:83pp.

*– “Es una infamia para el Congreso, una vergüenza para la nación y un baldón para los candidatos presidenciales”... “Aquí se sabe lo que ocurrió, un vergonzoso sometimiento del Congreso de la Unión a los intereses de las televisoras, eso es lo que pasó, y lo sabe la opinión pública nacional y no lo va a olvidar”<sup>79</sup>.*

El saldo fue el mismo que el anunciado desde el 1º de diciembre de 2005: en la madrugada del viernes 31 de marzo del 2006, el Senado ratifica el **Decreto que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión**, mismo que sustenta la *Reforma*. Si la aprobación tocó los extremos que se listan en los párrafos iniciales, si provocó una polarización completa entre legisladores, incluso de una misma fracción partidista; si desató campañas radicales a favor y en contra de sus planteamientos; si, en suma, atrajo la atención pública por varios meses y un abatimiento evidente con su desenlace, es porque el acto legislativo resolvía hasta esa fecha y durante los meses que tuvo vigencia plena, un viejo conflicto planteado casi en forma simultánea al nacimiento de la radiodifusión en México: el cuestionamiento al predominio de la visión empresarial y la propiedad privada en el manejo tanto de la radio como de la televisión, las dos redes nacionales que casi cubren por entero al país. Quizá en aquellos momentos y también en los actuales, la intervención del sector empresarial en los medios no sea el asunto a controvertir. Pero lo que siempre habrá de disputarse es la exclusividad total y completa con que tal participación se ha manifestado e impuesto. Y si por años pudo reprocharse ese monopolio porque eliminó otras opciones a partir de dominar los medios por los que se transmite, el reclamo sobre la modificación fue mayor porque es mayor la hegemonía: la *Reforma* reafirmaba contra viento y marea aquella centralización absoluta y, más aún, le sumaba la explotación si bien todavía embrionaria, futura por necesidad, del mismo recurso en otros frentes y la concreta sin sujeción regulatoria alguna, encarnada en la vieja fórmula que el poder siempre ha empleado para tratar la innovación en telecomunicaciones: los concesionarios podrán desarrollar *todo lo que la tecnología permita*.

Debe decirse claramente. En la historia nacional de la radiodifusión despunta una articulación doble que en la reestructuración productiva tomó nuevas evidencias: los concesionarios que todo lo logran para perfeccionar y fortalecer su oferta, y un Estado complaciente que aprovechó a los medios electrónicos para legitimar su acción pública de manera consistente. Uno y otro se beneficiaron por años de ese orden. El enroque de los cincuentas que

<sup>79</sup> El desarrollo se ha realizado con base en la información periodística difundida en dos periódicos nacionales. De acuerdo con el orden de exposición las fuentes son: J. Herrera. “Cambios a radio y TV, aprobados muy rápidos, reconocen”. En: *El Universal*, Diciembre 8 de 2005; Alejandro Torres. “Aprueba Senado en lo particular ley de medios a las 3:30 horas”. En: *El Universal*, Marzo 31 de 2006; E. Méndez et V. Ballinas. “La Presidenta en San Lázaro exhorta a desechar la minuta”. En: *La Jornada*, Marzo 30 de 2006; Andrea Becerril. “La consulta pública rechazó en febrero la reforma a la ley de radio y televisión”. En: *La Jornada*, Marzo 30 de 2006; J. Teherán. “Anuncian inicio de dictamen a reformas a ley de radio y TV”. En: *El Universal*, Marzo 1º de 2006; A. Torres et L. Saúl. “Ni una coma, fue la consigna”. En: *El Universal*, Marzo 31 de 2006; J. Herrera. “Diputados piden cambiar o posponer la aprobación”. En: *El Universal*, Marzo 3 de 2006; J. Herrera; H. Loya et J. Teherán. “Madrugete de la Cámara cambia reglas de radio y TV”. Y, “Al vapor”, reforma para concesiones de radio y televisión”. Diciembre 2 de 2005; y, V. Ballinas. “Hicimos la minuta rápida y sigilosamente”. En: *La Jornada*, Marzo 28 de 2006.

llevó a la clase política al consejo de administración de los medios electrónicos se preservó por décadas, aunque después ya no figuraran los apellidos políticos en el directorio corporativo. El esquema proteccionista con el que nace la radiodifusión mexicana se alimentó del ambiente reglamentario que América Latina impuso en la época para proteger sus procesos de sustitución de importaciones, y derivó en el desarrollo de los agentes productivos locales que se fortalecieron a lo largo del tiempo sin competencia alguna. Al perpetuarse ese dogma se generan rentas monopólicas que son acaparadas tanto por los protagonistas nacionales como por los actores sociales que las promueven mediante la defensa a ultranza del entorno constituido. Unos y otros presionan al Estado para mantenerlo y hacen de esa actividad su tarea primaria y sustantiva: *buscan con ello reproducir sus rentas de situación y multiplicarlas hasta donde sea posible*<sup>80</sup>. Habrá de reconocerse que la conducta de los concesionarios, sus personeros y legisladores afines durante el proceso de aprobación, ilustra de manera fehaciente esta explicación teórica y la torna práctica, concreta, y por mucho, aleccionadora para futuros enfrentamientos.

Al entronizar a la empresa privada como sujeto activo de la reestructuración económica, se sientan las bases para la expresión política del concesionario sobre un nuevo equilibrio: ya no más soldados de la Revolución ni del Partido hegemónico, ¿para qué subordinarse si tanto nos necesitan? El relevo partidista en la Presidencia del año 2000 revalida el sometimiento gubernamental y lo pinta además de una entrega aún mayor, completa y total, que llevó al máximo el sostén gubernamental. El *Decreto* de ajuste fiscal de octubre del 2002 clarificó ese tutelaje, y transcribió la misma fórmula de antaño: un poder Ejecutivo atento y servicial para facilitar y promover el esquema de reproducción de los grupos empresariales involucrados. Sin embargo, por las evidencias que se precisaron en el proceso de discusión de la *Reforma*, fue claro que ese apoyo sin condiciones no tuvo la solvencia suficiente para gravitar en el esfuerzo mayor de las televisoras, y la aprobación que lograron se estructuró en otros soportes, lo que torció un poco el proceder de siempre pero no alteró su eficacia acostumbrada. Los concesionarios en efecto no confiaron su aprobación a los oficios gastados del Ejecutivo, que habían fallado una y otra vez en la búsqueda de consensos. Concededores del protocolo y del oficio, dieron entonces el encargo al Legislativo y con ello blindaron además la iniciativa y su aplicación: la *Reforma* es ya Ley Federal y su cambio o derogación posibles demandan un acuerdo similar al conseguido para aprobarlo: el consenso legislativo por mayoría. El argumento no únicamente garantiza la permanencia y firmeza del instrumento –o el vacío legal, como de hecho sucede ante el dictamen de inconstitucionalidad de la Suprema Corte y el retardo intencionado del Poder Legislativo en abordar el tema- sino que fue vector básico para imponerlo: la unanimidad de los Diputados lograda en diciembre de 2005 fue conjurada una y otra vez para tejer un objetivo doble: provocar la mayoría mecánica de los Senadores y no alterar una coma siquiera del texto original. El éxito ha sido así completo y total, y hasta su corolario fue que se involucró al Ejecutivo: después de celebrar el consenso en que a su juicio se produjo la aprobación de la *Reforma*, firma y difunde su anuencia sólo

---

<sup>80</sup> Cfr. Ian Little; Tibor Scitowsky et Maurice Scott. *Industria y comercio en algunos países en desarrollo*. México, Fondo de Cultura Económica, 1975.

once días después de la sesión Senatorial, y desde luego sin cuestionamiento ni modificación alguna; también sin alterar una sola coma.

Además, la aprobación de la *Reforma* tanto en la unanimidad de la Cámara de Diputados como en la mayoría de la Cámara revisora, dio al traste con años de reflexión, consulta, réplica y debate, que a manera de secuencia concéntrica había permeado a la sociedad entera desde la década de los ochenta. Durante mucho tiempo, la inquietud por reformar el marco jurídico de la radio y la televisión había trascendido del círculo de académicos que la expresaron primero, a la industria asociada que desde luego reaccionó en contra de esa propuesta. Después, llegó hasta los especialistas técnicos, que en una dinámica permanente avalaron cualquiera de las dos concepciones que desde entonces se mantienen en la mesa: aquella que entiende a la radiodifusión como servicio público y en consecuencia como asunto de Estado, y una segunda que la interpreta como tema empresarial y por lo mismo únicamente sujeta a las reglas y el desarrollo del mercado y sus agentes protagónicos.

A partir del 2000, la disyuntiva anterior claramente se resuelve, y ya para el 2006 se pinta el escenario idóneo para reformular la interacción política Estado–concesionarios. La imposición de la *Reforma* es entonces la primera muestra de la nueva hegemonía, y la reafirmación de los principios empresariales en la explotación de la radio y la televisión quedan planteados como objetivo nacional y como destino económico inmediato y único de la industria. Si desde siempre el concesionario logró armonizar el desarrollo del mercado con sus propias propuestas de negocio, hoy se asiste a la implantación de una racionalidad renovada que: *i) optimiza el desempeño productivo* de las dos empresas dominantes; *ii) les ratifica el feudo que han configurado en el sector* y; *iii) les garantiza a la vez su desempeño futuro en un segundo campo de actividad empresarial*, al que ingresan dotadas ya de grandes ventajas competitivas: en su conversión a operadores de telecomunicaciones, en la rama convergente a sus intereses y prerrogativas, se les asegura entonces una posición de privilegio. Y la transición no es menor: implica el accionar de las televisoras en su campo natural de negocio y ahora en el área de redes, de infraestructuras, de los *fierros*, según el decir instalado ya como lugar común. Ello las ubica y posesiona en el sector económico de punta, en el liderazgo tecnológico y en la actividad de mayor valorización de hoy.

Si amplios sectores de la sociedad se involucraron con el proceso de discusión de la *Reforma* fue porque su lectura histórica del mismo fue exacta: no se disputaba únicamente el porvenir de las televisoras y tampoco sólo el destino del radiodifusor independiente. Una y otro se rigen ahora por nuevas reglas que los rebasan porque inciden en la lacerante polarización y desigualdad social que nos agobia desde la Conquista: si el sistema deriva en ganadores y vencidos, con la modificación legislativa pretendió reforzarse la tendencia que pinta ese resultado en los comienzos del siglo XXI: como ha sido desde entonces, una dicotomía donde cada vez son menos los primeros, y el resto y en mayoría se aglutina en los segundos.

Para abordar la racionalidad económica que subyace en la *Reforma* aprobada, enseguida se desahoga una argumentación central sustentada en dos escenarios...

- a) La *reflexión sobre el entorno en el que se desarrolló la discusión de la Reforma*, donde se bordan las premisas que legitiman los intereses que la promovieron, y misma plataforma discursiva a partir de la cual se establecieron las coordenadas del análisis; los conceptos y términos bajo los que se deliberó, e incluso la misma temática debatida. Y,
- b) La consideración específica de algunos de los Artículos del Decreto, cuya propuesta viene a ser un eslabón más en la *secuencia de industrialización de los servicios de radiodifusión*, que de principio conlleva la simbiosis entre ésta y el sector de telecomunicaciones en los términos que se han planteado en el punto precedente.

<p>1. <b>Del entorno y sus lugares comunes: linderos, asuntos y consignas de la discusión sobre la <i>Reforma</i>.</b></p>
--

El disfraz, la apariencia y la coacción ideológica, son los primeros temas que aparecen al analizar el contexto en el que se produce la propuesta y promulgación de la *Reforma*. El artificio y la legitimación van en efecto de la mano porque la imposición del ideario específico, pintado como natural y espontáneo, fue sin duda el primer elemento a estructurar para hacer legítimas las modificaciones regulatorias. Y la premisa a imponer no puede ser más sencilla: *el único modelo posible de desarrollo de la radio y la televisión nacionales es la explotación comercial*. El argumento parece instalado ya en el imaginario colectivo, y si bien no elimina otras opciones de servicio del escenario nacional –de entrada los medios públicos, su antagonista natural– si cuestiona su existencia y razón de ser porque al concretarse quitan espacios de reproducción al modelo dominante.

La *idea motora* anterior, su proposición argumental, se sumó a otras más y siempre se mantuvo en el ambiente como parámetro inamovible, establecido e inerte, con la plena justificación y legitimidad que le otorga el haber estado presente en la retórica oficial por más de 20 años. Cualquier interés, o aún la simple intención de cuestionar su persistencia, se descalificó de inmediato y no alcanzó siquiera a plantearse con propiedad. La consulta pública que sobre el tema llevó a cabo el Senado de la República durante febrero de 2006 fue pródiga en la exposición de estos *andamios ideológicos*, síntesis del discurso dominante que no por obvios deben ignorarse, ya que de hecho representan el ideario que a fuerza de repetirse tanto se impone como máxima absoluta como descalifica a otras interpretaciones sobre la misma temática. Como señala Hernández López: *“bajo el ropaje de una aparente*

*inocuidad y legitimados por las propias prácticas del sujeto social, circulan flujos comunicacionales que, promovidos desde los centros del poder, pone en circulación mensajes dirigidos, por una parte, a consensuar determinadas palabras–categorías como competitividad, ganancia, rentabilidad, valores, mercado, que operan como códigos lingüísticos desde los cuales se configuran ‘visiones del mundo’ alrededor del mercantilismo como contenido hegemónico de las prácticas sociales. Por otra parte, a penalizar como patológicos aquellos códigos que orientan prácticas sociales y política reactivas al poder dominante, generalmente bajo la argumentación del carácter ‘arcaico’ de aquellos, desde la cual se justifica la exclusión del sujeto social crítico de la comunidad consensuada...’<sup>81</sup>.*

La atención y seguimiento de las declaraciones a favor de la *Reforma* –repletas de esta *alienación lingüística*– testimonian con gran transparencia la reflexión anterior. Una primera evidencia surge del sedimento democrático que según sus promotores asentaba la *Reforma*. Conforme tal visión, ésta sólo podía generar un escenario desfavorable para **Televisa** y **TV Azteca**: a partir de ahora, se afirmaba, en las principales localidades donde operan, podrán surgir competidores a su oferta que van a disputarles el gasto publicitario en cada territorio, en cada región de servicio. Compartir por obligación ese global es en efecto una rendición que el duopolio ha debido de aceptar, incluso a regañadientes. Ambas empresas lucharon siempre para suprimir a sus competidores, y no sólo a los reales sino a los posibles; ahora, al fin, se les arranca algo, decían. Qué decir de su oposición férrea a los medios públicos: únicamente por aparecer en el mismo sector se les clasifica como competencia desleal.

Y la diatriba seguía. Como ancla novedosa, la multiplicación de emisores fue uno de los supuestos centrales y benignos que los apologistas de la *Reforma* destacaron y presumieron por doquier: la concentración cuantificable en el control del total nacional de frecuencias de radio y TV, alegaron, solamente podía suprimirse si se otorgan más concesiones en todo el país. Ello rompió el duopolio de la telefonía celular, se enfatizó como garantía, y es también el camino en radiodifusión. Diversificar la oferta llega como el antídoto a la expansión desbordada de las dos empresas dominantes y la *Reforma* garantiza ese procedimiento sin favoritismo, con *“el método de asignación*

---

<sup>81</sup> La consulta sobre las diferentes posturas que se epusieron en estas sesiones se realizó en la página del entonces Senador Javier Corral, donde se presentaron las versiones estenográficas de las reuniones de trabajo. Algunas afirmaciones de los promotores de la *Reforma* que se reseñan en el texto se encuentran en esas referencias, ricas por su parte en argumentos sesgados y unilaterales, nutridos en la perspectiva de análisis que sugiere **Hernández**. Por otra parte, en tanto se conoció que los llamados expertos independientes en realidad seguían el cabildeo de **Televisa**, se ha estimado que la promoción y defensa que realizaron en esas sesiones se generó en bloque y bajo esa representación, por lo que resulta innecesario identificar al autor de las citas incluidas: todos respondían al mismo interés y dirección. Sin embargo, para aquellos interesados en precisar esas autorías, cada cita refiere el día y la página de la versión estenográfica de donde se obtuvo. La cita se tomó de: Daniel Hernández López. "Trabajo, comunicación y conciencia social. Claves para la descodificación del discurso político hegemónico", En: *Anuario Ininco*, núm.11; 2000.

*más transparente*<sup>82</sup>: la subasta pública. En su pretensión de instalar una premisa liberadora, la tesis fue repatriada de la legislación de telecomunicaciones y reproducida hasta el hartazgo en cualquier foro o tribuna a disposición de sus defensores. Si se permite, fundamentaron, la nueva tecnología aplicable a la radiodifusión puede garantizar la multiplicación del acceso, y con ello la desconcentración forzosa del emisor porque rompe de manera natural, sin fricciones ni altercados, su preeminencia dual.

Más el planteamiento de diversificación no puede ocultar su tracción económica y al abordar la forma de asignación establece uno de los motivos primarios de la *Reforma*: la *liberalización del mercado de radiodifusión, sobre todo en la modalidad televisiva*, proceso iniciado con la venta de las redes estatales en 1990, y misma secuencia donde la modificación legislativa realizada es continuación y a la vez principio. El proceso se perfecciona en efecto porque con su implantación operativa se agregan dos procedimientos estelares que afinan su transcurso: *i) el cambio en el método de otorgamiento de concesiones, procedimiento que garantiza el concurso del sector empresarial en la radiodifusión* y cancela la intervención de otros grupos sociales; y, *ii) simultáneamente, la migración de los concesionarios de los sistemas de radiodifusión ya presentes en el mercado a la titularidad en la operación de redes públicas de telecomunicaciones*, autorizadas y susceptibles de conducir cualquier señal digital. Así, el mercado mantiene su dinamismo productivo y genera las condiciones de reproducción tanto de nuevos protagonistas como de los viejos empresarios presentes desde siempre.

La precisión anterior es fundamental porque contextualiza el fundamento de la *Reforma*: **legitimar el modelo de operación de las televisoras y garantizar su vigencia en el tránsito hacia el modo convergente de las telecomunicaciones**. Y tal garantía de funcionamiento rebasa la letra y dictado de las disposiciones emitidas y se concreta en dos temas, más presentes entre líneas que mencionados con claridad: la *plataforma de desarrollo nacional de la radiodifusión* que el nuevo ordenamiento supone y promueve, y la *concreción operativa del vector tecnológico-empresarial* que se prevé decisiva para el mercado del suministro de información en el mediano plazo. Ambas perspectivas se conjugan en una de las tantas afirmaciones que inundaron las consultas públicas: el espectro de la televisión se dilapida porque en doce años no se han asignado más concesiones y su explotación es necesaria y urgente, se enfatizó. Lo que queda en la palestra y no se explicita, es que se desea con ahínco que tal aprovechamiento sea en beneficio del mismo sector social de siempre, mientras que los concesionarios actuales migran hacia una oferta de valor agregado en la cual habrán de sacar toda la ventaja posible de las fortalezas que han acumulado durante años de monopolio. Este ideario aparece en la fundamentación que ofrece la *Reforma* al abordar la renovación de los procedimientos para otorgar concesiones en radiodifusión, y que alista el arreglo de tres requisitos concretos...

---

<sup>82</sup> Versión estenográfica de la reunión de trabajo de la **Comisión de Comunicaciones y Transportes**, 8 de febrero de 2006; 19pp.

- i) Con la reivindicación de suplir el acto discrecional del Ejecutivo y emplazar un mecanismo de mercado, la asignación de aquella al ganador de una subasta pública ascendente, en la que concurren únicamente los postores calificados y autorizados para ello. El proceso, que demanda la intervención de la **Comisión Federal de Competencia (Cofeco)** para recibir las solicitudes de aquellos interesados, atrajo los parabienes de los promotores de la *Reforma*, quienes lo enfatizaron como uno de sus mayores y más decisivos avances. Al establecer como parámetro de validación el uso de ese mecanismo en el otorgamiento de espectro para servicios distintos de radiocomunicación y la experiencia ganada en ello por **Cofetel** desde 1997, la opinión a favor lo evaluó como la mejor forma de autorizar las licencias de manera transparente, honesta y justa, cualidades imperiosas en tanto suponen el proceso contrario al acto discrecional que prevalecía. Según el discurso, la naturaleza de éste lo define fuertemente imbuido del interés en turno de los dos protagonistas que confluyen en él: tanto del que solicita como de quien atribuye. Para disolver esta relación viciosa y unilateral, el procedimiento no prejuzga a los participantes: todos aquellos que tengan el recurso económico pueden asistir.
- ii) El proceso se ciñe al programa de concesiones que **SCT** disponga. Ello se percibe como garantía suficiente de la rectoría del Estado sobre el sector, en tanto es el Ejecutivo quien define el cuándo y el dónde de cada concesión que se ofrezca. Igualmente, el valor del recurso que le asigna la mejor postura de la subasta, implica que la transacción sea justa, ya que el mercado define los montos máximos y mínimos en los que se cotiza el recurso.
- iii) En el diseño de los requerimientos a cumplir para participar, donde igual se presume la experiencia que **Cofetel** ha ganado en diez años de funcionamiento. En tanto los requisitos a cubrir no son distintos a los que se han determinado para solicitar la concesión para explotar una red pública de telecomunicaciones, el organismo se encuentra capacitado para evaluar el grado de cumplimiento de cada solicitante. El único agregado –que los promotores establecieron como suficiente para garantizar el cumplimiento del **Artículo Quinto** de la **Ley Federal de Radio y Televisión**, referente a las funciones sociales de la actividad de radiodifusión– es el presentar la carta de la programación que habrá de ofrecerse si se logra la concesión; la Comisión, se aseguró, se encuentra habilitada para juzgar esas proposiciones.

Los calificativos que acompañaron la presentación en sociedad del procedimiento anterior y de sus fases constitutivas, reveló su propósito sin disfraz alguno. A partir de recrear consideraciones económicas, se estableció una lógica explicativa que claramente determina no únicamente el mecanismo de valorización que se busca, sino también la función social que en efecto el nuevo concesionario debe y puede implementar en su operación cotidiana.

*“Hay un principio además general para cualquier concesión de vías generales de comunicación, que es el*



*derecho que tiene un concesionario al equilibrio financiero; no se pueden dar las concesiones como una maldición divina; quien obtenga una concesión no está obligado a perder dinero 20, 30, 40, ó 50 años...”* –se manifestó por ejemplo. *“... las concesiones son para hacer negocio, tienen como objetivo una explotación comercial, se complementó después, para al final concluir con una sentencia pretendidamente incuestionable por su alto sentido de justicia: [...] aquel que utilice un bien del dominio público de la nación como es el espectro radioeléctrico para hacer negocio tiene que pagar por él...”*<sup>83</sup>

Como es evidente, estos arbitrajes suponen que la radio y la televisión se rigen en exclusiva por procedimientos económicos, por lo cual resulta además de lógico, legítimo, e incluso deseable, que se recupere la inversión dedicada. ¿Quién puede entonces asistir al proceso? Resulta obvio señalar que únicamente las empresas o personas físicas con recursos suficientes para arriesgarlos en el desarrollo de una concesión pueden concurrir a la subasta en condiciones simétricas. De hecho, los requisitos que se han establecido a propósito en telecomunicaciones, juzgan la capacidad económica, técnica y jurídica del solicitante, lo que implica la eliminación de quienes no disponen de medios suficientes o que no satisfacen cualquiera de esas instancias. Ello restringe la intervención, y con ella la competencia posible, de sectores distintos al empresarial, meta que es la única posible bajo esta perspectiva. La apertura que supone la cesión de concesiones vía subasta, recoge así una exigencia del capitalista manifiesta por ejemplo a lo largo del 2005 en torno a la creación de una tercera cadena de televisión, misma solicitud que incluso tenía nombre y apellido y que encuentra eco en la *Reforma* en tanto ésta genera el ambiente que urge a ese grupo social: ahora tienen la posibilidad de ingresar al negocio, compartir el total publicitario que las dos televisoras presentes logran de manera cotidiana y conformar otra instancia económica de valorización en el medio<sup>84</sup>.

No obstante su escaso beneficio colectivo, esta jurisdicción empresarial es quizá un problema menor frente a lo que también implica la mudanza regulatoria. Al demarcar la actuación del medio en la órbita financiera, dentro del marco del rendimiento, de la tasa interna de retorno y de otros indicadores productivistas, inequívocos y exactos, **para el concesionario posible se decreta de facto la exigencia de recurrir a las mismas pautas de programación que hoy explota el duopolio**, a la fórmula conocida y probada de captar rating para capitalizar el tiempo de transmisión.

<sup>83</sup> Versión estenográfica de la reunión de trabajo de la **Comisión de Comunicaciones y Transportes**, 8 de febrero de 2006. Respectivamente, 190 y 242pp.

<sup>84</sup> Sobre todo en la columna *Nombres, nombres y... nombres* que se publica en *Reforma*, la mención a estas iniciativas fue recurrente en el 2005. Por ejemplo, en la publicada el 1º de febrero, se establece que los empresarios interesados en una tercera cadena nacional serían los propietarios del periódico **El Universal**; de las empresas de comunicación **MVS** y **Multimedios**, y del **Grupo Ángeles**, tenedor de hospitales. Para conformarla, se remite a la posibilidad de integrar los **canales 11 y 22**, que pasarían a propiedad privada; o bien las estaciones en UHF, como el **28**, el **34** del estado de México; el **46** y el **52** (Cfr. Alberto Aguilar “... tercer canal decisión de Fox”. En: *Nombres, nombres y... nombres. Reforma*, 1º de febrero de 2005)..

Es por ello que la *Reforma* no establece obligación alguna que condicione, especifique o recomiende la programación del medio: **ésta será la adecuada para que el concesionario recupere e incremente su inversión**, y por lo mismo no podrá alejarse del circuito de capitalización de las frecuencias televisivas vigente en la radiodifusión hasta la fecha. Aquella fórmula es entonces nodal y decisiva y, como aseguraron los promotores, plena de legitimidad pues para cumplirla las concesiones se otorgan con base en una subasta pública normada por la puja mayor.

La predeterminación económica de las nuevas concesiones trae aparejada dos secuelas adicionales, no de importancia menor: la **legitimación del Decreto** de ajuste de los tiempos fiscales de octubre de 2002, que redujo en forma sustantiva el pago del impuesto en especie y con ello incrementó el tiempo de transmisión que puede dedicarse a la publicidad; y, la definición del servicio de radio y televisión como plataforma de dos vías paralelas: en tanto **soporte para la difusión de contenidos de ‘entretenimiento’**, genérico que reduce el potencial del medio como emisor de materiales, programas y mensajes de otra naturaleza, distintos a aquella vocación rudimentaria; y como **vehículo del llamado ‘servicio de publicidad’** –categoría recién definida por los promotores de la modificación para defender su dicho– el cual es aprovechado por quien lo requiera y pueda costearlo. Después de alertar sobre los errores y confusiones que se mencionan al respecto, ambas particularidades fueron por fin precisadas en el discurso conexo... *“El decir que la explotación o el servicio de radio y televisión es gratuito, creo nuevamente que estamos confundiendo. La actividad de función social que recibimos los radioescuchas o televidentes no nos cuesta a nosotros, pero hay un servicio que se presta, y es la explotación del espectro, y es el servicio de la publicidad, sino no podrían existir estas empresas. Claramente hay un servicio, que es el servicio de publicidad y dicho sea de paso, creo que no es nada barato, y además no les va nada mal a las empresas, según las cifras que nos reportan”* (sic)<sup>85</sup>. Las dos características predisponen y embargan la función social de la radio y la televisión en los tiempos actuales: se les constriñe a sistemas de radiocomunicación para el enlace e intercambio entre público y anunciante vía la programación que suministra el concesionario. Lejos está entonces el concebirlas como servicios de interés público, con funciones siquiera tan generales y abstractas como las que se establecieron en 1960 en el **Artículo Quinto** de la **Ley Federal de Radio y Televisión**, y que nunca se han observado y menos cumplido.

En el entorno descrito, la premisa que inaugura el análisis encuentra su razón de ser: si **Televisa y TV Azteca** enfrentan competidores nada gana el resto de la sociedad porque **la oferta que pueda constituirse, la que aproveche aquel caudal de canales que ofrenda la nueva tecnología, no será alternativa alguna**: repetirá los vicios, cantaleas y propuestas que hoy pueblan y dominan la pantalla porque su propósito es el mismo: capitalizar el tiempo de transmisión como finalidad única de funcionamiento. Asimismo, al considerar a mayor detalle el

---

<sup>85</sup> Op. Cit. Nota 83; 273pp.

argumento, emerge el porqué del precepto que la *Reforma* habilita para la radiodifusión pública, calificada despectivamente como vocera oficial: su vigencia impide que la frecuencia que ocupan pueda rentabilizarse. Por ello, si la propuesta aboga por eliminar la discrecionalidad en la entrega de concesiones, formaliza en cambio el método contrario para el caso de los permisos: la magnifica como parámetro de juicio en la solicitud, para que su autorización y funcionamiento sean aún más complejos y de muy difícil cumplimiento.

La eliminación de los operadores públicos del escenario televisivo encuentra asimismo otro motivo para plantearse porque la innovación tecnológica ha optimizado los mecanismos de capitalización de las frecuencias asociadas, y por tanto es mayor el excedente que puede generarse. Ambas empresas han actualizado sus estructuras de producción para explotar su mercado original e igual intervienen en los mercados abiertos por las nuevas tecnologías, en concreto la televisión digital, que se plantea como la evolución natural del formato televisivo analógico, hoy aún mayoritario. Las *frecuencias espejo* les permiten implementar una transmisión doble: aquella en formato analógico para que el equipamiento tradicional de hoy no pierda la señal; y en la norma de alta definición, que en la actualidad sólo puede captarse mediante los aparatos ya habilitados para desplegarla, y que con el tiempo serán mayoría porque sustituyen a la generación anterior. Cuando se considere que todos los telerreceptores han migrado al nuevo formato, situación que no se prevé antes del 2021, la asignación de frecuencias dobles finiquita.

En el transcurso entre formatos, sin embargo, el mecanismo planteado fundamenta un enorme potencial rentable que el concesionario puede conquistar de manera también progresiva, y en una plataforma doble asimismo: *tanto en las frecuencias analógicas*, que una vez liberadas poco a poco podrán reasignarse para suministrar otros servicios si no son devueltas al Estado; y en sus *pares digitales de alta definición*, donde si bien la especificación técnica de hoy establece necesariamente un tramo de seis megahertz (MHz) para la transmisión de la señal de televisión *mejorada* o de *alta definición*, en el futuro podrá ajustar la norma a la baja mediante compresión de la señal y liberar espacio, mismo que podrá dedicarse a la prestación de servicios adicionales. Así pues, **Televisa** y **TV Azteca** no únicamente han ganado mucho con el duopolio en el servicio de señal abierta que mantienen y que no habrá de revertirse, sino también han sentado las bases de su solvencia futura, que la *Reforma* aseguraba con disposiciones a modo, casi dictadas por los dos corporativos. Quizá debieran enfrentar competencia en el mercado actual, pueden consentirla incluso porque difícilmente habrán de surgir rivales con poder suficiente para desafiarles en el corto y mediano plazo. Tal perspectiva es difícil por los niveles de inversión que exige. A propósito de la conformación de una tercera cadena de televisión, la **CIRT** explicó que sólo para crear una estación de origen y un enlace remoto se requeriría una inversión de 21 millones de dólares, cifra que ya prevé la necesaria transmisión en los dos estándares, el analógico y el digital, para asegurar la transición tecnológica. En ese mismo sentido, se afirma que una repetidora cuesta 2 millones y una estación local, para servicio de una región específica, 8 millones de dólares más. Así, la formación de una cadena nacional exige un gran financiamiento, que de inicio habría de canalizarse hacia el

desarrollo de la infraestructura de transmisión. Según la misma fuente, se ha calculado que la industria de televisión establecida gastará más de 2 mil millones de dólares hasta que termine la transición del sistema<sup>86</sup>. Si bien esta información puede ser exagerada –para engrandecer el esfuerzo de las televisoras, sobrevalorar su inversión y hacer pasar que su negocio es de interés público– es claro que la posibilidad de competir en el sector se restringe exclusivamente a los empresarios que pueden aportar esos capitales.

Los datos anteriores, y la tendencia toda que pinta a la radiodifusión de hoy, indican que el juego ya no está sólo en el escenario de la televisión abierta y analógica. Las prebendas llegan ahora en la transición al lenguaje digital, en la uniformidad binaria. Ésta parece cumplir el vaticinio del primer Azcárraga, quien ganó las concesiones iniciales sabedor desde entonces de que el principio de su negocio flota, se respira, y pueden encontrarse fórmulas que lo capturen y subordinen para el beneficio de quienes las descubran... *“Hay dos medios de comunicación –dicen que dijo en 1958– la tierra y el aire. Los políticos y la mayoría de los empresarios nunca vieron el aire como negocio, sino que se concentraron en la tierra y en el mar. El negocio es el aire. Los negocios futuros de la comunicación no estarán en la televisión, la radio, el cine o la prensa, sino en la capacidad de transportar una señal, cualquiera que sea, y transformarla en televisión, radio, cine o prensa”*<sup>87</sup>.

## 2. La tercera generación: una misma y única convergencia para explotar el aire.

Algunos analistas del medio mexicano han insistido en que la reforma al sector nacional de telecomunicaciones ha evolucionado ya en dos generaciones<sup>88</sup>. La primera, enumeran, se produce en 1990 y arranca con la venta de la empresa estatal de telefonía pública; el surgimiento de la modalidad celular con prestación de capitales privados, y con la desregulación del marco normativo, que relaja y dinamiza la prestación de algunos servicios como los designados bajo el genérico de valor agregado –en especial el correo electrónico, en la modalidad dominante de las pizarras– y de otros más que se dedicaban a la conducción de señales, tales como el fax público o la televisión restringida.

La reforma de segunda generación se inaugura con la expedición en 1995 de la *Ley Federal de Telecomunicaciones –procompetitiva*, según la calificación de los promotores del *Reforma*, y mismo ordenamiento que estableció la

<sup>86</sup> Cfr. Verónica Gascón. “Ven lejano crear cadena televisiva”. En: *Reforma*, 8 de febrero de 2005).

<sup>87</sup> Citado en Y. Colias et E. Frattini, 1998. *Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia*. México, Editorial Océano; 1998:232-233.

<sup>88</sup> Alberto Chong et Florencio López-de-Silanes. *Privatization in Mexico*. Washington, Interamerican Development Bank, Yale University y National Bureau of Economic Research; Agosto de 2004; BjörnWellenius et Gregory Staple. *Beyond privatization. The second wave of telecommunications reform in Mexico*. Washington, The World Bank, 1996.

creación de **Cofetel**– que regula la liberalización y la competencia con base en la clasificación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico para la prestación de servicios públicos y el intercambio privado; la comunicación vía satélite, y el otorgamiento de concesiones para instalar y explotar *redes públicas de telecomunicaciones*. Esta última área de actividad engloba y describe en un término uniforme la creación de infraestructuras privadas de características físicas o móviles, por cable o por aire, para la prestación de servicios públicos. Al difundirse el concepto, se le especializó conforme al servicio que deseaba prestar el solicitante, y así se expidieron concesiones de telefonía local o de larga distancia o para enlaces satelitales, entre otras. Las solicitudes presentan la descripción del proyecto en tres niveles: jurídico, técnico y de mercado y comercial, los cuales correspondían a las tres grandes áreas sustantivas que conformaban **Cofetel** y que encabezaban cada uno de sus Comisionados hasta antes de la expedición del *Reforma*. En el papel, las tres materias que se incluyen solventan que la explotación de redes públicas se lleve a cabo en condiciones igualitarias y no discriminatorias para todos los operadores autorizados. El establecimiento de reglas únicas de interconexión; de regulación en la contabilidad de costos operativos para inhibir el uso de subsidios cruzados, y la administración gubernamental de los planes técnicos fundamentales de numeración, de señalización y de sincronización, se consideraron como los elementos clave para garantizar un desempeño uniforme y transparente de las concesiones operativas, sin ventajas para alguno de sus titulares y protagonistas.

Tanto en su definición conceptual como en todo el bagaje reglamentario dispuesto; en el ejercicio concreto de las disposiciones establecidas y en la confección de criterios de aplicación; durante el armado de juicios y de evaluaciones sobre problemas específicos, *la red queda concebida como un instrumento de transporte, de enlace, en el sentido propio de las telecomunicaciones, que recibe el calificativo de público solamente porque se dedica al suministro de servicio a terceros*. En todo su transcurso como parámetro normativo no se considera el tema o el contenido de lo que se desplaza, de lo que fluye, del tráfico que conduce. Se ha establecido y determinado que la red maneja señales, bits, que pueden significar lo que sea. Convertirse en radio, televisión, cine o prensa, como catalogó Azcárraga. Y en tal orientación los requerimientos son precisos y cuantificables al detalle: se exige eficiencia para establecer los enlaces y continuidad para mantenerlos; también se asientan parámetros fijos de calidad, que permitan una comunicación sin ruido ni interferencias. Asimismo se precisa cobertura: mientras más puntos se enlacen, mayor es la posibilidad de instalar y desarrollar empalmes y conexiones. Y por igual capacidad: en tanto se conduzcan más bits, pueden transportarse más señales. Estas mediciones no son subjetivas; se sujetan a evaluaciones estrictas y justas, a índices y porcentajes, a una métrica exacta que determina grados de cumplimiento de la norma establecida.

Las reformas de primera y segunda generación han forjado el mercado nacional de las telecomunicaciones, ahora bajo la paternidad y gestión de la empresa privada. En tal orden, el argumento regulatorio de la *Reforma* bien podría

conformarse como el **eje argumental de una tercera generación**, en tanto sus supuestos implican **dotar de continuidad a la política de liberalización inaugurada en los noventas, y profundizar los esquemas de capitalización del sector, objetivo asentado ahora en la radiodifusión en lo general y en el sistema de televisión abierta en lo particular**. Si se atiende a los enunciados del *Reforma* y a la defensa del mismo que desahogaron sus promotores, es claro que su pretensión es incluir a la radiodifusión en el esquema operativo de las telecomunicaciones, para rentabilizar sus frecuencias en el esquema tradicional y abrir un nuevo mercado centrado en el formato digital y en la interactividad con el usuario. **Ello explica el porqué abrir la radiodifusión a nuevos actores; y también el porqué sus protagonistas dominantes de hoy migran hacia la provisión general de servicios.**

Contextualizar al *Reforma* en la política de liberalización de las telecomunicaciones significa extraerlo de un escenario coyuntural y enraizar su propuesta dentro de los cambios estructurales puestos en marcha para reconfigurar el aparato productivo de todo el país, tarea que arranca desde fines de los ochenta. Si bien resulta evidente que para su planteamiento y aprobación sus promotores aprovecharon el período electoral del país, y la particular dependencia que los partidos políticos y los candidatos a la Presidencia y a las Legislaturas tienen respecto a los medios electrónicos en esos momentos, su postulación retomó artificios regulatorios hechos, probados, maduros incluso, que han articulado el protagonismo de los capitales privados en el sector, y la reproducción ampliada de sus activos. Es por ello que el *Reforma* debe entenderse como parte de una reconversión mayor, que si bien para imponerse hubo de superar una resistencia social más despierta y activa, tiene años de haberse puesto a caminar y copa segmentos específicos, donde no se cuestiona ya la preeminencia de monopolios con características muy semejantes a las del duopolio televisivo. De nueva cuenta la mención de **Telmex** es imprescindible. Para precisar ese dominio, convendría preguntarnos si la empresa tendría la misma capacidad económica que la ha llevado a su expansión transfronteras si no contara con el monopolio de facto sobre los servicios básicos en todo el país.

El camino regulatorio ya avanzado en el sector de telecomunicaciones que la *Reforma* ha recuperado y ahora impuesto en extensión y profundidad a la radiodifusión, se sustenta en tres premisas básicas. Para su planteamiento, de inicio es conveniente recuperar el decir de uno de los más formales promotores del *Reforma*, distinguido por propios y extraños como autoridad de las telecomunicaciones. Su razonamiento es resumen de muchos otros, y por esa influencia resulta ilustrativo presentar algunos de sus enunciados, pese a su extensión; a la distancia, estos enunciados se revelan paradigmáticos de la corriente que siempre aplaudió la iniciativa...

*“ ... voy a hablar de dos puntos que para mí son medulares de la propuesta de reformas, dijo, el primero tiene que ver con la naturaleza del espectro radioeléctrico como bien económico; el espectro, a diferencia, por ejemplo del petróleo que si no lo explotamos hoy, en generaciones futuras podremos*

*sacar el petróleo y sacarle jugo, y a lo mejor un mayor valor económico. El espectro no es así, si hoy no usamos una frecuencia como nación, perdemos totalmente su valor económico, es agua que se nos fue, y hoy tenemos, desgraciadamente un espectro radioeléctrico que no se usa...*

*"El espectro, hoy en día es una fuente de valor económico, a lo mejor tan importante como volver a descubrir petróleo, una sociedad que está bien conectada trabajará de manera mucho más eficiente, más competitiva, generará más riqueza para sus ciudadanos..."*

*"En el esquema actual de la Ley de Radio y Televisión no ha sido posible asignar ni una sola nueva concesión ni de radio ni de televisión en los últimos 12 años. Este es un gran desperdicio de un recurso económico que verdaderamente estamos desperdiciando de una manera miserable."*

*"Este espectro en otros países, en Estados Unidos, a través del proceso de concesionamiento de la televisión digital, se está recuperando el espectro analógico. Y en ese espectro analógico se van a poner muchos más concesiones de acceso a otros nuevos servicios..."*

*"Vamos, de tal manera que muchísimas ciudades, por ejemplo con la tecnología Wi-max con la tecnología Wi-fi el acceso a Internet es probable que sea totalmente gratuito para cualquier gente que esté cargando un dispositivo como este y que pueda yo tener conexión inmediata gratuita a cualquier tipo de contenido hecho en México, en Japón, en España, en Guatemala, que pueda yo agilizar mis transacciones bancarias, mis transacciones comerciales y tener una eficiencia bestial; pero para eso hay que concesionar el espectro y hay que estar en la posibilidad de adoptar todas las nuevas tecnologías que surgen día con día que utilizan el espectro radioeléctrico para proveer nuevos servicios."*

*"Vamos, el tema de la competitividad de México creo que es un tema que nos debe de preocupar a todos, pues cada vez estamos bajando peor y peor (sic) y si no hacemos nada en estas áreas de una mejor asignación de nuestro espectro radioeléctrico creo que vamos a seguir irremediamente bajando en nuestros parámetros de competitividad."*

*"Simplemente una consideración, el poder asignar frecuencias de televisión digital, vamos a decir, si se explota plenamente este espectro daría lugar a la posibilidad de tener 70 cadenas nacionales de televisión digital. Ahorita no lo podemos asignar, no se puede en el marco jurídico actual asignar ninguna concesión de televisión digital nueva..."*

*"Y entonces déjenme preguntarles a ustedes ¿creen que no podemos mejorar esta minuta? Si la podemos mejorar yo lo que sí les pido es que no dejemos pasar otros cinco años sin que tengamos la forma de hacer las concesiones de televisión digital. Vamos a decir, el que más se beneficia con el status quo es Televisa, vamos, no va a haber la posibilidad de tener competencia; pero la minuta sí abre la posibilidad, al menos teórica, de licitar 70 cadenas nacionales de televisión digital mañana... Si se les atasca el tema de la posibilidad de hacer concesiones de radio, se les atasca el tema de los combos y se pueden licitar muchísimas estaciones de radio de tal manera que en Valle de Bravo sí se puedan oír 20 noticias."*

*Yo se los pregunto a ustedes ¿creemos que podemos lograr los consensos necesarios para mejorarlo?, pues adelante, pero por favor no nos esperemos cinco años a tener una ley mejor, pero que nos tiene parados... hemos perdido cinco años miserablemente, no se ha hecho nada en materia*

*de regulación de telecomunicaciones, nada. Vamos, eso es verdaderamente criminal, yo creo que este cambio tiene la posibilidad de disparar el cambio...*<sup>89</sup>

Tal y como se afirman, en sus términos, algunos de los postulados del discurso parecen firmes, contundentes. Su argumentación encadena premisas conocidas, reflexiones hechas que nuclearon las primeras experiencias de la liberalización del sector y que simplemente se anidan en un segmento hasta ahora al margen de esas deliberaciones, que había conservado la misma estructura de funcionamiento desde que aparece en la escena pública. El ponente valora y desprecia esa condición y establece tal inmovilidad en 12 años, período en el que asegura no se ha expedido concesión alguna. Otros expositores refrendaron ese juicio pero remitieron inclusive a tiempos mayores de conservatismo, 40 años el más largo, que han anquilosado el desempeño de la radiodifusión y de sus actores. Si son 12 o 40 poco importa: todos coinciden en la interpretación terminal: el statu quo sólo beneficia a quienes hoy explotan el espectro. El mejor recurso para combatir a **Televisa** es el *Reforma*, desafía al especialista titular.

El sostén de la exposición y de la defensa toda del *Reforma* aprobado aparece al establecer las premisas nodales que estructuraron el cambio regulatorio en telecomunicaciones y que ahora se han refrendado para la radiodifusión. Tal amalgama conceptual se sustenta en tres vectores básicos, que determinan...

2.1 *La concepción del mercado de telecomunicaciones solo como expresión económica y exclusivamente cuantitativa*, alejada, o en contra inclusive, de las relaciones y la estructura social y la desigualdad de clases que éstas generan y mantienen.

El afán cuantitativo pinta en efecto buena parte del razonamiento del especialista. Si el *Reforma* abre la posibilidad – aunque sea teórica, como afirma – de instalar hasta 70 cadenas nacionales de televisión, simplemente, se tendrían 68 cadenas más de las que figuran actualmente. Frente a esta renovación cuantitativa, ¿qué impacto tendrían las dos que hoy dominan? Su contenido se perdería en un universo de propuestas distintas, variadas, alternativas a su mensaje y con el contraste suficiente para distinguirse. Ya no sería la misma televisión.

---

<sup>89</sup> El experto invitado fue Carlos Casasús, personaje líder en el diseño y desarrollo de las reformas. En el trienio 1994-97, bajo su gestión como Subsecretario de Comunicaciones –que a la época ya se había despojado de su segunda denominación... y Desarrollo Tecnológico, corrección en extremo significativa por el abandono que significó– la Ley de Telecomunicaciones fue redactada, propuesta y aprobada; asimismo, se originó la primera Cofetel, cuya presidencia pionera recayó en Casasús. A él se le atribuyen también dos expresiones que en su momento eran el preámbulo de la admiración y el culto a la personalidad que se le profesaba, una de las cuales se reavivó por cierto en las audiencias públicas. Las reformas, aclaraba el personaje, se han realizado sin paralizar al sector, como *“si el motor de un avión se cambiara cuando ésta vuela, cuando está en movimiento”*. La segunda afirmación no es menos reveladora, e igual alude al dinamismo de esos años. Las reformas que en otros países han tomado diez años, decía, *“en México las hemos realizado en uno”*. El corolario lógico de ambas presunciones es evidente: ¿y sus resultados? La declaratoria que se incluye se tomó de la Versión estenográfica de la reunión de trabajo de la **Comisión de Comunicaciones y Transportes**, 28 de febrero de 2006, 36-39pp.



Asentado en la cantidad, no importa la programación del medio. Se asume que lo mucho es sinónimo de renovación, de diversidad, de pluralismo inclusive. Cuando se privatizaron las cadenas estatales en 1985 se dijo que el movimiento se realizaba para ampliar la oferta, para introducir competencia en un sector dominado por una sola compañía. En los hechos, y de haber sido cierta, esa intención nunca pudo arraigarse. La competencia entre las dos televisoras ha sido por el rating, no por calidad y menos por incluir opiniones o voces distintas. La prueba extrema de esta contienda postiza son justo las transmisiones de los partidos de fútbol de la selección mexicana: la imagen es la misma, se compite con la crónica del juego que cada comentarista desarrolla, y muy recientemente, por cual de las dos estaciones introduce más publicidad en la emisión. Antes las imágenes del partido nunca se interrumpían, se les dotaba de la propia continuidad del juego. Hoy se ataja la transmisión periódicamente para promocionar cualquier cosa, a tiempo que banners que anuncian productos distintos cruzan la pantalla cada 3 minutos. Esa es la competencia que resultó de 1985; esa es la única contienda posible que ahora podrá lograrse porque la estructura económica del medio así la exige.

A despecho de las afirmaciones que prodigaron los impulsores del *Reforma* y que se enfatizan también en el discurso que antecede, cantidad no implica desarrollo. Como se ha anotado en el **Capítulo II**, la telefonía nacional fija e inalámbrica no ha cesado de crecer desde principios de los noventa y sin embargo siguen cosechando comentarios críticos sobre las carencias que todavía se registran. El patrón de equipamiento que se evidencia cuestiona el discurso que califica al sector de telecomunicaciones como eje prioritario para impulsar el desarrollo económico. Si como se insiste, para promover la competitividad del país debe buscarse la rápida implementación de los nuevos servicios que aseguran aquella *eficiencia bestial*, ¿porqué el esquema de repartición nacional de la telefonía se concentra en aquellas regiones y localidades que encabezan el crecimiento y la dinámica productiva? ¿Dónde es más necesario su concurso como instrumento de productividad, ¿en las zonas más desarrolladas, o donde casi se carece de todo? La respuesta que arroja la historia reciente del sector indica que esa disyuntiva no ha sido considerada siquiera porque lo primordial ha sido la *conformación institucional del mercado privado y el ordenamiento de los proveedores que lo surten y sostienen*, y no el desarrollo de las regiones huéspedes de sistemas y servicios. Como lo ha indicado Ana Luz Ruelas con acierto, *“el saldo de la privatización y liberalización de las telecomunicaciones en México es más de ajuste de los mecanismos de mercado, como resolver las características técnicas y costos por interconexión para que tenga lugar la competencia. Están ausentes en el período la implementación de políticas que satisfagan los objetivos de servicio universal. Existe una grave carencia de programas integrales que reviertan la baja penetración telefónica o los graves desequilibrios regionales en la disseminación de la infraestructura”*<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> Ana Luz Ruelas. *La reconversión regulatoria de las telecomunicaciones*. México, Universidad Autónoma de Sinaloa y Casa Juan Pablos, 2005: 96pp.

Y la *Reforma* aprobada impone ahora igual perspectiva a la televisión: la reorganización de su mercado se soporta en criterios únicamente cuantitativos. El crecimiento que se busca y demanda, el que los especialistas impulsores urgen concretar mediante la explotación del espectro, el que evita su *desperdicio miserable*, **principia y concluye con la asignación al empresario que lo gane en la subasta pública asociada y con la creación de más oferta, de más canales, de más redes**, justo como en telefonía. La previsión sobre los resultados posibles de esa explotación, de su impacto en la comunidad donde se instala, de la calidad que pudiera lograr la propuesta programática, no interesa ya, son sólo desenlace: únicamente se reclama y urge el proceso que asigne al espectro como bien económico. Sus secuelas sociales no interesan ni se valoran: pueden tomar cualquier característica o perfil: lo substancial es que se le explote, que no se escape como el agua, que arroje el beneficio monetario que conlleva su usufructo. Percibir y calificar al espectro radioeléctrico como bien económico en detrimento de su carácter de recurso público, significa destinarlo en exclusiva a esa explotación rentable, para capitalizar activos vía la estructura publicitaria. Ese es el alcance de la *Reforma* promulgada, que por cierto satisface con creces el llamado y las expectativas del especialista.

Introducir cantidad para proyectar crecimiento económico es asimismo una exigencia para las frecuencias asociadas a la transmisión televisiva abierta. Si la capitalización del espectro radioeléctrico fue el sostén y el motivo de la reforma en su segunda generación; si para ello todas las bandas se clasificaron en cinco usos diferentes, definiendo aquellas frecuencias susceptibles de concesionarse para usos determinados, y se reasignó a quienes las utilizaban para lograrlo; si se les subastó y aquella empresa ganadora obtuvo el derecho de explotarlas, y la autoridad garantizó su libertad de hacerlo sin interferencias técnicas o jurídicas. Si de manera constante la innovación tecnológica ha sido parámetro de referencia para optimizar el aprovechamiento de las frecuencias ya concedidas, y con ello el concesionario autorizado tiene la posibilidad de obtener ganancias extraordinarias al implementarlas en el diseño o prestación del servicio. Si desde 1995 se ha impuesto la lógica que juzga y califica al espectro radioeléctrico como bien económico, y margina otro protagonismo. Si por ello debe entregarse al mejor postor y permitir que éste lo disfrute como mejor le parezca. Si, en suma, *el espectro se sujeta únicamente a los ciclos y reglas del mercado, ¿acaso no es el turno de las frecuencias dedicadas a la radio y la televisión? ¿Podrían mantenerse alejadas del proceso de maximización de la ganancia, vigente ya en la explotación del resto de espectro radioeléctrico? ¿En qué se diferencian de las otras para marginarse del desempeño dominante? ¿Tienen acaso un comportamiento diferente? ¿No conducen bits también, señales codificadas en lenguaje binario que pueden significar lo que sea?*

Una respuesta genérica a estas interrogantes proviene de la exposición e ideario del experto promotor. *"... Si hoy no usamos una frecuencia como nación, perdemos totalmente su valor económico, es agua que se nos fue, y hoy tenemos, desgraciadamente un espectro radioeléctrico que no se usa...* –pudo adoctrinar en la última sesión pública realizada en el Senado. *"En el esquema actual de la Ley de Radio y Televisión no ha sido*

*posible asignar ni una sola nueva concesión ni de radio ni de televisión en los últimos 12 años. Este es un gran desperdicio de un recurso económico...*”, caracterizó enseguida como remate lógico y en claro reproche a quienes se oponían a la *Reforma*, después no omitió su sentencia: “...*lo que sí les pido es que no dejemos pasar otros cinco años sin que tengamos la forma de hacer las concesiones de televisión digital. Vamos a decir, el que más se beneficia con el status quo es Televisa, vamos, no va a haber la posibilidad de tener competencia...*” Fuera de su pretendida contundencia, la retórica expuesta es lineal, rasa: si las frecuencias de radiodifusión no se explotan con todo el potencial que aseguran las TIC, se desperdician y diariamente pierden valor. Si se asume al espectro radioeléctrico como un bien económico preciado y apreciado por su carácter finito, queda en evidencia ese derroche permanente e ilógico; irracional asimismo porque sólo supone voluntad política para corregirlo. Si la regulación no permite ni facilita la apertura que la tecnología garantiza, ¿de qué sirve entonces? El propósito de la *Reforma*, su motivación y propuesta –que según sus impulsores claramente corrigen ese vacío de regulación, carencia que aquellos engrandecieron para encarnar la modificación como el remedio largamente esperado– se centran en ahondar los mecanismos de mercado en el sector de radiodifusión, objetivo a perseguir mediante el planteamiento de las acciones siguientes:

*a. La apertura del espectro dedicado mediante la expedición de nuevas concesiones, para permitir la concurrencia de emisores empresariales.*

Con ello se amplía el número de participantes y se garantiza que los recién llegados habrán de proseguir la oferta del *servicio publicitario* que hoy suministra el medio; inclusive, para proporcionarlo es que los nuevos capitales buscan intervenir en la radiodifusión. En el ámbito ideológico, la medida permite argumentar la modernización supuesta del sector, proceso que habrá de romper y finiquitar la concentración televisiva. En la práctica, ese discurso no se sostiene en tanto el duopolio no sólo conserva sino magnifica sus privilegios. Lo que se busca entonces es que otros capitales se reproduzcan con el mismo esquema productivo vigente en las dos televisoras.

*b. En tanto consienten, y aún propician, la apertura, a los concesionarios actuales se les garantiza una migración suave a los sistemas de telecomunicaciones.*

En los dos sectores, ahora podrán *ofrecer televisión abierta en el nuevo formato de alta definición; servicios adicionales en las áreas audiovisual y de video, e igualmente suministrar otros de perfil y vocación diferentes, acordes con las líneas de negocios que cada grupo ha seguido.* Esta posibilidad reglamentaria perfecciona la estrategia que las dos empresas dominantes han desarrollado desde tiempo atrás, tanto para rentabilizar su producción de contenidos mediante su reproducción en plataformas distintas a la televisiva, como para abrir nuevas oportunidades de capitalización en áreas relacionadas con la información.

- c. *Sin precisión ni rigor en los ordenamientos que establecen la devolución de las frecuencias televisivas analógicas, es más que probable que los concesionarios las conserven con el empeño de dedicarlas a otros servicios. Tal perspectiva fue parte del ordenamiento legal que concedió las frecuencias espejo a las televisoras.*

El Acuerdo del caso<sup>91</sup> la insinúa como otra de las tantas disposiciones convenidas. Así, el inciso 4 del Segundo Acuerdo, referido a los periodos trianuales para migrar hacia la transmisión digital, se señala que una vez pactada la conclusión de las transmisiones analógicas en una población dada por haber logrado un nivel alto de penetración del nuevo servicio, SCT *“... señalará al concesionario o permisionario el canal que será reintegrado al término de las transmisiones simultáneas y establecerá el plazo para tales efectos. Para lo anterior, la Secretaría, tomará en cuenta, tanto la optimización del espectro radioeléctrico como la propuesta que, en su caso, presente el concesionario o permisionario sobre el canal a reintegrar”*<sup>92</sup>

La disposición reitera la gran discrecionalidad de siempre y ya introduce la premisa de legitimación que podrá emplearse para refrendar la asignación del canal analógico: la optimización técnica del espectro. Tal ejercicio se encuentra presente en la reflexión del perito convocado: Siempre en la comparación, ilustró en efecto a la audiencia... *“Este espectro en otros países, en Estados Unidos, a través del proceso de concesionamiento de la televisión digital, se está recuperando el espectro analógico. Y en ese espectro analógico se van a poner muchas más concesiones de acceso a otros nuevos servicios...”* Lo que el enterado omitió mencionar es que con medidas como las dispuestas, el operador titular de los nuevos servicios será el mismo concesionario. Esta alternativa que hoy se plantea en teoría, no anula que Televisa o TV Azteca ejerzan la opción de comercializar de servicios en las frecuencias analógicas como proyectos experimentales o piloto, para que, una vez que confirmen su funcionalidad comercial y dispongan de mercados ciertos, *alegar la imposibilidad de cercenarlos por el prejuicio que provocarían a sus usuarios terceros, y garantizar con ello el refrendo.* Ambas situaciones implican entonces que la asignación de frecuencias no se estructuró únicamente para garantizar la transición tecnológica y la prestación del servicio con sistemas de vanguardia. Su *objetivo implícito y vedado fue duplicar la capacidad de espectro que cada empresa mantiene.* Y la marginación de la televisión pública del proceso refuerza esa premisa por el criterio de eliminación que se impuso.

Las tres acciones señaladas confluyen en *apuntalar el desarrollo del mercado televisivo, preservando su aprovechamiento para los mismos actores que hoy lo explotan* y para aquellos agentes que funcionen como socios menores en ese usufructo.

---

<sup>91</sup> Op.Cit. Nota 71.

<sup>92</sup> Ibidem; 8pp.

## 2.2 *La protección y soporte al desarrollo de grandes conglomerados empresariales del negocio de la información.*

Desde la modificación al título de concesión de **Telmex** para regularizar la privatización de sus activos, fue patente que la regulación aplicable habría de considerar como soportes conceptuales básicos la convergencia tecnológica y la integración de redes públicas de telecomunicaciones de vocación universal. En los considerandos de aquel instrumento ambos conceptos son explícitos, y de hecho fueron la base para permitir que la nueva empresa pudiera involucrarse en la totalidad de los segmentos del mercado, a excepción de la transmisión de televisión. A partir de entonces, el Gobierno Federal asume como fundamental ese modelo y los vastos ejercicios regulatorios que le suceden tomaron casi como argumento único el encontrar los soportes conceptuales suficientes para cobijar esas premisas y convertirlas en prototipo uniforme para la prestación de servicios. De esta forma, son múltiples las disposiciones que pretenden ordenar las infraestructuras para la prestación de servicios indistintos; entre otras pueden listarse...

- a) El *Reglamento que regula las normas técnicas para las transmisiones de radiodifusión en Amplitud Modulada (AM)*, de 1990, que inaugura la conversión tecnológica de las estaciones de radio a partir de dos plataformas: promover la incorporación de las radiodifusoras de AM al sistema de transmisión estereofónico; y la explotación de esa tecnología como soporte para la compartición de las frecuencias dedicadas, lo que abre la posibilidad de insertar señales diferentes. Del Reglamento emana entonces un segundo acuerdo que establece las especificaciones técnicas para que las estaciones ya con estereofonía puedan operar subportadoras múltiples en sus transmisiones. Con ello, se permite que el concesionario aproveche subcanales distintos dentro del canal que tiene asignado para diversificar su suministro original. La transmisión de datos en baja velocidad, correo electrónico, música continua y otros servicios más, ahora son susceptibles de vehiculizarse por la misma vía.
- b) El ordenamiento de 1993 para que las estaciones de televisión en las dos bandas habilitadas (VHF y UHF) puedan modificar sus normas operativas para explotar la capacidad asignada en la trama vertical suprimida, con el propósito de generar sistemas de distribución de datos en dos vertientes: de perfil unidireccional, como el *teletexto*, y dotado de capacidad de respuesta mediante la red telefónica, modelo que implica al servicio denominado *videotexto*.
- c) En la industria del cable, la modificación en los parámetros técnicos para incluir la opción de transmitir información en sentido amplio. Tal principio considera que los canales disponibles están habilitados para conducir *"toda señal de televisión, video o audio asociados, o de datos que pueda transportar"*. Con

ello, queda abierta la posibilidad de que el concesionario pueda proporcionar servicios adicionales de perfil interactivo, que podrán desarrollarse a partir de la infraestructura de enlace directo con la residencia del usuario<sup>93</sup>.

Como se aprecia, los antecedentes de la convergencia tecnológica se remontan a 1990, y provienen de la experiencia realizada en las estaciones del servicio público más antiguo, la radiodifusión. Con la desagregación técnica de las frecuencias asignadas –acción que sustentó la posibilidad de suministrar servicios distintos al radiofónico por un mismo canal, y enrutar al medio hacia el valor agregado– se asienta el criterio de aprovechar una misma red para conducir señales diferentes entre sí. Esta base conceptual se fortalece con el surgimiento del genérico *red pública de telecomunicaciones* en 1995, mismo que engloba y define en un término uniforme aquella infraestructura común de perfil y vocación multiservicio. La desagregación de los niveles jurídico, técnico y económico de la red, se establece para propósitos administrativos exclusivamente, para agilizar todo el bagaje administrativo y los procedimientos para presentar la solicitud, desatar y concluir su valoración, y culminar con el otorgamiento de las concesiones del caso.

La implementación concreta de las disposiciones anteriores ha enfrentado sin embargo dos obstáculos precisos: los criterios específicos de aplicación de las normas vigentes, y los intereses de los agentes económicos que ya participan en el mercado y que intentan imponer su particular concepción del medio, no necesariamente a favor de todo el colectivo. Por ejemplo, la posibilidad técnica de prestar servicios de video, de voz y de datos sobre el cableado de la industria de televisión restringida ha tenido limitaciones generadas más por la influencia de los grandes operadores de ese segmento que por una inhibición regulatoria. Este bloqueo contrasta con la operación vigente de **Cablevisión**, que explota la gama de servicios descrita en páginas anteriores.

Justo por el entrelazamiento de intereses, voluntades y aprecios que se manifiestan en el mercado concreto de telecomunicaciones y determinan su evolución particular, despunta la propuesta del *Reforma* relativa a la conversión de las redes de radiodifusión en redes públicas de telecomunicaciones, transición que se instaura en el enunciado del Artículo 28. A la letra, la iniciativa determina...

*“Los concesionarios que deseen prestar servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión a través de las bandas de frecuencias concesionadas deberán presentar solicitud a la Secretaría.*

*Para tal efecto, la Secretaría podrá requerir el pago de una contraprestación, cuyo monto se determinará tomando en cuenta la amplitud de la banda del espectro radioeléctrico en la que se*

---

<sup>93</sup> SCT. Nuevas normas técnicas para la instalación y operación de los sistemas de televisión por cable. En: *Diario Oficial de la Federación*, 17 de Noviembre de 1993.

*prestarán los servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión, la cobertura geográfica que utilizará el concesionario para proveer el nuevo servicio y el pago que hayan realizado otros concesionarios en la obtención de bandas de frecuencias para usos similares, en los términos de la Ley Federal de Telecomunicaciones.*

*En el mismo acto administrativo por el que la Secretaría autorice los servicios de telecomunicaciones, otorgará título de concesión para usar, aprovechar o explotar una banda de frecuencias en el territorio nacional, así como para instalar, operar o explotar redes públicas de telecomunicaciones, a que se refieren las fracciones I y II, respectivamente, del artículo 11 de la Ley Federal de Telecomunicaciones. Estos títulos sustituirán la concesión a que se refiere el artículo 21 de la presente Ley.*

*Los concesionarios a quienes se hubiese otorgado la autorización a que se refiere este artículo deberán observar lo siguiente:*

- I. Las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico y los servicios de telecomunicaciones que se presten en ellas, se registrarán por las disposiciones aplicables en materia de telecomunicaciones;*
- II. El servicio de radiodifusión se registrará por las disposiciones de la presente Ley, en lo que no se oponga a la Ley Federal de Telecomunicaciones<sup>94</sup>*

Según sus términos, la disposición implica considerar dos premisas sustantivas para evaluar su impacto posible de su aplicación evidente...

\* Primeramente, la **amplitud en la definición de los servicios adicionales, que por lo mismo pueden tomar cualquier modalidad, perfil o configuración**, lo mismo la simple conducción de señales que el suministro de aquellos de carácter interactivo, o los de valor agregado, genérico ya de por sí bastante amplio. Tal facultad conlleva que el concesionario pueda desempeñarse en el sector con total libertad, sin más limitante que su propio plan de negocios o sus fortalezas productivas. Si a esta holgura se suma el tamaño de la cobertura que garantizan las frecuencias televisivas, es claro que se entrega a los concesionarios el más amplio soporte posible para su desempeño empresarial en su nueva actividad productiva.

\* En segunda instancia, la **jerarquía jurídico-regulatoria concedida a la prestación de los servicios adicionales**. Es relevante apreciar que las **facultades otorgadas a los concesionarios de la radio y la televisión como operadores de servicios de telecomunicaciones se concretan en una ley federal**, es decir, en el máximo ordenamiento institucional posible, que rebasa desde luego el nivel de reglamento, de acuerdo o de simple disposición técnica. Tales instrumentos son acordados por el Ejecutivo, por lo que tienen una escala jerárquica menor.

---

<sup>94</sup> SCT. Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión. En: *Diario Oficial de la Federación*, 11 de Abril de 2006.

Las grandes ventajas estratégicas que el Artículo 28 dispensa al concesionario pueden interpretarse como la voluntad explícita y manifiesta de promover su emergencia como fuerza dominante en el mercado de telecomunicaciones. Si para otros operadores las ventajas que concede la regulación vigente se han dosificado, o negado incluso; si como tantos análisis sugieren se ha buscado proteger a determinados proveedores desde las primeras épocas de la liberalización; si **Telmex** ha sido uno de los más favorecidos desde su debut como empresa privada, hoy se pone en la mesa un andamio legislativo que cobija, defiende y protege al duopolio televisivo por sobre todo lo demás. Se busca con ello conformarlos como grandes conglomerados multimedia, que lo mismo producen televisión que conducen mensajes cifrados o llamadas telefónicas.

### ***2.3 La eliminación del control estatal sobre las estaciones de radio y televisión, en tanto se les define como instrumentos técnicos sin calidad social.***

En el servicio de televisión abierta, la noción de transporte ha sido significativa a lo largo del tiempo. Desde la creación de la red federal de microondas en los sesentas y en tanto el Estado mantenía el monopolio sobre la oferta pública, se generó una categoría de servicio perfectamente acotada: *la conducción de señales de televisión*. El concepto remite a la conexión entre dos puntos determinados, y mediante su contratación las televisoras pudieron enviar su programación a distancia, lo que les permitió sentar las bases de su estructura de red. De vocación técnica, la infraestructura de conducción fue evolucionando tanto en cobertura como en configuración tecnológica, y ambos considerandos se magnifican al arribo de los satélites de comunicación, que abaten distancias y geografías al tiempo que perfeccionan el desempeño operativo del servicio. Hasta que **Televisa** y **TV Azteca** instalaron sus propias redes, los servicios que proporcionó la **Dirección General de Telecomunicaciones** y después **Telecom**, *intentaron siempre el conservar su nivel y eficiencia técnica, sin que importara lo que se conducía y sin prejuzgar los contenidos*. Esta apreciación va a reforzarse con el arribo del formato digital: si a escala técnica sólo fue importante saber que se conducían señales de televisión y lo que contenían era irrelevante, ahora importa menos el indagarlo ya que la señal puede transformarse en lo que sea.

La asepsia técnica que subyace en el planteamiento anterior es ahora el fundamento que busca reducir el servicio de radiodifusión a mera conducción de señales digitales. Para ello, se recurre de nueva cuenta a la facilidad tecnológica y al diseño técnico, con los que se pretende establecer la coartada...

*“De acuerdo con la Ley Federal de Telecomunicaciones lo que se concesiona son redes y en teoría las redes deben prestar todos los servicios que las redes soporten desde un punto de vista técnico. Eso dice la Ley Federal de Telecomunicaciones, en la práctica la Secretaría ha impuesto barreras artificiales y en los títulos de concesión mete candados para administrar los mercados. ‘tú sí puedes*



*acá, tú no puedes acá, tú no puedes allá'. Ese es un problema de aplicación práctica y administrativa de la ley. Entonces en realidad yo creo que no deberían inscribirse los servicios autorizados porque creo que no debería haber servicios autorizados. Las redes deberían, aplicando lo que dice la Ley Federal de Telecomunicaciones del 95, poder prestar todos los servicios que la tecnología permita y no seguir administrando mercados en donde tú puedes entrar aquí, ¿Qué pasa con los cableros hoy? 'La tecnología te lo permite, tienes la red lista para hacerlo, pero tú no puedes prestar servicios de telefonía ni de voz'. Eso no viene en la ley, esa es una barrera artificial impuesta por la Secretaría..<sup>95</sup>*

En radiodifusión, el alegato por lo genérico, por la conducción de señales en bruto, tiene el objetivo es reducir la potestad regulatoria del Estado a su mínima expresión posible, alegando que la innovación y la convergencia tecnológica han vuelto obsoletas las regulaciones de contenidos. *"... si estamos hablando de la misma mercancía, es el espectro de lo que estamos hablando, no estamos hablando de otra cosa, si quieren hablar de contenidos, este no es el foro, insisto, esto no debe ser el foro, vamos hablar de lo que viene adentro del periódico, vamos hablar de lo que viene dentro de la radio, este no es el foro, señores, yo no vengo hablar de contenidos..."* (sic)<sup>96</sup>, se dijo con firmeza y se repitió más de una vez en la consulta por los impulsores del *Reforma*. Sin embargo, la relación social no puede reducirse a interactividad, como tampoco los agentes económicos de la radiodifusión tienen un desempeño *por encima* de las relaciones sociales. Su actividad genera excedentes y las transmisiones televisivas coadyuvan a conformar la identidad colectiva, cultural, de la sociedad donde operan. Patrocinar la completa libertad de movimiento y de actuación de las televisoras, sin más atadura ni sujeción que los códigos de conducta autoimpuestos, enraizados en una honorabilidad supuesta como emisores responsables, **significa minimizar aún más las funciones estatales, separarlas de su contenido social e incluso de su vocación democrática.**

Durante las sesiones públicas de opinión en el Senado, casi fue consenso entre los participantes que en el sector de telecomunicaciones y en el propio de la radiodifusión se enfrentan grandes intereses económicos. Lidar con ellos, se afirmó, no era tarea fácil. La respuesta que ofrece la *Reforma*, e incluso la propia Ley de Telecomunicaciones cuando genera a **Cofetel**, parecen esfuerzos muy menores para enfrentar aquel desafío. *¿Un órgano regulador autónomo, desconcentrado, fuerte, es capaz de alternar y decidir en ese medio? ¿De dominar presencias poderosas: trasnacionales? ¿No acaso esta desconcentración pactada y operativa ya se desprendió de aquel ideario intelectual que atribuyó el subdesarrollo de nuestros países a la corrupción de sus aparatos estatales? ¿Cuánto pierde el Estado si delega la posibilidad de regular un sector de impacto y trascendencia cultural?* Si los Comisionados de hoy

---

<sup>95</sup> Versión estenográfica de la reunión de trabajo de la Comisión de Comunicaciones y Transportes, 8 de febrero de 2006, 186-187pp.

<sup>96</sup> Versión estenográfica de la reunión de trabajo de la Comisión de Comunicaciones y Transportes, 28 de febrero de 2006, 21pp.

y de mañana son libres y su misión institucional es promover aquellas decisiones que defiendan el interés público, *¿por qué en febrero, antes de la aprobación, Televisa ya promovía a algunos de sus incondicionales como titulares posibles? ¿Es importante entonces ganar la voluntad y simpatía de Cofetel? ¿Con qué fines y propósitos?* Estos movimientos del consorcio, que corrieron en paralelo al manejo de las opiniones vertidas en el debate, indican que para garantizar sus intereses no sólo deben tener la ley, sino a la vez los soportes institucionales para aplicarla.

Situaciones como la anterior revalidan un hecho rastreable desde mucho tiempo atrás, materia de estudios amplios y formales. Los concesionarios de radio y televisión siempre han buscado eliminar cualquier control que siquiera cuestione su desempeño empresarial. Y los términos del *Reforma* buscan no violentar esa voluntad histórica e incluso halagarla, servirla. Negociar, ceder, debatir, concertar, no son verbos que hayan formado costumbre en el desempeño práctico de las televisoras, curtidas en demasía en la imposición y el desprecio de las voluntades contrarias. Durante el debate, esa conducta fue la norma y no la excepción. Como pudo conocerse, **Televisa** utilizó todos los medios a su alcance para lograr la aprobación de la *Reforma* en sus términos originales, practicando el artificio que mejor domina, la manipulación informativa que le confiere su posición de monopolio, de emisor único. A semejanza entonces de una metamorfosis inversa, las opiniones en contra del *Reforma* se convirtieron en argumentos a su favor: una edición interesada y sin ética alguna logró tal mudanza, no por rudimentaria menos significativa porque arroja el debate y la discusión al cajón de los trastos inservibles. Lo lamentable es y será que ese desprecio se impuso de nueva cuenta a toda la sociedad: los que siempre ganan, ganaron también ahora.



## CONCLUSIONES

LA CONVERGENCIA DURA Y LAS ALTERNATIVAS PARA CUESTIONARLA

*“En tiempos de globalización desmecatada nos dicen que el Estado se diluye dejando al mercado la tarea de asignar recursos y poner a cada cual en su lugar. No hay tal.*

*Más que hacerse a un lado, el Estado se afilia a la causa del mercado y sus tiburones. En el capitalismo salvaje la política se pervierte y exagera, pues deviene en prolongación de la economía por otros medios. Y a su vez la guerra es la condensación de la política...*

*“La disyuntiva del siglo XX: Estado o mercado, quedó atrás. Hoy sabemos que en el orden del absolutismo mercantil el Leviatán político termina por hacerle los mandados al económico. En la economía de casino el Estado es crupier que entrega cartas marcadas a los grandes apostadores; en un mundo de burgueses ladrones, donde las corporaciones practican el crimen organizado, el Estado es policía corrupto y juez venal. Entonces, la apuesta del tercer milenio tiene que ser la sociedad, no nos queda otra”*

Armando Bartra<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> “Para vivir sin el tlatoani”. En: *Masiosare*, la *Jornada Semanal*. No 313, 21 de diciembre de 2003.

En mayo del 2007, fue hecho público uno de los últimos trabajos de un analista muy reconocido en el medio internacional, y personaje de especial relevancia para las telecomunicaciones mexicanas. Debido a su involucramiento en la liberalización del sector desde las épocas tempranas del proceso, su aprecio tenía en efecto el peso del conocedor, además del aporte académico proveniente de la especialización de larga data y de la experiencia docente. *“Durante las últimas dos décadas, el rendimiento del sector de las telecomunicaciones mexicanas ha mejorado substancialmente, señalaba así la síntesis de su trabajo. La privatización de la entidad monopólica de conducción de señales ha sido el factor para lograr incrementos sustantivos en su eficiencia operativa, para introducir un entorno de competencia en todos los segmentos de la industria y en el incremento definitivo de la penetración y el uso de los servicios. Sin embargo, el desempeño del sector no es tan bueno como podría ser debido principalmente a la debilidad de sus instituciones de gobierno. Este ensayo revisa la historia de las reformas mexicanas, el rendimiento de la industria desde que esas reformas se implementan, y la debilidad del cuerpo político y regulatorio que se aplica. Concluye con una serie de propuestas para sustentar cambios institucionales que contribuyan a mejorar el desempeño del sector”<sup>2</sup>.*

Si bien el resumen del peritaje determina ya su filiación con las corrientes de análisis que se han evocado y que conjugan el avance con la insatisfacción, el progreso con su cuestionamiento, resulta útil deducir su pertinencia en el momento actual mediante la confrontación de los enunciados del especialista con los hechos recientes del sector de las telecomunicaciones. En teoría, tal comparación permite deducir congruencias o desatinos, y con ello validar no únicamente el diagnóstico sino el remedio que el conocedor postula después de su análisis.

Y una vez realizada la prueba, el resultado es particularmente ilustrativo porque arroja confirmaciones y disidencias respecto al comentario del experto. Así, si su decir se considera en retrospectiva, frente a los últimos dictámenes políticos dispuestos para el sector, es evidente que apenas 13 meses antes del juicio de Noll, la *Reforma* había mostrado la debilidad de las instituciones y su subordinación hacia el poder económico. Como gatopardo, la Ley se modificaba para que nada cambiara, y el primer instrumento que la clase política había generado para abordar la simbiosis tecnológica de la información, adolecía entonces de la misma deformidad que día a día reproduce la estructura socioeconómica: ahondar la desigualdad intensa y penetrante entre unos cuantos, el polo privilegiado que acapara recursos sin límites ni vergüenzas, y los más que de todo carecen, hasta de la ilusión por el futuro. Los artífices de la *Reforma* habían entregado a los dos grupos que manejan las televisoras un posicionamiento estratégico, exclusivo, en un enclave económico repleto ya de evidencias rutinarias que anuncian su titularidad y fortalecimiento en el corto plazo: el empalme digital-binario de las telecomunicaciones con los medios de comunicación, y en general con la industria de la información, que si bien apenas cosecha sus primeras

---

<sup>2</sup> Roger Noll. “Priorities for telecommunications reform in México”. En: *Stanford Institute for Economic Policy Research Discussion Paper*. No. 0635; Mayo de 2007:1pp.

manifestaciones, establece e impone ya los nichos vigorosos de la acumulación que llega. Con la permuta legislativa, el aprovechamiento de esa sinergia únicamente era potestad del concesionario televisivo, quien si siempre conformó el servicio sin más criterios que su plan de negocios, encontraba con ello la misma facilidad para concebir y ofrecer cualquier servicio de telecomunicaciones, todos los que quepan y pueda acomodar en la capacidad radioeléctrica que ha recolectado por años con la venia del poder público. En forma y fondo, tantas ventajas sólo venían a demostrar la anemia de las instituciones, y con ello el dicho del especialista quedaba pleno en la evidencia.

Pero en el mes que siguió a la publicación de su ensayo, las afirmaciones del concededor entraron en pugna con los acontecimientos. La decisión de la Suprema Corte de junio del 2007 que rompe los lucros más evidentes de la *Reforma*, anuncia que las instituciones pueden aún expresar la voluntad del Estado y desempeñarse en favor del interés público. Tal acción cuestionaba la opinión del enterado y sin embargo también venía a revalorar sus recomendaciones: más que ningún otro hecho, el juicio del Poder Judicial demostraba que la sujeción del poder económico era aún ruta posible, y de inicio implicaba hacer valer un hecho tan simple que por ello parece demandar un gran esfuerzo: cumplir la Ley, interpretarla a favor de la sociedad, en el sentido con el que fue concebida y no para beneficiar y proteger a un grupo minoritario, por más poderoso que fuera. La decisión de la Corte fue sin duda gratificante; histórica, y promisoria además de que el *statu quo* podía subvertirse y por lo menos desmontar las imposiciones más evidentes, las más flagrantes; las ofensivas a granel para la sociedad porque pliegan todas las ventajas hacia los poderosos de siempre.

El vacío que ha seguido a la decisión del Supremo Poder Judicial, sin embargo, e incluso el abrupto finiquito del llamado **Grupo Plural**<sup>3</sup>, conjunto de voluntades y ánimos que buscaron continuar y concretar el ejemplo de la Corte, fueron hechos que de tajo volvían a ratificar por entero las reflexiones de **Noll**. Como en la aprobación de la *Reforma*, el Ejecutivo y el Legislativo quedan comprometidos con el poder de los concesionarios, y la crudeza de sus acciones en el devenir y los sucesos que han mediado en los dos últimos años en las telecomunicaciones, demuestran y precisan que el brío y arrojo de los Ministros detuvo las prebendas, pero lejos está de desactivar las fortalezas del duopolio y de sus estructuras de poder y vocería. La inacción legislativa no únicamente viene a instalar un limbo regulatorio donde todo y nada se alienta y todo y nada se prohíbe, sino también actúa como el caldo de cultivo donde las mismas fuerzas que produjeron la *Reforma* encuentran base e inspiración para recuperar el posicionamiento perdido. Asimismo, la ausencia pública que ha seguido a la enmienda de la Corte, ha abonado el

---

<sup>3</sup> Según su página informativa, el Grupo Plural para la Revisión de la Legislación en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión fue establecido por la "*Junta de Coordinación Política del Senado de la República para ajustar el marco jurídico de las telecomunicaciones y la radiodifusión, con la presencia de senadores de todas las corrientes políticas y presidido por el Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, el Presidente de la Comisión de Comunicaciones y Transportes y el Presidente de la Comisión de Estudios Legislativos*". Disponible en: [http://www.senado.gob.mx/telecom\\_radiodifusion/](http://www.senado.gob.mx/telecom_radiodifusion/) Fecha: 12 de julio de 2007.

entorno para que cobre presencia un tercero en discordia, y **Telmex** se suma a **Televisa** para hacer par y confrontarse en la lucha por dominar en el nuevo escenario convergente. El poder público ha sido socio menor en este careo, hecho que una vez más evidencia el raquitismo crónico de la institucionalidad que conceptualiza y describe el catador estadounidense.

Como se ha buscado argumentar en Capítulos anteriores, estos vaivenes en el devenir del sector de las telecomunicaciones cambian tonos y matices pero no estructuras y se hacen uno para implantar una sólida continuidad de propósitos. Y tal distintivo viene a ser la raíz de la situación que describe el especialista. Consolidar a las empresas concesionarias efectivamente ha sido la divisa desde la década de los treinta, y hoy es igual principio que se reafirma como máxima operativa cotidiana, rutinaria, que la política de liberalización ha legitimado como objetivo institucional tanto de la disposición regulatoria en sí como del accionar de la agencia reguladora. En el bienio 2007-2008, ese desarrollo se ha profundizado y la conducta de la Administración Pública ha sido coyuntural, centrada en imponer condiciones que en la práctica han solventado y protegido los afanes corporativos de **Televisa**, y no han alterado tampoco el entorno de protección que se ha dedicado a **Telmex**, la telefónica dominante.

Frente a la evolución tecnológica y a los nuevos escenarios de servicio, la fortaleza que han ganado ambos consorcios y la salvaguarda que han tenido durante décadas operan como ventajas cualitativas que les otorgan una gran delantera sobre otros agentes o competidores. Y en tanto el accionar de los poderes estatales es el mismo a lo largo del tiempo y ahora se manifiesta en forma descarnada, únicamente puede esperarse que esa consolidación sea por lo menos permitida, cuando no igualmente amparada y favorecida por el andamiaje de gobierno. El impulso empresarial y el sostén estatal permanente son los dos elementos que anuncian no únicamente la permanencia y estabilidad de ambos corporativos en el entorno de servicio que se vislumbra, sino también su fortalecimiento mediante el manejo de las nuevas herramientas tecnológicas y de mercado que postulan la transición completa hacia un esquema universal de servicio. Y éste ya no distingue fronteras ni segregaciones: todo lo inunda con señales homogéneas.

Con base en las premisas anteriores, en las páginas que siguen se relatan los movimientos y acciones que en el último bienio han emprendido tanto **Telmex** como **Televisa** para robustecer sus bases e infraestructuras de servicio, mismas que además vienen a ser el soporte de las plataformas del futuro. Confrontada a esta estrategia surge un único elemento que creemos sustantivo para contrarrestar los afanes de capitalización que motivan esos desarrollos: *garantizar que su extensión, cobertura, funcionalidad y distintivos tecnológicos tengan también otros propósitos*. Si las estructuras corporativas concretan el interés particular sobre el público, es tiempo ahora de sugerir el enroque para buscar que el acceso a la comunicación dura no solo colme al empresariado, sino otorgue el paso a otros objetivos que únicamente deben plantearse en y con la colectividad, y por ello con el nosotros al frente.



**A. La estrategia unificada: preparar la explotación de las redes de nueva generación.**

Según su reporte del primer trimestre del 2008, la firma estrella en interactividad del monopolio, **Cablevisión**, disponía de 516 mil 23 suscriptores activos hasta el 31 de marzo. De ellos, 504 mil 345 disponía del servicio de video y 107 mil 534 del respectivo a Internet. En cuanto a usuarios conectados, esa cifra total de clientes bien poco representa frente al total nacional que logra la infraestructura física de **Telmex**: representa un mínimo 2.6% de los 19.4 millones de líneas habilitadas para el mismo período. Al sopesar este indicador se aclara la respuesta primaria de **Televisa** a la publicación del *Acuerdo de Convergencia*, que se ha exhibido y difundido públicamente en por lo menos cuatro momentos distintos...

- a) Hacia fines de octubre de 2006, cuando al dar a conocer su reporte de resultados del tercer trimestre del año y después de establecer que el *Acuerdo "genera nuevas oportunidades de negocio [...] y ayuda a diversificar las operaciones..."*, el grupo hace pública su disposición a invertir *"entre los 250 y los 500 millones de dólares para financiar o adquirir participaciones en compañías que provean servicios de datos y de voz, en el contexto de la convergencia tecnológica"*<sup>4</sup>.
- b) En el boletín de prensa del consorcio de fecha 21 de febrero de 2007, donde asociada a la comunicación que reporta el estado final de resultados del ejercicio anterior, se detalla la primera colocación de aquellos recursos anunciados: la compra en noviembre del 2006 del 99.9% del capital social de la firma **Alvafig, SA de CV**, tenedora del 49% de la segunda compañía más grande de televisión por cable del país, **Cablemás**<sup>5</sup>. La inversión realizada llega a los 258 millones de dólares, pagaderos en obligaciones convertibles en un período de cinco años. La adquisición se suma a la de **Televisión Internacional (TVI)**, cablera también con operaciones en el norte del país y con salida en el mercado de Monterrey, ubicado entre los tres primeros a escala nacional. En su momento, cada compra se sujetó a la aprobación de las autoridades reguladoras, quienes impusieron condicionantes varios para otorgar su visto bueno. Finalmente, los dos movimientos son autorizados y se concretan.
- c) A lo largo de los últimos meses del 2006 y los primeros del 2007, cuando se conoce que el consorcio explora alternativas distintas para expandir sus oportunidades de suministro de servicios, tanto en el territorio nacional como en el ámbito transfronterizas. En el lapso señalado, han sido públicas sus andanzas para *i) extender su presencia en el mercado de la televisión por cable*, al pretender hacerse de la empresa **Amnet**, tenedora

<sup>4</sup> Verónica Gascón. "Converge' Televisa en nuevos negocios". En: *Reforma*, 27 de octubre de 2006.

<sup>5</sup> Televisa. *Resultados del Cuarto Trimestre y Año Completo 2006*. En: [www.esmas.com/televisa/images/upload/4Trim06](http://www.esmas.com/televisa/images/upload/4Trim06). Fecha: 11 de febrero de 2007.

de sistemas operativos en Costa Rica, San Salvador; Honduras; Guatemala y Nicaragua; *ii) obtener nuevas facilidades de conectividad*, voluntad que origina su concurrencia en el proceso de adquisición y compra de la compañía mexicana **Bestel**, carrier de carriers y operador de telefonía fija. El concesionario dispone de una red de fibra óptica de 8 mil kilómetros que enlaza a 20 ciudades del país y se enlaza a conectantes estadounidenses. Antes de integrarse a la estructura corporativa del consorcio, **Bestel** fue su socio mediante el empalme con **Cablevisión**, alianza que permitía ofrecer telefonía en forma mancomunada en las plazas donde tenían presencia; y, *iii) expandir su infraestructura nacional de distribución*, que cristaliza en su interés por adquirir **Satmex**<sup>6</sup>. Según sus declaraciones, tal propósito buscaba ampliar su oferta de juegos y sorteos en todo el territorio, al dotarse de una conexión satelital que lograría llevar sus señales a escala nacional e incluso para todo el continente.

Si bien la trayectoria de estas operaciones es diferente<sup>7</sup>, su sólo planteamiento es claro que evidencia la estrategia de diversificación del monopolio hacia la oferta combinada, meta a desahogar mediante la instrumentación de redes propias en dos niveles: de distribución, para crear una red troncal de gran capacidad de transporte; y de acceso terminal interactivo, para completar la difusión de su amplio acervo de contenidos mediante la relación sistema-cliente.

- d) La conquista del *suministro tripartito que se alcanza a principios de mayo de 2007, cuando SCT otorga la concesión a Cablevisión para ofrecer servicios de telefonía fija en el Valle de México*. Además de complementar su oferta, el movimiento es promisorio porque otorga a la empresa una nueva ventaja fincada hoy para cosecharse mañana: conforme las previsiones de la investigación y desarrollo asociada, el tradicional cable coaxial conectado al televisor está llamado a transformarse en el enlace básico para digitalizar el hogar, y cubrirlo con todos los servicios imaginables. Desde 2004, esa posibilidad es evaluada por los pesos pesados de la industria de las tecnologías de la información, lo mismo el gigante de la TV por cable estadounidense **Comcast Corporation**, que el operador de satélites **Echostar Communications Corporation** y el líder en productos de red **Cisco Systems**. La indagatoria aún en operación busca en efecto que el cable coaxial –frecuentemente despreciado al considerarlo insumo de otra época, rebasado ya con amplitud por otras alternativas de última milla– transmita información digital a una velocidad superior en más de 20 veces a la disponible para otras redes caseras<sup>8</sup>. Esta alternativa seguro no escapa a los análisis

---

<sup>6</sup> La información que se presenta ha sido tomada de la columna de Darío Celis, *Tiempo de Negocios*, publicada en **Reforma** el 24 de abril y el 4; 8 y 10 de mayo de 2007.

<sup>7</sup> Por ejemplo, como es conocido, el consorcio se retiró de la puja por **Satmex** antes de la entrega de ofertas. En cambio, concretó la adquisición de **Bestel**, movimiento que le significó una erogación estimada en 350 millones de dólares que se canalizan mediante la firma **Cablestar**, formada a propósito para ello con la participación de sus tres compañías de televisión restringida por cable.

<sup>8</sup> Cfr. Don Clark. "Gigantes electrónicas cifran esperanzas en el cable coaxial". En: **Wall Street Journal**, 5 de enero de 2004.

prospectivos del consorcio, y tal vez es un factor más para animar su interés en las infraestructuras físicas de cobre como alternativa de conexión al usuario, de perfil inmediato y con vigencia y oportunidad técnica para el corto plazo.

La disponibilidad financiera de **Televisa**, su agresivo manejo para lograr una presencia regional inmediata con una oferta triple play consolidada, y las posibilidades del cable como alternativa actualizada de distribución al receptor final, sugieren que el *accionar primario del emporio busca generar una capacidad propia en los mercados apenas francos a su concurso*. Aún como sistema dominante –a pocos puntos de lograr que los receptores televisivos copen la totalidad de hogares nacionales, y aumenten con ello el potencial de recepción de sus canales de televisión abierta– el grupo no maneja en su negocio natural la forzosa condición de bidireccionalidad que implica la explotación mancomunada. Para migrar al suministro de telefonía y de Internet requiere por fuerza de la coalición con terceros, ya de un operador telefónico reconocido; ya de las compañías de televisión restringida que se significan como la contraparte vital para el suministro de voz en formato IP –de hecho, sistema probado y en servicio para algunos esquemas de cable– y para el de datos, experiencia ya efectiva tanto en las plataformas inalámbricas como en las cableadas. Para el monopolio, se trata entonces de repetir la estructura operativa de **Cablevisión** en todo el país, donde el primer peldaño significa obtener empresas consolidadas que pueden aprovecharse de inmediato.

Para **Televisa**, las adquisiciones que ha logrado en el sector de TV por cable habrán de otorgarle la ventaja que busca en el ámbito territorial. De acuerdo con la información que proporciona el portal de **Cablemás**, la firma *“opera en 45 sistemas de televisión por cable desde Baja California hasta Quintana Roo. La cobertura en las ciudades donde se encuentra, suma más de 1 millón 500 mil casas, de las cuales más de 612 mil toman el servicio ... [...] Actualmente, Cablemás cuenta con una red de 15,678 kilómetros de cable coaxial y más de 3,936 kilómetros de fibra óptica, que sirven para ofrecer el servicio de televisión por cable y acceso a Internet”*<sup>9</sup>. Más importante aún que su infraestructura es el desempeño económico que logra. Según la información financiera que vehiculiza Yahoo, *“la empresa sigue ampliando la penetración de mercado de su oferta de servicios. La cartera de clientes aumentó este trimestre año con año un 20.2% en televisión por cable, 48.2% en Internet de alta velocidad y 167% en telefonía IP... La firma cerró el trimestre con 198,471 suscriptores de banda ancha, comparado con los 133,962 de igual período del año pasado. Cablemás finalizó el período con 26,567 líneas de telefonía IP en servicio. Los ingresos de telefonía IP en el trimestre se ampliaron en promedio un 40.4% año con año, y hoy alcanzan los 24.3 millones de pesos”*<sup>10</sup>. Las andanzas de TVI quizá

<sup>9</sup> Cfr. [www.cablemas.com.mx](http://www.cablemas.com.mx) Fecha: 13 de julio de 2007.

<sup>10</sup> Cfr. ----- “Cablemás genera ganancia neta de US\$12,4mn el 1T”. En: *Yahoo Finanzas*. Disponible en: <http://espanol.news.finance.yahoo.com/> Fecha: 15 de julio de 2007.

sean menos excitantes que las de su par, pero se compensan con un posicionamiento de mercado solvente en extremo: prácticamente no tiene rivalidad alguna en el norte del país, en Nuevo León, su estado natural de operaciones.

Al hacerse de la propiedad de ambas empresas, el grupo consolida su oferta tripartita en una extensa zona geográfica. El **Cuadro 98** establece en 1.2 millones de usuarios el universo dispuesto para la prestación del consorcio en tecnología alámbrica, cifra que representa el 28.9% de todos los suscriptores de TV restringida en la modalidad. Ese número de clientes es el triple del logrado por **Cablevisión** hasta marzo del 2008, y si a ese global se adiciona la suma que el consorcio mantiene en monopolio con la plataforma satelital de **Innova**, operador de **Sky**, el resultado que alcanza supera el 40% de la cifra total de receptores: llega a 2.7 millones de los 6.6 posibles, según la estadística del primer trimestre del 2008.

**Cuadro 98**

**Suscriptores de los sistemas de TV restringida del Grupo Televisa**  
(Estimado hasta marzo de 2008)

		Total de			
		Suscriptores	6,617,900		100.00
Cable	4,453,500	67.29	Satélite	1,474,500	22.28
		100.00			100.00
<i>Cablemás</i>	617,834	13.87	<i>Sky</i>	1,471,500	100.00
<i>TVI</i>	156,200	3.51			
<i>Cablevisión</i>	516,023	11.59			
<b>Subtotales</b>	<b>1,290,057</b>	<b>28.97</b>		<b>1,471,500</b>	<b>100.00</b>
<b>Respecto al Total de Usuarios</b>		<b>19.49</b>			<b>22.28</b>
		<b>GRUPO TELEVISIA</b>		<b>2,764,557</b>	<b>41.77</b>

Fuente: Las cifras sobre el total de suscriptores por tecnología se toman de **Cofetel** ([www.cft.gob.mx](http://www.cft.gob.mx). [http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel\\_2008/Cofe\\_television\\_restringida\\_suscriptores\\_y\\_tasas\\_d](http://www.cft.gob.mx/wb/Cofetel_2008/Cofe_television_restringida_suscriptores_y_tasas_d)) y las respectivas a cada operador de: US Commercial Service. *Pay-TV Industry in Mexico*. Washington, US Department of Commerce, 8 de agosto de 2008.

El acaparamiento de números y porcentajes viene a ser la estrategia complementaria del consorcio: con ella, busca cosechar el faltante en su infraestructura corporativa. En el segundo polo del binomio, el contenido, su fortaleza es probada y duradera. Un juicio más certero sobre el potencial del monopolio como actor del triple play, efectivamente requiere valorar el impacto de su producción simbólica, tema que además de arrojar una estadística sólida y solvente, es asimismo testimonio de la apropiación social que las audiencias televisivas hacen de las propuestas mediáticas de la empresa. En el modelo abierto de larga data, transmisión permanente y estilos y modos pioneros, esa evidencia no sorprende porque es una consecuencia nativa de la condición duopólica del mercado. Pero en el segmento de televisión restringida, es notorio que prevalezca la misma condición y que los materiales del consorcio tengan igual una presencia dominante e incluso abrumadora. Un estudio de la **Comisión Federal de Competencia** difundido en la prensa a mediados del 2007, confirma ese enunciado y determina que la audiencia nacional de señales restringidas destina el 43% de su consumo televisivo a la sintonía de los canales nacionales del sistema abierto, y de este porcentaje, el 70% prefiere las emisiones del consorcio. *“Los cinco canales con mayor rating son de TV abierta, y de éstos, los de Televisa ocupan los lugares uno, 3, 4 y 9”*<sup>11</sup>, concluye la indagatoria. La referencia confirma una primera evaluación sobre el mismo tema fechada en octubre del 2006, misma que sirvió también para plantear otra arista del problema: *“... los cableros deben afinar sus contenidos, se sentenciaba, pues 43% del tiempo sus suscriptores ven los canales gratuitos, debido en parte a una razón técnica: el cable lleva con más calidad la señal abierta”*<sup>12</sup>. Ya por fidelidad a su programación y a los distintivos que la definen; ya por solvencia técnica, o bien sólo por el gusto y el hábito por lo conocido, Televisa gana todas. Incluso, esa preeminencia es la base de su oferta en Internet, paso evidente que se tiñe de sobrevivencia tanto para el consorcio como para sus competidores naturales, los cableros. A ambos urge renovar los contenidos para atenderla, ya que *“resienten que los jóvenes pasan más tiempo en Internet que en la televisión”*<sup>13</sup>. Con el portal **esmas**, el consorcio quiere aprovechar ese nuevo uso social y redondearlo a su favor mediante las premisas operativas de siempre: ya en Internet o mediante el telerreceptor; con el celular o el dispositivo del momento, el joven puede recibir lo mismo y ser siempre un consumidor asido a la marca, y con ella a las maneras culturales y políticas de concebir el ocio.

Más si el plan de sumar redes de conducción que distribuyan y otorguen salida a su abundante producción audiovisual parece un diseño suficiente para atender el aquí y el ahora de Televisa en el escenario convergente, por parte de Telmex la tarea parece ampliarse y encausar su desarrollo en un movimiento más radical: adquirir instancias empresariales versadas en la explotación de cualquiera de los segmentos que nuclea la convergencia. Así, en agosto de 2006, **La Jornada** reproduce la información que la vocería de la empresa hace pública sobre su

---

<sup>11</sup> Angelina Mejía Guerrero. “CFC: acceso a los contenidos de Televisa, necesario”. En: *El Universal*, 18 de julio de 2007.

<sup>12</sup> Norma Lezcano y Alejandro Ángeles. “Tercera Cadena”. En: *Expansión*, número 951, 18 de octubre de 2006; 54pp.

<sup>13</sup> Ibidem.

devenir corporativo, y en tal eje se destaca el planteamiento de ese propósito acaparador... *“La mayor telefónica mexicana, Teléfonos de México, inició una amplia estrategia de compras de empresas de televisión por cable en América Latina para ofrecer servicios de televisión, Internet y telefonía en toda la región...”*<sup>14</sup> El dicho se sostiene por las adquisiciones llevadas a cabo durante esos tiempos, que recorren los tres servicios considerados: i) **Superview**, empresa colombiana de televisión restringida por 40 millones de dólares, cifra que arroja un promedio de 270 dólares por cada uno de los 150 mil suscriptores cautivos de la firma; ii) **Ertach**, compañía argentina especializada en la transmisión de datos y servicios de Internet, por 22.5 millones de dólares; iii) **Net**, de Brasil, que suministra el servicio de televisión por cable a poco más del millón y medio de usuarios...

Si bien de inmediato las plataformas que estructuren tanto **Televisa** como **Telmex** podrán capitalizarse con base en la *canibalización del mercado*, donde las ganancias de cada cual se sustentan en lo que logren arrancar al competidor, en el mediano plazo la pertinencia técnico-económica de esa fórmula puede cuestionarse porque su estructura tecnológica no satisface las dos condiciones indispensables que se divisan para el suministro futuro, el cual toca ya la puerta: *la movilidad del usuario y la innovación permanente de los contenidos y aplicaciones de la oferta, combinación que obliga a maximar la capacidad de almacenamiento y transporte en las redes operativas*. Las instalaciones cableadas no están configuradas para la prestación más allá de las paredes de casa, y en cuanto a su potencial de tráfico, las redes inalámbricas actuales garantizan una capacidad apenas suficiente para soportar las amplias necesidades de los servicios de vanguardia (Vgr: conducción de televisión en formato de alta definición). Por ello, su utilidad se antoja pasajera frente al arribo de una transformación mayor, que se vislumbra y pronostica incluso como la solución final para las telecomunicaciones. Las llamadas *redes de próxima generación* prometen borrar todo el esquema acostumbrado del aprovisionamiento y aportar una estructura sencilla, integrada entre sí y con una funcionalidad superior, que justo se adapta a los requerimientos y necesidades de proveedores y de usuarios, y además rinde tributo a la flexibilidad que se impone por dondequiera, en todos los órdenes y en todas las actividades sociales. En las redes de próxima generación –o **NGN's**, del inglés, Next Generation Networks– los servicios asimilados enfrentan entonces un proceso de reconversión radical que rompe la estructura vertical del suministro. La evolución tecnológica y de mercado habrá de modificar estos esquemas. La digitalización de las señales implica la transmisión y transporte de bits que pueden significarlo todo, y en la vanguardia esta sinergia se ha profundizado y *ya no se distinguen ni identifican los servicios particulares, definidos, clasificados desde antaño e incluso dotados de una banda de frecuencias adscrita a esa categoría precisa, única*. En reemplazo de los servicios, se erige ya la *aplicación particular, específica, determinada solamente por códigos de identificación, que franquean el paso a las señales cifradas en formato digital-binario que son propias y distintivas de esa aplicación y no de otra*. La estructura vertical, de dominio completo de la cadena de valor por parte de un único proveedor y operador, se

---

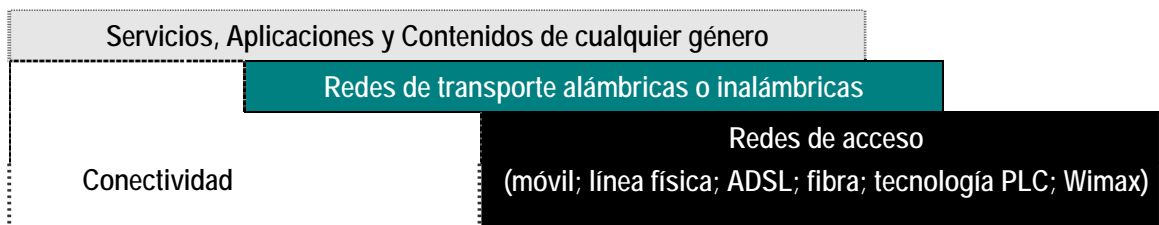
<sup>14</sup> Víctor Cardoso. “Telmex intensifica en Latinoamérica el triple play”. En: *La Jornada*, 24 de agosto de 2006.

*cuestiona entonces porque la división del trabajo lleva a la especialización de los proveedores y a la proliferación de aplicaciones de muy diversa naturaleza y función, que lentamente vuelven obsoleto al servicio unitario y su propuesta exclusiva y uniforme. Éste aparece hoy como un esquema limitado, cerrado, sin la novedad que tipifica a las aplicaciones emergentes, siempre renovadas y en actualización permanente. La condición de interactividad que se ha evocado justo se anida como razón y sostén de esa modificación constante, sujeta únicamente al deseo del receptor y a las variaciones de sus agrados y preferencias.*

Al rebasarlos, las aplicaciones son el sustituto actual de los servicios. Como paquete integrado e integrador, conformado solo por bits, configuran la primera capa en la arquitectura de las redes emergentes, cuya vigencia lentamente se impone acicateada por los proveedores de equipos y, sobre todo, de los creadores de los programas que otorgan funcionalidad a la estructura. Las *redes de próxima generación o NGN (Esquema 99)* se distinguen de comienzo por su antagonismo natural a las estructuras verticales, de donde su primera distinción sea su conformación horizontal, también sumatoria, donde se privilegia la vocación de conjuntar, de ensamblar los servicios conocidos, las aplicaciones que no cesan de renovarse, e incluso programas televisivos, series o películas, aquellas que justamente se ofertan por demanda. Al cultivar un perfil flexible y versátil, en el conjunto pueden coexistir las empresas televisivas o radiodifusoras que generan programación; los operadores de red que buscan esos contenidos y aportan su infraestructura para distribuirlos junto con su oferta punto a punto, e incluso otros actores que carecen de soportes de difusión pero disponen en cambio de capacidad para confeccionar aplicaciones y productos de voz, datos y video, a ofertar y difundir. *La capa se define entonces por sus contenidos y la confluencia de sus productores.*

### Esquema 99

**Estructura general de la red de próxima generación (Next Generation Network)**



Fuente: Elaboración propia.

La segunda capa refiere a la *estructura de control y distribución*, la *espinas dorsal* si se acepta el término sajón (backbone), o a de *inteligencia* si en seguimiento de algunos análisis franceses se le otorgan virtudes especiales. La

capa se conforma sobre todo de elementos de señalización, que identifican cada particularidad y destino del tráfico y lo conmutan hacia aquella salida solicitada. El backbone puede conformarse con tecnología inalámbrica o física, y sustenta la interconexión entre redes también por cualquiera de esos medios. Una función paralela y sustantiva del armazón o esqueleto es justamente la arquitectura que soporta la conducción del tráfico hacia el destino solicitado. Es por ello que la red dispone de capacidad e inteligencia para enrutar los flujos informativos y conectarse con la infraestructura de acceso, que opera entonces como la compuerta final para la entrega del mismo. La conectividad de la red se define así en esta segunda capa, en tanto las opciones de acceso hoy pueden ser muy amplias y diversificadas. De esta forma, la ***red de transporte implica en sí misma la facilidad de conexión, tanto hacia la primera capa de contenidos como hacia la plataforma de distribución y, finalmente, de acceso.***

Por último, las redes de próxima generación estructuran asimismo la última milla, el punto terminal que involucra el enlace con el usuario. El planteamiento conceptual del tramo final de la red es que puede implementarse a partir de cualquier variante tecnológica, y con una gran diversidad de dispositivos de enlace. La conexión típica sería la infraestructura telefónica en sus dos modalidades, fija e inalámbrica, pero a ellas se suman otras más como la interfase mediante las conexiones de la red de alimentación eléctrica (PLC), o bien a través de Wimax, esto es, con una tipología inalámbrica fija, o bien móvil a través de WiFi, y con capacidad para desarrollar enlaces en banda ancha. La ***tercera capa conlleva entonces una alta conectividad y residencia física o móvil, o conjunta, a voluntad del receptor.***

El arribo de las estructuras NGN implica un reacomodo en las estrategias corporativas que ambos grupos han seguido porque los elementos físicos y lógicos acumulados que cada cual se esfuerza por engrosar con sus nuevas adquisiciones, habrán de adquirir un rol preparatorio, inicial, embrionario apenas, porque a partir de su concurso se integran y desenvuelven nuevas plataformas para explotar los atributos de movilidad y capacidad que ya se han perfilado como decisivos. Es por ello que esa evolución se cultiva en el terreno de lo intangible, de las operaciones inalámbricas, que propios y extraños califican como el recurso imprescindible del devenir del sector en el corto y mediano plazo.

<p><b>B. Deja vú: sobre la insistencia o de la explotación de las telecomunicaciones por el duopolio televisivo.</b></p>
--

Como estadística requiere explicación. Al observarla es claro que la reacción primera es de incredulidad, incluso de desconfianza al advertir que el cálculo se repite en casi todos los casos. Aunque si bien se trata de países desarrollados, se piensa, es poco probable que la penetración de los servicios móviles haya rebasado el 100%.



¿Todos los griegos poseen celular? Per cápita, ¿los italianos disponen incluso de más de uno? En doce de diecinueve países se repite la sinrazón y el cuadro indica que ésta se ha producido por lo menos desde el primer trimestre del 2006 (*Cuadro 100*). De entrada, tanta abundancia parece fuera de lugar; exagerada, y tal vez igual perversa, porque la dotación uno a uno implicaría una igualdad económica aún lejana en buena parte de los listados. ¿Qué significan entonces aquellos promedios superiores?

La aclaración y la interpretación necesaria provienen del llamado **Forum UMTS (Universal Mobile Telecommunications Services)**, una de las tantas organizaciones industriales de reciente cuño que conjunta y entrelaza a operadores; fabricantes y distribuidores de equipo, de programas y de aplicaciones; reguladores; instituciones de investigación y desarrollo, y otros protagonistas de las **TIC**, con el objetivo de promover una visión común del desarrollo y la evolución de las aplicaciones móviles de tercera generación (**3G**). Desde el 2001, el gremio ha intentado ser la voz del mercado móvil, y en consecuencia sus análisis y proyecciones buscan incrementar y optimizar la cobertura y aprovechamiento de la tecnología que defienden. Bajo el postulado del grupo, la explicación de la estadística que se ofrece es sencilla y fuera de contabilidades inexactas: en los países avanzados, las aplicaciones móviles no comprenden solamente la conducción de voz en los teléfonos inalámbricos, servicio que han rebasado con creces, sino implican ahora a una amplia gama muy diversificada de aparatos de enlace y comunicación –DVD's; palms; iphone; computadoras personales; dispositivos blackberry; fijo Wimax, WiFi, y decenas de equipos más– que sostienen esa estadística porque no existe más paridad entre el número de habitantes y el parque disponible: ahora un solo ciudadano dispone de varios dispositivos inalámbricos y móviles que le facilitan su vida personal y social, y le proporcionan desde aplicaciones científicas y técnicas que colman su capacitación, hasta de entretenimiento, financieras o bancarias; para apoyar lo mismo sus relaciones que su diversión diaria; su desempeño laboral e incluso su estado de salud.

Esta nueva titularidad de las plataformas móviles ha implicado el desarrollo de dos acciones paralelas, que involucran al **Forum UMTS** y a otros protagonistas del sector. Por un lado, la búsqueda de *mejores métodos, formas y procedimientos de explotación del espectro radioeléctrico*, para que se facilite tanto la asignación de frecuencias para todas las aplicaciones que se busca maniobrar, como el desempeño operativo de los servicios en funcionamiento, que deben desenvolverse sin obstáculos o interferencias que comprometan su eficiencia terminal. Seguidamente, la *indagatoria sobre equipos y programas que faciliten la comunicación entre el usuario y el proveedor, y solventen la realización efectiva de todo el universo de servicio que se promete*. Ambas acciones logran unificarse en sendos programas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), que buscan culminar en hallazgos y productos específicos las soluciones que encuentran y satisfacer los requerimientos mencionados. En su transcurso, los nuevos servicios y aplicaciones asimismo demandan el establecimiento de una intensa coordinación internacional, cuyo propósito viene a ser doble: organizar y regular el uso armónico y universal de las frecuencias

**Cuadro 100**

**Penetración de la plataforma móvil en países seleccionados de Europa y Asia**

(Porcentaje de cobertura de la población)

% de Penetración	2006*	2007*
------------------	-------	-------

Italia	124.3	138.8
Grecia	110.8	126.0

España	108.8	117.6
Austria	96.9	117.5
Irlanda	106.1	117.3
Reino Unido	110.8	117.2
Portugal	105.3	116.5

Dinamarca	98.9	108.9
Finlandia	103.4	108.2
Noruega	106.5	107.7
Alemania	93.7	102.6
Suiza	92.9	101.4

Holanda	93.1	97.7
Bélgica	86.0	93.6
Francia	79.5	84.9
Suecia	61.3	63.9

Corea	80.4	85.4
Japón	72.2	76.1
China	30.5	35.9

(\*) Hasta abril de cada año.

Fuente: Yves Bellégo. *Preparando el futuro de las comunicaciones móviles*. París, UMTS Forum, 6 de julio de 2007; 12pp.

adscritas, para lograr una compatibilidad planetaria que permita la globalización de las plataformas móviles de vanguardia; y, de manera complementaria, fomentar economías de escala en bienes y servicios, que garanticen el retorno económico de las inversiones destinadas a las propias actividades de I+D+i y a la implantación completa de los sistemas descubiertos. Así, al propósito estratégico se adiciona el objetivo comercial. Y es en las dos líneas de desarrollo apuntadas donde se rastrea el tema de interés no únicamente de **Telmex**, sino del duopolio televisivo. Éstos últimos, incluso con la ventaja que supone el usufructo del recurso que permite explotarlas: el **Canal 46** para **Televisa** y las frecuencias espejo en el caso de **TV Azteca**.

<p>1. La redención del 28, parte I: y de nueva cuenta el espectro, ahora en sus frecuencias más populares.</p>
--

*"1. Objeto. El presente título otorga una concesión para el uso, aprovechamiento y explotación de una banda de frecuencias del espectro radioeléctrico para uso determinado..."*

*1.1 Banda de frecuencias. Canal 46 de la banda de UHF (662-668 MHz)...*

*2.1 Zona de cobertura. La del Distrito Federal y su zona metropolitana...*

*2.4 Ancho de banda. 6 MHz...*

*2.9 Número de señales: la presente Concesión únicamente comprende el servicio de televisión restringida, y exclusivamente podrá enviarse una señal de audio y video asociado en el canal concesionado..."<sup>15</sup>*

Como se observa, los datos de base de la concesión otorgada a **Cablevisión** el 17 de noviembre del año 2000, no precisa detalle alguno sobre la forma en que habrá de explotarse. En la costumbre y el antecedente, la fórmula no sería muy distinta a la que emplea **MVS**, también para la ciudad de México: emisión de la señal codificada desde una transmisora específica y con una potencia determinada, para su descarga y decodificación por las antenas receptoras, instaladas por el propio proveedor en la casa del suscriptor para garantizar tres situaciones: la recepción de la señal en los niveles de calidad establecidos; alta en el sistema para el desahogo de los movimientos de la cuenta, y cobro por el servicio, para cerrar el ciclo.

En la operación experimental que el **Canal 46** ha llevado a cabo y casi culmina, el esquema anterior en efecto se ha implementado aunque con una salvedad sustantiva: las transmisiones que efectúa la empresa pueden captarse lo mismo en receptores fijos que en movimiento; igual en las recámaras de casa donde es habitual instalar el televisor, que en un vehículo repleto de niños y a media velocidad. La recepción del servicio puede configurarse a voluntad y

---

<sup>15</sup> Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Extracto del título de concesión para usar, aprovechar y explotar una banda de frecuencias de espectro radioeléctrico para uso determinado (Canal 46), otorgado a favor de Cablevisión, Sa de CV.* En: *Diario Oficial de la Federación*, 10 de marzo de 2006.

aprovechar terminales estables o de perfil móvil, cuya especialización técnica no culmina todavía y se afina en los laboratorios de las grandes firmas internacionales de la microelectrónica. El conjunto de innovaciones que asisten al nuevo sistema –cuya funcionalidad supera con creces las transmisiones actuales de **TV Azteca** vía **Iusacell** y **Unefón**– conforman hoy en día la joya de la corona del suministro de contenidos, pese a que su potencial tecnológico y de mercado apenas se vaticina. La llamada **televisión móvil** efectivamente atrae las predicciones más optimistas, y en tal frenesí se anuncia la explotación de las bandas de frecuencias asignadas tradicionalmente a la televisión para el suministro de servicios de telecomunicaciones, justo en la lógica de aprovechar redes y terminales para conducir la nueva riqueza inmaterial: los bits, los ceros y los unos, que al concretarse en el output y el acceso enrutan mil y una aplicaciones, la película de aventuras o la transacción bancaria; los emilios del correo electrónico o la fotografía del artista de moda, que también entona el clip de su éxito último y lo ofrece por la misma vía. Tanta diversidad alcanza para todo; y a todos.

La novedad del concepto arranca parabienes, sospechas; visiones y pesadumbres. Argumenta también la lucha internacional por las normas a seguir e imponer, y la competencia por los mercados globales que subyace en cada una de esas propuestas. En lo particular, el proveedor se desgañita para ofrecer soluciones distintas al del contrario, y no duda en calificarlas superiores y en promoverlas como la mejor alternativa, casi la solución final. *“Esta caja está hecha para caminar”*<sup>16</sup>, sentencia la aportación de **Nokia** con el claro soporte de la mercadotecnia, que usufructúa la referencia a aquel tema musical del pop clásico. *“El sueño de muchos de nosotros de tener acceso a contenidos personalizados en todo momento y sin los límites de las conexiones físicas, está al alcance de la mano* –responde otra versión más refinada y profunda pero igualmente optimista. *Los usuarios deberán evolucionar hacia el nomadismo, la personalización y la fidelidad para aprovechar al nuevo medio. Los industriales tendrán que dedicar grandes esfuerzos para solucionar la convergencia en el ámbito tecnológico, entre las redes y terminales. Y a la inversa de esta uniformidad necesaria, las editoriales y los productores de contenidos enfrentan ya la gran diversidad de los usos, la multiplicación de los formatos de presentación, y la heterogeneidad de los productos que se confeccionan...”*<sup>17</sup>

Fuera del discurso y sus alegorías, la nueva aplicación rinde culto a dos de los paradigmas más significativos de las TIC de hoy, que se han desplegado desde principios del siglo: **la movilidad** en tanto plataforma básica para la prestación de los servicios; y **el entretenimiento**, como segmento dominante de la producción y el suministro de los contenidos. Al anudar ambos atributos, son comprensibles los cumplidos que han avivado la vocación integradora del sistema: la televisión móvil, se dice, puede configurarse como *servicio ancla, originario, susceptible de atraer*

---

<sup>16</sup> Shani Orgad. *This box was made for walking*. Londres, School of Economics and Political Science. Noviembre de 2006. El estudio fue patrocinado por la compañía finlandesa.

<sup>17</sup> Cgo&co. *Les enjeux de la télévision mobile*. Disponible en: <http://cgoandco.blogspot.com/> Fecha: 15 de julio de 2007.

sobre sí el valor agregado que se desprende de las aplicaciones y servicios típicos de las telecomunicaciones, y que pueden ser tantos como lo permita la evolución concreta de su tecnología. El calificativo que se emplea para designarla en inglés es tributario de este principio: la televisión móvil es una *killer application*, que todo lo elimina para que nazca de nuevo.

La integración que se espera del sistema se desprende a su vez de las particularidades que ofrece la telefonía móvil, sector que en sus 15 años de existencia muestra una gran evolución tecnológica. Como se ha señalado, el teléfono tiene hoy una enorme capacidad para manejar con éxito aplicaciones adicionales a la conducción de voz, y dotado ya de memoria propia y de disco duro para almacenamiento, baraja y ofrece funciones más complejas y lo mismo es capaz de conducir datos que mensajes cortos, fotografías, e incluso secuencias cortas de video. Asimismo, los proveedores de tecnología han dotado a la red de una gran funcionalidad que le facilita el empalme con dispositivos y sistemas muy disímolos, desde el reproductor MP3, la computadora laptop y la de escritorio, o la consola de videojuegos. Tal versatilidad encuentra su soporte material en la racionalidad económica de siempre: frente a las aplicaciones agregadas, la conducción de voz no demanda una gran complejidad técnica y en consecuencia el costo del servicio ha disminuido de forma substancial, casi hasta el cero. Ello impacta el ingreso de los operadores y los obliga a buscar nuevas formas de extracción del excedente, por lo que la migración hacia las aplicaciones de mayor valor agregado es ya un rumbo tradicional en la conformación operativa de la industria<sup>18</sup>. Sin embargo, la transmisión y conducción de la televisión como servicio adicional tiene su propia lógica de implantación, que no necesariamente se ensambla con la infraestructura móvil. Las redes del servicio han sido diseñadas con una configuración punto a punto, y no fueron concebidas para difundir de manera paralela y masivamente los flujos de video que implican la operación rutinaria del servicio para el gran público. Si en cantidad los suscriptores se enlazan y observan simultáneamente la televisión en sus teléfonos, los nodos y enlaces del sistema se saturan y la calidad de la imagen se degrada por completo. Si bien las redes de tercera generación (3G) ofrecen una capacidad muy superior a la de sus predecesoras –con el popular GSM en vanguardia– y se aprovechan para operar en conjunto los servicios de voz, datos e imágenes con el mismo estándar de calidad que Internet de alta velocidad, su diseño y funcionalidad no se adaptan a la difusión televisiva en tiempo real y de perfil masivo. En específico, las cuatro condiciones que enseguida se listan, resultan imprescindibles para la transmisión de la televisión móvil, y difícilmente pueden cubrirse mediante el formato 3G de la plataforma móvil que hoy domina el escenario...

- a. El *movimiento del receptor*, situación que lo mismo conlleva la solicitud de un peatón quien se desplaza por sí mismo en una caminata ligera, o bien de la familia en vacaciones, que viaja por tren o por carretera en su auto

---

<sup>18</sup> No en balde los operadores nacionales ya ofrecen llamadas libres de costo: su apuesta es buscar que el gasto del usuario que se dedicaría a la comunicación de voz –valuado en cantidades importantes, ya que se dirige a sus números de mayor interés– se canalice a otras aplicaciones de mayor precio. Cfr. Lilia Chacón. "Perderá la voz su costo". En: *Reforma*, 10 de febrero de 2005.

propio. Los sistemas de transmisión y los dispositivos de recepción deben atender ambos casos con parámetros similares de desempeño operativo, y cuidar la recepción de la señal, la calidad de la misma, y la continuidad del flujo transmitido.

- b. La *cobertura de la zona de servicio*, que implica el desarrollo e implementación de una infraestructura propia, con una longitud y penetración similares a las logradas por las redes celulares, y con la calidad de transmisión que proponen los estándares de la televisión digital terrestre (TDT). Así, la TV móvil demanda una combinación de lo mejor de cada segmento y la síntesis virtuosa de esos atributos.
- c. La *autonomía de operación*, requisito que demanda el aprovechamiento de baterías con energía suficiente, para que el dispositivo móvil pueda decodificar la señal y desplegar y mantener las imágenes y audio asociado que ha recibido.
- d. El *tamaño de la pantalla*, cuyas dimensiones deben ser suficientes para fijar las imágenes sin demandar más energía que la abastecida por el juego de baterías, y tampoco un espacio mayor al dispuesto por el tamaño propio del dispositivo.

La satisfacción plena y también a detalle de las cuatro condicionantes involucró la consideración del formato digital terrestre como estándar de transmisión. A la inversa de la conducción por red móvil, la televisión por vía hertziana en lenguaje binario reposa sobre normas y tecnologías diferentes, propias, concebidas y armadas para permitir precisamente la difusión masiva de un mismo flujo televisivo, y su decodificación en un gran número de receptores sin que se pierda la calidad de la imagen o la continuidad de la transmisión. A partir de este principio, cada fabricante interesado ha propuesto su esquema propio de implantación de la televisión móvil, producto de las investigaciones que protagoniza (**Cuadro 101**). Como es frecuente, las diferencias entre uno y otro los tornan incompatibles entre sí, por lo que la selección de uno inhibe el empleo de otro. La disputa por imponer el propio es entonces fundamental.

Hacia fines del 2006, se calculaba que el número de aparatos receptores de televisión vendidos en el mundo osciló entre los 200 y 250 millones, mientras que los teléfonos portátiles alcanzaron un global de 600 millones de unidades. Al proyectar ambas referencias es posible tantear la prospectiva del negocio y justipreciar su evolución posible. Para los años que vienen, se postula, la combinación de redes confiables y rápidas con un buen surtido de contenidos y con terminales compatibles a buen precio para el consumidor final, puede propiciar que la suscripción al servicio a

*Cuadro 101*

*La batalla de las normas para la televisión móvil*

Proponente	Norma	Proveedor
Corea del Sur	DMB (Digital Multimedia Broadcasting), en dos versiones: satelital (S-DMB) y terrestre (T-DMB)	Samsung LG Electronics
EEUU	MediaFlo*	Qualcomm
Europa	DVB-H (Digital Video Broadcasting – Handeld). Adaptación del estándar DVB-T (Digital Video Broadcasting – Terrestrial), aprovechado para la difusión de la televisión digital terrestre (TDT)	Nokia

(\*) Norma propietaria.

Fuente: Adaptado de Yoram Solomon. *The economics of mobile broadcast TV*. En: *Mobile DTV Alliance*. Septiembre de 2006; 10pp.

escala planetaria llegue hasta los 250 millones de usuarios, total respetable que para el año 2010 ya ingresaría un mínimo de 27 mil millones de dólares<sup>19</sup>.

Para el 19 de julio del 2007, se resuelve buena parte del forcejeo por las normas. Al conocerse la decisión de la Unión Europea aplicable a todos los miembros de la Comunidad, e informar que el estándar seleccionado para el desarrollo de la televisión móvil es el DVB-H que propone **Nokia**, habrán de relegarse las promociones para estructurar los desarrollos. La noticia debió repercutir en Finlandia y sin duda provocó alegría y entusiasmo en el cluster de aplicaciones móviles que mantiene la firma: han consumado el primer paso y lo que sigue es producir equipos y generar aplicaciones para toda la región europea comprometida en la selección, y asimismo allende esas fronteras, donde también se comprometa ese estándar. Lejos de ahí, a varios miles de kilómetros de distancia y cruzando el océano, quizá se vivió una euforia semejante y otro corporativo se alegró por la noticia. *Desde el 2005, quizá incluso cuando presionaba con todo su ímpetu para lograr la Reforma, Televisa seleccionó la misma norma para proponer su sistema propio de televisión móvil. Después de pruebas y experimentaciones, lo que le resta para comercializar el servicio como sistema restringido es bien poco. Y con ello explotará al fin la concesión del Canal 46 que con tanta anterioridad le fue dispuesta.*

<sup>19</sup> Johanness Bauer; Im Sook Ha et Dan Saugstrup. *Mobile television: challenges of advanced service design*. Ponencia presentada en la mesa redonda *Global Mobility*; Los Ángeles, 1o y 2 de junio de 2007: 15pp.

El formato **DVB-H** es un estándar para la radiodifusión cuyo aterrizaje material en componentes, dispositivos y servicios involucra a cerca de cien compañías de todo el mundo. Con base en esa participación especializada, se prevé que los productos comercializados tendrán las particularidades propias y ya inherentes a las TIC: funcionalidad compleja e innovadora; alto rendimiento de cada tarea realizada; precio bajo y en constante reducción, y economías de escala generadas por el mercado universal. La norma permite el manejo hasta de 30 canales simultáneos de televisión, más contenidos en audio y servicios interactivos. Las terminales prototipo que ya se ofrecen garantizan hasta 3 horas y media de alimentación en uso continuo, y disponen de una resolución superior a la obtenida en receptores analógicos, incluso de mayor tamaño. Logran fijar la imagen sin perderla o alterarla por el movimiento del usuario, y en el radio de cobertura de la estación principal y de las repetidoras captan la señal sin permitir interferencia alguna. Los algoritmos de corrección y refresco afianzan su resolución de 30 frames por segundo, y con ello se logra reproducir imágenes de gran dinamismo, como las transmisiones deportivas o los espectáculos en vivo.

En el esquema típico de suministro de la televisión móvil se relacionan e interactúan hasta cinco protagonistas directos. En primera instancia, los *radiodifusores de televisión*, que pueden desempeñarse también como proveedores de contenidos o únicamente como gestores del sistema; los *operadores de redes*, tanto de *radiodifusión en sí* como de *telefonía móvil*, que aportan la red de conducción de la señal y de acceso al suscriptor; y, por último, los productores de equipo terminal, que ofrecen una amplia gama de dispositivos inalámbricos de funcionalidad variada.

El uso de la norma **DVB-H** por parte de **Cablevisión** se sustenta desde luego en el accionar acostumbrado del corporativo. A diferencia del estándar **MediaFlo** de **Qualcomm** que representa la matriz estadounidense, referencia habitual del consorcio, el **DVB-H** es una norma abierta, no propietaria, y con tales características la utilización de sus postulados técnicos y definiciones es gratuita, de acceso libre además. Apropiarse del estándar no cuesta así un solo peso, y el hacerse de sus principios de transmisión para implementar la versión propia sólo demandó la compra de los equipos necesarios, igualmente muy parecidos a las antenas transmisoras del formato en alta definición que el consorcio explota desde principios del 2005. Desarrollar entonces el sistema de radiodifusión parece ser empresa sencilla si se confronta con la experiencia acumulada de la empresa patrocinadora.

Para la comercialización del servicio, el esquema propuesto es sencillo y dispone de fases consecutivas. La primera etapa diversifica el perfil de **Cablevisión**, quien a semejanza de su empresa hermana **Televisa** deberá efectuar el proceso que aquella concluye día a día como concesionario de televisión abierta. La compañía detona la secuencia, y se constituye en radiodifusor autorizado: a través de las frecuencias en UHF otorgadas a su favor, emite la señal de los canales televisivos y de las aplicaciones por demanda que ha programado como su oferta de televisión móvil. Para el monopolio y sus frentes empresariales, esta difusión no parece ajena ni complicada. Por ejemplo,



confeccionar los contenidos a emitir en formato digital es ya maniobra conocida y rutinaria para la transferencia del producto al portal de Internet, y si hubiese cambios a concretar no deben constituirse como el gran desafío para el equipo técnico adscrito. Los siete años de experiencia de **esmas** y los propios en la operación de la plataforma de servicio de **Cablevisión** se antojan suficientes, colmados incluso, para enfrentar y satisfacerla.

La recepción de contenidos básicos y por demanda no es lineal y seguidamente encuentra dos destinos: el dispositivo móvil localizado en la zona de influencia de la estación transmisora matriz, que consigue la señal en forma directa; y, en segundo plano, aquellos suscriptores que se ubican fuera de la cobertura primaria y que también captan la emisión mediante el concurso de las estaciones radiobase de las redes celulares. Esa infraestructura interviene y actúa entonces como repetidora de la señal original, y su intervención es decisiva para alcanzar toda el área de servicio comprometida. En esta última fase del proceso, el recuento es también favorable al monopolio porque la relación con los operadores de telefonía móvil es cotidiana y eficiente. En la entrega de los servicios que demande el suscriptor se reproduce pues el esquema de distribución que aprovecha **esmas**, probado en demasía si ha de creerse que facilita la descarga de 800 mil mensajes por día. Al final el ciclo se cierra con la retroalimentación que activa y ejecuta el usuario: su respuesta transita el sendero aunque en sentido inverso: del poseedor del acceso hacia el sistema radiodifusor (*Esquema 102*).

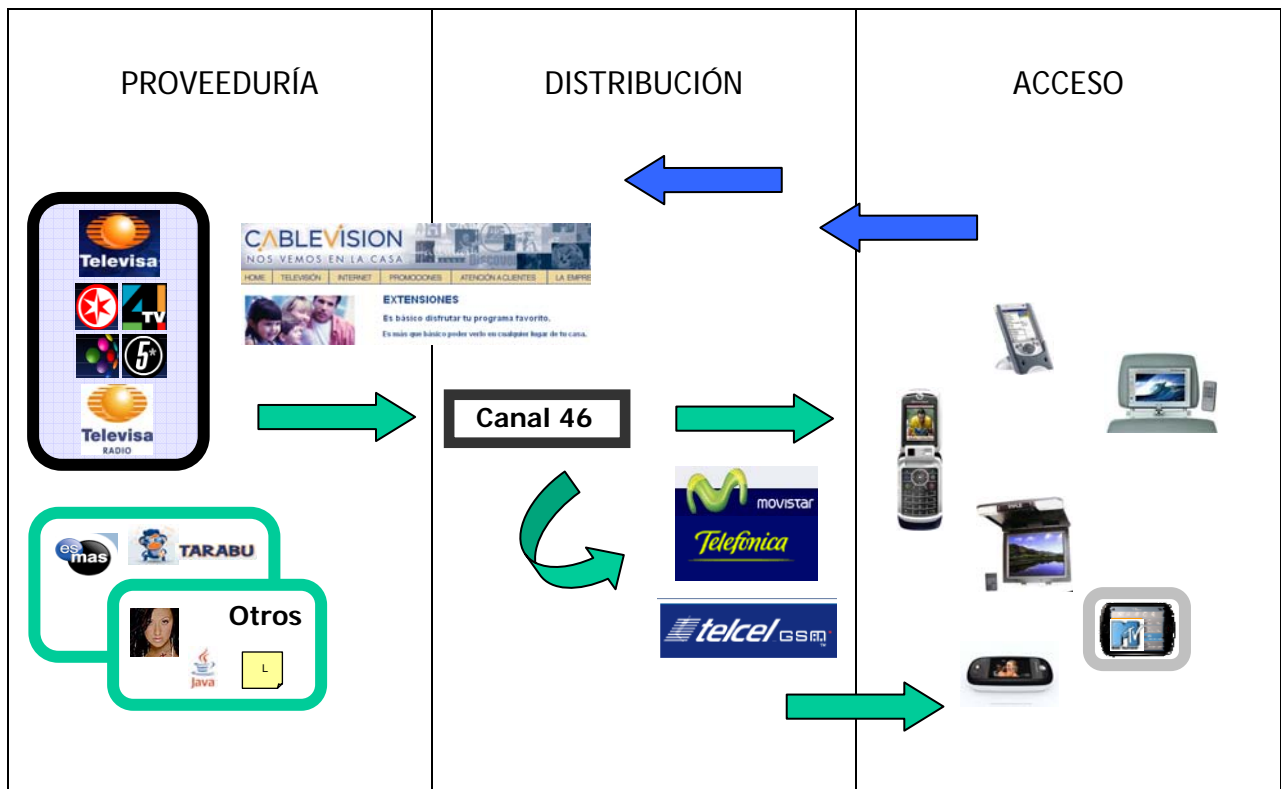
Más el sistema encuentra su paradoja fuera del entorno técnico. Al haberse otorgado al mismo grupo, la oferta de contenidos del nuevo servicio se estructura con las barras programáticas y los contenidos que ya se distribuyen en otras plataformas propiedad del monopolio. La difusión de los canales 2, 4, 5 y 9 configura entonces el paquete básico, y las opciones que **Televisa** ha desarrollado para los sistemas restringidos complementan la propuesta, sobre todo con señales dedicadas a la transmisión de películas y de emisiones musicales (*Cuadro 103*). Otras líneas programáticas corresponden a la radio, aporte que ofrece la división especializada del grupo.

En el servicio se rastrea la proposición comercial que postulan casi la totalidad de los sistemas operativos en la escena internacional. Es previsible que la propuesta de **Cablevisión** se fundamente en las modalidades del servicio estadounidense, mismo que opera con el concurso de **Motorola** como proveedor de los dispositivos terminales. En la prestación norteamericana son de resaltar los considerandos y particularidades siguientes, elementos todos que se constituyen como los parámetros a seguir por la compañía mexicana para integrar la oferta propia. Así tenemos...

- i) Los vectores elementales para el despegue y consolidación del servicio incluyen el precio del aparato terminal y el costo de la suscripción; la oferta de canales, que debe ser atractiva y novedosa; la calidad de la imagen que se proporcione, y la duración de la fuente eléctrica de alimentación, para evitar pérdidas de la señal y el cambio insistente de baterías.

Esquema 102















Diagrama general de transmisión – recepción del Canal 46



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 103

Señales de televisión de Televisa para sistemas restringidos

PLATAFORMA ABIERTA	SISTEMAS RESTRINGIDOS <sup>1</sup>
 XEW Canal 2 <sup>2</sup>  XHTV Canal 4  XHGC Canal 5  XEG Galavisión	 American Network  Bandamax  Cinema Golden Choice  Cinema Golden Choice 2  De Película <sup>2</sup>  De Película Clásico  Ritmoson <sup>2</sup>  Telehit <sup>2</sup>  TL Novelas <sup>2</sup>  Unicable

- (1) Según la plataforma, incluye canales regionales del sistema abierto también propiedad del consorcio. Por ejemplo, tal es el caso de XHG Canal 4 de Televisa Guadalajara, que se difunde por Cablevisión y por Sky; o de XHP Canal 3 de Televisa Puebla, que se transmite únicamente por el esquema satelital.
- (2) Dispone de versiones para Latinoamérica; Europa; Estados Unidos y Australia.

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas.

- ii) El servicio debe incluir por lo menos 15 canales de calidad –de moda incluso, para conformar una suscripción que puede cotizarse hasta por 58 dólares al mes.
- iii) El promedio por sesión de los suscriptores estadounidenses oscila entre los 10 y 30 minutos diarios, por lo que el tiempo de batería puede alcanzar para cubrir hasta seis sesiones en igual número de días.
- iv) La terminal puede ofrecerse en paquete que considere su pago a plazos. El 20% del global de usuarios del servicio se ha suscrito con esa modalidad, dedicándole en promedio 20 dólares por mes. De éstos, el 72% liquida por completo la compra en seis meses.
- v) Finalmente, los contenidos de mayor interés para el universo de suscriptores se refieren a entretenimiento – donde se engloba cine; música; modas; deportes; comedia y drama; y a información, con preferencia en las noticias en línea, el escenario internacional y los negocios.

La característica última seguro anima al monopolio en tanto su producción de contenidos justo abarca todos los tópicos señalados. Con esa carta bajo la manga, las modalidades posibles de servicio comprenden las variantes siguientes...

- \* **Paquete básico.** Comprende las señales abiertas y restringidas hasta listar 15 canales de televisión; puede combinarse asimismo con señales de audio. En promedio, con ambas opciones incluso, puede ofrecerse a un precio entre los 10 y 20 dólares mensuales.
- \*\* **Valor agregado.** A un costo entre los 4 y 5 dólares por evento, explota los servicios interactivos y por demanda, que se solventan mediante la comunicación telefónica móvil del suscriptor. Entre los primeros se cuenta la *respuesta e interacción del receptor ante una propuesta específica del programador* –vgr. votación electrónica sobre la selección de un cantante entre un grupo propuesto (SMS: 991 Eduardo; 992 Brenda; etc.)– y asimismo sobre información asociada a un contenido determinado. Por ejemplo: referencia sobre los horarios de transmisión de eventos deportivos, y datos sobre los restaurantes que los difunden y ofrecen precios especiales a quienes concurren. Respecto a los servicios por demanda, suponen la *solicitud del usuario respecto a la programación que se emite, para obtener un contenido adicional*. En este caso se cuentan la descarga de videos de un artista determinado que se presenta en un programa específico; o bien el envío de fotos, entrevistas y grabaciones sobre los artistas de la telenovela que se difunde diariamente.

Como se observa, el nuevo servicio puede explotar los abundantes activos que posee el consorcio. Aprovecha y capitaliza así su amplia experiencia acumulada en el hacer televisivo, y su labor cotidiana para transformar esos materiales en plataformas de entretenimiento, que una y otra vez recrean la misma historia y los mismos prototipos.

El saber hacer del consorcio encuentra entonces otra palanca de desarrollo empresarial, otra área de negocios que sólo renueva la tecnología para difundir los patrones y mensajes de siempre. Y es tal la envergadura de todo lo que puede ofrecer, que el último rasgo distintivo de su propuesta de televisión móvil es el esquema de facturación *all you can eat*, que mediante una tarifa única permite que el suscriptor consuma todo lo que quiera. Con seguridad, el consorcio apuesta a que esta forma de pago sea la dominante en el corto plazo.

Pero la ambición del consorcio no culmina ni finiquita con la comercialización inagotable de su producción simbólica. Conocedor de las indagatorias que buscan la explotación dinámica del espectro y la optimización de la tecnología disponible, sus miras son remontar las prohibiciones de la **Suprema Corte** e insistir en el esquema que lo convierte en operador de servicios de telecomunicaciones. El **Canal 46**, su sistema de televisión restringida, son así únicamente puentes hacia esa frontera, que de paso revive al malogrado Artículo 28 y paradójicamente ahora le otorga el blindaje de la jurisprudencia: para anularlo e impedir el suministro de servicios terceros, bajo el *término genérico de adicionales*, sería necesario revertir las concesiones de más de 80 cableros que han migrado ya a la oferta de ese perfil y hoy la suministran en forma corriente.

La opción de aprovechar la infraestructura espectral para proporcionar servicios adicionales se desprende de las reflexiones del Foro UMTS. *“Si los mercados de los países industrializados y de las naciones atrasadas se caracterizan por su crecimiento, proclama, el potencial para aumentar la penetración del móvil es muy grande también. ¿Cómo dirigirse a estos mercados? En el corto plazo con soluciones optimizadas para GSM con provisión de voz y los servicios de mensajes cortos y de televisión en una provisión asequible. Y en el mediano y largo plazo, con soluciones de cobertura de la red HSPA a costo aceptable y con terminales de calidad y buen precio”<sup>20</sup>.*

El paralelismo entre la propuesta actual y prospectiva que plantea el organismo y la explotación planeada del sistema de televisión restringida del monopolio, encuentra por lo menos dos empalmes y significaciones. De comienzo, resulta indicativo que la solución diseñada para aumentar la penetración del móvil en el corto plazo, justo refiera el esquema que el consorcio busca desarrollar para el arranque de su sistema propio: la transmisión optimizada sobre la red celular de sus socios estratégicos tanto de los contenidos televisivos, como de la respuesta del suscriptor y sus demandas de servicio. Si bien la recepción de la señal puede obtenerse de la emisora de **Cablevisión** de manera directa, la retroalimentación implica por necesidad a la infraestructura móvil y con ella se propicia la penetración anhelada, que habrá de conocer registros superiores.

---

<sup>20</sup> **High Speed Packet Access** (Paquete de acceso a muy alta velocidad). La información sobre las propuestas del UMTS puede obtenerse en su sitio: [www.umts-forum.org](http://www.umts-forum.org).

Más en el planteamiento del **Forum UMTS** para el mediano y largo plazo surge el ensamble mayor que anima las posibilidades de negocio del grupo **Televisa** en la explotación de la nueva banda de frecuencias. Bajo la rúbrica *“Miramos más allá de mañana”*, el UMTS sugiere como asignación muy favorable para conformar la red HSPA, *“la sub-banda armonizada dentro de la banda de TV UHF”*, y en concreto, *“dentro del rango 470-862 MHz”*<sup>21</sup>. Si se atiende a las características técnicas definidas en la concesión otorgada, el monopolio tiene la posibilidad de estructurarla simplemente con la compra de los equipos que la soporten y matriculen, ya que se encuentra en la frecuencia y rango recomendados.

Si bien el mismo **Foro UMTS** señala la necesidad de proseguir las investigaciones para perfeccionar las soluciones de hoy y lograr esquemas más avanzados que reduzcan el costo actual de entrega de la información en la terminal del usuario, el tránsito operativo que recomienda entrará en operación apenas **Televisa** comercialice el nuevo servicio. Y cuando tal evento se produzca, la televisión móvil dará paso a otros esquemas de telecomunicaciones igualmente de avanzada por su caracterización técnica. El *flujo de video de alta calidad y por demanda; descargas rápidas de imágenes de alta resolución y de archivos de datos de gran tamaño; correo electrónico y juegos interactivos; voz móvil básica; video llamada; acceso a Internet móvil y en alta velocidad; comercio móvil; servicios bancarios, de entretenimiento, de educación; e-gobierno...* son aplicaciones previstas para el aprovechamiento de la red con niveles distintos de intensidad de tráfico, pero todas en un ambiente amigable, instantáneo, interactivo. Al conjuntarlas, dice la propaganda, puede ofrecerse la mejor experiencia social en el uso del móvil que, además, podrá cultivarse asimismo en el ambiente *in-door*, esto es para recepción fija y el consumo familiar.

La inscripción del consorcio en los servicios del mañana revive pues las disposiciones que así lo proponían en la *Reforma*, en el Artículo 28 en específico, a partir del uso y la explotación de las frecuencias analógicas y espejo, dedicadas respectivamente a la transmisión de televisión hoy en día, y al proceso de transición hacia el formato digital terrestre. Si bien aquella fórmula podía ser vigente en todo el país, el aprovechamiento de la frecuencia asignada al **Canal 46** es local, para la ciudad capital, y ahí encuentra un ámbito de acción muy distinto, reducido en extremo frente a la holganza de la disposición derogada. Este confinamiento lleva la comercialización del servicio a un terreno no desconocido para el monopolio: como es evidente en las condicionantes técnicas de la concesión, *únicamente se autoriza el envío de una señal de audio y video asociado en el canal definido*. Para aumentar el número de señales, debe mudar los términos de referencia del documento e inscribir *la transmisión de un canal digital, que pudiera entonces integrar y desagregar hasta las 15 señales que se persiguen*. Tal enroque contextualiza el suministro en la negociación política, área donde **Televisa** es pez en el agua. Las alianzas y equilibrios entre los grupos de poder, la balanza de la negociación, intervienen así para determinar el futuro de la televisión móvil justo en los términos que plantea la empresa. La actual **Cofetel**, ¿tendrá la cara dura que se necesita para modificar el título

---

<sup>21</sup> Yves Bellégo. *Preparando el futuro de las comunicaciones móviles*. París, UMTS Forum, 6 de julio de 2007: 37pp.

de concesión después del ejemplo y la lección de la Corte? ¿Rechazará la solicitud y abrirá el espectro a otros participantes, transformando a la empresa en un actor más, sin prebendas discrecionales? ¿Dispondrá del vigor y la capacidad de negociación para desarrollar ambas estrategias? ¿Tendrá otra reacción que hoy no se prevé siquiera? La respuesta posible pasa por reconocer que el monopolio confeccionó a plenitud su estrategia para imponer la *Reforma*, y si perdió de calle con la abolición de sus Artículos substanciales, todavía no se han desmontado todas sus piezas y en consecuencia puede desplazarlas a su antojo. No sería extraño que pronto aparezca su oferta con toda la parafernalia que acostumbra<sup>22</sup>. Después de todo, esas labores son una más de sus especialidades y su uso es costumbre y característica de su actuación pública.

## 2. La redención del 28, parte II: el turno de TV Azteca para imponer rutas y definiciones antes de la reacción legislativa

En las páginas de arranque de su documento de recomendaciones para el desarrollo de los sistemas de televisión digital terrestre (TDT) en el continente americano, la **Comisión Interamericana de Telecomunicaciones** de la **OEA (Organización de los Estados Americanos)**, establece que uno de los objetivos amplios de la radiodifusión en la nueva tecnología es justo el establecimiento de *“nuevos servicios de información e inclusión social”*<sup>23</sup>. Empalmado con la optimización de la calidad técnica de la señal; de la variedad de servicios; la portabilidad; la eficiencia y recuperación del espectro; y el desarrollo industrial y económico, el organismo –no precisamente caracterizado por su enfoque progresista– contextualiza a la tecnología que arriba como un elemento de renovación, de novedad, e inclusive de reemplazo de las fuentes tradicionales y acostumbradas de proveeduría de los contenidos. Esta visión, que puede encontrarse en otros textos y documentos de organismos distintos de influencia regional o incluso planetaria<sup>24</sup>, contrasta con los objetivos que la misma guía dedica a los enfoques nacionales. En la única referencia particular a México que incluye la versión consultada el primer día de agosto de 2007, todos los testimonios considerados se polarizan hacia los beneficios que obtendrá el concesionario, y solo una aislada y tímida mención casi insignificante y no apartada del negocio, se dispensa al receptor del nuevo servicio. Para quien recibe, en efecto, únicamente se le procura el *“generar condiciones para que los receptores y decodificadores de televisión digital sean cada vez más accesibles al consumidor de nuestro país, con objeto de que la sociedad se beneficie de las ventajas que ofrece esta tecnología”*<sup>25</sup>.

<sup>22</sup> Una buena muestra de ello fue la presentación del consorcio en el Seminario “TV móvil: la nueva sinergia de la seducción mediática”, organizado por **Cofetel** en enero de 2008.

<sup>23</sup> Comisión Interamericana de Telecomunicaciones de la Organización de Estados Americanos (CITEL). *Guía de implementación de radiodifusión de televisión terrenal digital*. Washington, CITEL, Octubre de 2005; 10pp.

<sup>24</sup> Ver por ejemplo los trabajos desarrollados sobre el tema por la **OCDE** ([www.ocde.org](http://www.ocde.org)) y el **Banco Mundial**, organismos desde luego involucrados en la preservación del statu quo.

<sup>25</sup> CITEL. Op.Cit.; 20pp.

Escrito por connacionales y requisitado seguramente en las oficinas de la **CIRT** o cuando menos con su aval y beneplácito, el detalle no es menor porque revela con transparencia el eje conceptual que autoridades y concesionarios prescriben para la nueva tecnología aplicable a la televisión y en general a las redes y los servicios de telecomunicaciones: el beneficio único de los poseedores actuales de esos recursos, a quienes *de facto* se concede una explotación vitalicia. Tal era el propósito del Artículo 16 de la *Reforma*, felizmente abortado; ese es el lineamiento para la tecnología TDT, y asimismo para el sistema móvil que se ha descrito anteriormente.

Si bien la derogación de la estructura medular de la *Reforma* fue golpe certero que frenó las formas deseadas para la expansión monopólica de sus promotores, la carencia de una normatividad clara y precisa que si no la conjure por lo menos la contenga, ha configurado un ambiente sin reglas, que en los hechos concretos sólo tiende a beneficiar a los agentes más poderosos. Tal es el entorno donde se gesta y desarrolla el primer movimiento posterior al dictamen de inconstitucionalidad que ha ejecutado **TV Azteca**, tan sosegada durante el proceso de aprobación de la *Reforma* que casi convenció de su desinterés por el mismo. Hoy, sin perder ese tono de lejanía, ajena a la publicidad y de los alegatos llamativos; apenas con una consulta en ventanilla mediante oficios y peticiones institucionales y con una reserva que intenta parecer una actitud primeriza, ingenua casi, insiste en el tránsito de la radiodifusión a las telecomunicaciones a partir de las ventajas ganadas y el consorcio abre brecha con una petición arraigada en la costumbre administrativa y que pretende instalarse en el filo de la normatividad disponible. La *solicitud para suministrar servicios de valor agregado en la plataforma digital de televisión que TV Azteca* ha sometido en abril de 2008, retoma el camino y replantea de nuevo aquella diversificación a partir de una premisa de aparente interés público: la necesidad de impulsar el tránsito hacia el formato digital del sistema nacional de televisión, proceso que en tanto establece el cumplimiento de períodos obligatorios presiona a dinamizar esa evolución concreta para satisfacerlos.

Los motivos de **TV Azteca** efectivamente se desprenden de una situación objetiva. Si se ha establecido que hacia el 2021 la totalidad del equipamiento para recepción en el país deberá estar en posibilidades de captar la señal digital, los desarrollos previos para lograr ese propósito muestran un gran rezago, y con ello se compromete todo el proceso. El primer informe de 2008 del *Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión*<sup>26</sup>, señala y enfatiza esa problemática, cuya solución implica un accionar múltiple ya que involucra factores de muy diversa índole y procedencia. Aunque el documento asienta que la transición se ha llevado a cabo en *“mejores condiciones a las esperadas en cuanto al número de estaciones instaladas respecto a las proyectas en la política...”*, se ha detectado también *“un bajo conocimiento de los beneficios de la televisión digital entre la población, y por lo mismo, las ventas de receptores con sintonizador digital han sido por debajo de lo esperado”*. La misma fuente atribuye a Televisa y a **TV Azteca** la información sobre los niveles de audiencia en las

---

<sup>26</sup> Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión (CCTDR). **Informe 01 / 2008**, Enero de 2008.



transmisiones digitales, que se consideran *prácticamente nulos*. Esta información sirve de base para soportar las conclusiones del informe, que según el decir de los concesionarios pueden expresarse en tres agobios preocupantes: *i)* el bajo poder adquisitivo de la sociedad mexicana, que ha inhibido la compra de receptores habilitados para la sintonía digital; *ii)* el escaso conocimiento de la población nacional respecto a los beneficios que obtendrían con el acceso a la nueva tecnología, que ha bloqueado su expansión generalizada; y, *iii)* en reflejo de ambas situaciones, las bajas ventas de receptores con dispositivo digital, que están lejos de las proyecciones desarrolladas para determinar el 2021 como fecha del apagón analógico. Como complemento de esta limitación, surge una nota que publicó el *Reforma*<sup>27</sup>, la cual detalla información sobre la compañía coreana LG, el fabricante con mayor participación en el mercado nacional de televisores: tan sólo en el 2007, se adquirieron cerca de 2 millones de aparatos receptores tradicionales con tubo de rayos catódicos, cifra que representa el 96% del global vendido. Para el proceso de tránsito, la estadística debiera ser por completo inversa a esa proporción.

Ante el interés de impulsar el proceso, el razonamiento de la televisora resulta evidente: *para avivar la compra de receptores digitales, es necesario establecer incentivos, es decir, que el servicio a obtener por esa vía sea diferente, de mayor atractivo y valor que el proporcionado mediante la propuesta analógica*. De no enriquecer la oferta, ¿qué interés puede suscitarse en la población en general si recibe lo mismo y de manera gratuita por la vía analógica, por el receptor que ya tiene? Así, bajo la propuesta de adicionar otra oferta a la nativa que inserte la diferencia y por ello tenga un rol de estímulo y fomento, *Azteca* recurre a la definición de Objetivos de la radiodifusión digital que ha establecido la OEA y con la coartada de proporcionar nuevos servicios de información solicita el permiso para generar otra alternativa televisiva, a difundirse mediante la plataforma que ya opera y que se constituye como *video por demanda*. El objetivo del requerimiento es entonces el *“aprovechar el ancho de banda afecto a la concesión de TV Azteca, SA de CV a fin de hacer más eficiente el uso del espectro radioeléctrico y promover la convergencia digital mediante la prestación de nuevos servicios”*<sup>28</sup>. El alegato recuerda todo el andamiaje discursivo que se puso a punto para justificar la *Reforma*. De esta manera, se pretende hacer creer que la optimización del espectro es faena técnica que únicamente puede implementarse a partir de la diversificación del concesionario original, quien con ello amplía su negocio en forma natural. El ingreso de otras ofertas, de más proveedores que pueden compartir el espectro y con ello ampliar las alternativas de servicio, simplemente se omite, desaparece. Tal opción fue vetada una y otra vez por los promotores de la *Reforma*, y ahora igual se le relega para instalar un argumento que se pretende exclusivo.

Pero, ¿cuál es la oferta concreta del concesionario? *“Este servicio de VOD* -explica y emplea el acrónimo del inglés, Video on Demand, Video por demanda- *se desplegará comercializando el envío de películas, utilizando*

<sup>27</sup> Lilia Chacón. “Sobreviven ‘teles’ tradicionales”. En *Reforma*, 11 de febrero de 2008.

<sup>28</sup> TV Azteca. *Servicio de Valor Agregado en la plataforma digital de Televisión Azteca SA de CV*. Mimeo, abril de 2008. Todas las citas se toman de esa fuente.

*la red de canales de la Televisión Digital Terrestre (TDT) de Televisión Azteca, sin que ello implique la interrupción parcial o total de la TDT... Los archivos de las películas enviadas por las noches a través de los canales de televisión digital terrestre de TV Azteca, serán recibidas u almacenados (sic) en la caja 'STB' por un tiempo predeterminado, antes de ser borrados y reemplazados por nuevos archivos de películas...*" La descripción precisa el gancho que la empresa lanza para promover el tránsito hacia el formato digital: con ello cumple el programa oficial y de paso, como añadido intrascendente, procede a capitalizar las frecuencias obtenidas mediante el intercambio económico... *"El 'STB' en el domicilio del usuario tendrá dos funciones, explica entonces: como un sintonizador de la televisión digital terrestre (ATSC) que permitirá recibir todas las señales de televisión digital abierta en el televisor analógico... [y]... como receptor de contenido 'VOD' (que) se enviarán codificadas con el estándar MPEG3 a través del mismo ancho de banda de los canales de TDT".*

Como es evidente, la propuesta remite al empaquetamiento de las señales y a la interactividad como condición básica del suministro. Según la lógica de **Azteca**, esta sinergia configura el acicate necesario para promover la transición, ya que con un mismo dispositivo se obtiene la recepción de las señales digitales de televisión abierta, y su servicio VOD. La empresa omite señalar que la comercialización de tales dispositivos forma parte integral de su propuesta: la infraestructura comercial y financiera de **Elektra** entraría en el juego para apoyar una y mil fórmulas de crédito que solventaran la venta de sus cajas STB en el esquema de plazos acostumbrado.

Aunque la solicitud de **TV Azteca** se encuentra todavía bajo análisis y **Cofetel** no ha emitido dictamen alguno, su resolución va más allá de la respuesta que pueda establecer el órgano regulador: su simple planteamiento lleva implícita la consideración de preceptos jurídico-reglamentarios que al generar antecedentes e interpretaciones pueden otorgar jurisprudencia a la decisión final, y con ello legitimar el uso de las frecuencias concesionadas en servicios distintos al de radiodifusión, sin que medie más trámite que la solicitud, como desea el consorcio. En los temas que enseguida se abordan, se aprecia en efecto esa consecuencia. De esta forma son de resaltarse que:

- j) Al desarrollar un planteamiento sustentado en lo establecido por el **Artículo 33** de la **Ley Federal de Telecomunicaciones** – *"para la prestación de servicios de valor agregado bastará su registro ante la Secretaría"*<sup>29</sup>– el suministro deseado queda supeditado a la discrecionalidad de la autoridad respectiva, y con ello se busca dejar de lado el dictamen de la Suprema Corte que anuló el Artículo 28 de la *Reforma*. Ante la carencia de un dictado Legislativo sustituto, el interés privado intenta entonces subsanar el vacío con la interpretación de los arreglos vigentes, y con ello asienta la posibilidad de proporcionar servicios distintos al primigenio sin violentar la norma, con el simple registro ante la autoridad correspondiente. Para el grupo empresarial, ese salto es cosa juzgada y para probarlo y defenderlo echa a andar la retórica de siempre. Así,

---

<sup>29</sup> Poder Ejecutivo Federal. Ley Federal de Telecomunicaciones. En: *Diario Oficial de la Federación*, 11 de abril de 2006.

no duda en apelar a vectores extranacionales para avalar su oferta. Recita pues las consideraciones que la UIT; la OMC y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá han establecido respecto a los servicios de valor agregado. Para la primera organización, dice *Azteca*, “*es un servicio multimedios de consulta interactiva que proporciona acceso a usuarios particulares desde sus hogares o lugares de trabajo, a una videoteca distante constituida por programas de video...*” La OMC es citada por su parte para avalar la figura de registro, “*que responde al espíritu de agilidad y simplificación*”, y el TLC llega incluso a precisarse como una instancia superior, decisoria: según el consorcio al incluir la prestación de servicios de valor agregado entre sus cláusulas, establece un compromiso ineludible para la contraparte mexicana. “*Dicha definición, asegura el monopolio, por estar contenida en un instrumento suscrito por México y ratificado por el Senado de la República, tiene mayor jerarquía que la contenida en la Ley Federal de Telecomunicaciones*”.

- ii) La solicitud de *TV Azteca* infiere que el sistema de radiodifusión digital que mantiene y explota puede asumirse como red pública de telecomunicaciones, en tanto el suministro del servicio propuesto explota esa misma infraestructura bajo tal conceptualización. Al plantear que el uso de un mismo dispositivo técnico, la *caja STB*, puede soportar a los dos sistemas, el servicio de valor agregado queda catalogado como una de las alternativas que proporciona una red pública dedicada a proveer el servicio de televisión restringida, estructura que en efecto dispone de la autorización jurídico-reglamentaria para prestar otros servicios mediante la simple solicitud. No obstante, el caso de *TV Azteca* no es tal y su planteamiento enfrenta un gran escollo: la radiodifusión todavía no es concebida ni catalogada como servicio propio de una red pública de telecomunicaciones, y en consecuencia aquel trueque no es automático. La dotación de las frecuencias espejo se desahogó para la transición del sistema abierto a un nuevo formato, y en ese tránsito no puede perder las características que justo lo definen: en tanto servicio de interés público, es decir, con una vocación gratuita y disponible a la recepción masiva. El tránsito es simplemente un cambio de formato y no de distintivos, y sumar otras aplicaciones transforma al servicio, aunque el consorcio se esfuerce en argumentar que es el mismo.
- iii) Al pretender que su solicitud se juzgue como servicio adicional al televisivo y sin considerar su naturaleza distinta, *TV Azteca* se asume como operador privilegiado de telecomunicaciones: obtiene todas las ventajas y reconoce pocas obligaciones. A su consideración, se impone sin embargo la diferencia esencial entre el consorcio y las empresas que en efecto se constituyeron con aquel perfil y explotan el espectro radioeléctrico: éstas han pagado el derecho de admisión y año con año desquitan su usufructo. *TV Azteca*, en cambio, no implica en su solicitud oferta alguna de pago o de contraprestación económica, y en clara reconquista del Artículo 28 de la *Reforma*, infiere que la adjudicación que posee le otorga el derecho de explotarla como

mejor le convenga. Con la prepotencia que la caracteriza, supone además que sus argumentos son tan contundentes y legítimos que le permiten cerrar su solicitud con una sentencia de pretensión lapidaria: ***“Se estima procedente el ‘Registro’ inmediato de los Servicios de Valor Agregado antes descritos”***, exige en efecto.

La solicitud del grupo se presentó en abril de 2008 y se ratificó en julio del mismo año. El silencio y letargo de Cofetel ha provocado ya que el consorcio eche mano de su actitud de siempre y haya involucrado a las instancias judiciales para dirimir el caso. Según la columna *Capitanes* del 18 de agosto<sup>30</sup>, ha promovido una demanda de amparo para presionar sobre el desahogo de su solicitud, en tanto insiste en considerar que únicamente requiere del registro para implementar el suministro. De forzar la decisión y lograr que le favorezca, la empresa habrá logrado asentar que todas sus solicitudes puedan autorizarse sin que medie otra voluntad que la del órgano regulador. Se entiende ahora toda la parafernalia y conciliación que el duopolio puso a punto para designar a los titulares del organismo: simplemente son el último eslabón que habría de permitirles todo.

C. La contraparte telefónica: también por el aire y a la conquista de todo.

*“Nos alegra poder entregar un producto innovador, como es el triple play inalámbrico, y así ampliar las alternativas con las que cuentan las familias para acceder a servicios de comunicaciones IP y entretenimiento, como es Internet de banda ancha, telefonía y televisión...”* La satisfacción que la declaratoria anterior enfatiza por el debut de los servicios convergentes con soporte inalámbrico, con seguridad no involucra solamente al responsable de la filial chilena del monopolio, titular de la oferta, sino también incluye a la plana mayor del corporativo: ahora, éste podrá aprovechar la nueva plataforma como otra alternativa de servicio para enriquecer su participación en los mercados regionales, todos en donde ya logra presencia. Y el pronóstico puede sostenerse con una segunda afirmación que la apuntala. Dice la empresa: ***“inauguramos una oferta que en términos comerciales es única en el mundo”***<sup>31</sup>. Tal exclusividad bien puede emplearse en Latinoamérica.

La comercialización de la plataforma en Chile sugiere que tal y como el monopolio experimenta en su filial del norte del país, Telnor, ha decidido que la nación andina sea el laboratorio de pruebas para perfeccionar su oferta continental. Ello explicaría la estrategia de servicio que el consorcio ha efectuado en esas coordenadas, que parece

<sup>30</sup> ----- “¿Permiso o Aviso?”. En: Capitanes, *Reforma*, 18 de agosto de 2008.

<sup>31</sup> Ambas citas se toman de: ----- “Telmex llega al mercado del ‘triple pack’ con servicios inalámbricos”. En: *cooperativa.cl*. Disponible en: [http://www.cooperativa.cl/p4\\_noticias/site/artic/20070816/pags/20070816144533.html](http://www.cooperativa.cl/p4_noticias/site/artic/20070816/pags/20070816144533.html) Fecha: 20 de agosto de 2007.

centrarse en la explotación de la tecnología de avanzada. Así, según afirma el monopolio en su informe anual, *“al cierre del 2007, Chile se convirtió en el primer operador de una red integral de telecomunicaciones sobre la plataforma tecnológica de WiMax. Actualmente, esta red cubre al 98% de la población, lo que representa una oportunidad de crecimiento importante para ofrecer paquetes multiservicios a las empresas medianas y pequeñas...[...]. Telmex Chile completó también la tramitación formal y total de la concesión de 3.5 GHz, convirtiéndose en el primer operador WiMax de Chile. [Y asimismo]... Con el propósito de complementar nuestra oferta para el mercado residencial, en el 2007 se adquirió al operador de televisión vía satélite ZAP TV, uno de los operadores de televisión por cable más grandes en el país, que contaba con casi 50 mil clientes conectados...”*<sup>32</sup>

En tanto entidad transnacional, no resulta fuera de lugar el suponer que los enroques chilenos tienen la función tanto de asentar el uso de la nueva tecnología como la de nutrir la experiencia operativa del consorcio, para su expresión en los territorios nacionales que cobijan su desempeño productivo. Tal alternativa se insinúa también en otro acuerdo de negocios que ahora relaciona a la compañía madre de la expansión inalámbrica en el país, Telcel, y una empresa de nueve años que explota ya el servicio de televisión en su formato itinerante, MobiTV. Ambas firmas, según la nota, *“anunciaron el lanzamiento del servicio de televisión mediante tres plataformas: vía celular, tecnología WiFi y mediante plataformas de banda ancha, para toda la región latinoamericana. ‘En la selección de nuestro aliado para suministrar el servicio en América Latina –dijo el máximo funcionario de la empresa- fue importante reconocer a uno de los máximos operadores de la región y a quien argumenta una de las historias de mayor éxito empresarial de los últimos tiempos. A través de América Móvil y su impresionante lista de asociados regionales como Telcel, Claro y CTI, nuestra oferta podrá alcanzar a poco más de la mitad de usuarios latinoamericanos, y eventualmente a los 100 millones de suscriptores que América Móvil mantiene en toda el continente’*<sup>33</sup>

Las andanzas en toda la región latinoamericana y en un amplio rango y universo de servicios, confirman que en su preparación hacia los esquemas de suministro que se avecinan, el consorcio mantiene una gran apertura empresarial que lo mismo censa esfuerzos en el segmento de televisión restringida, que en aquellos de avanzada tecnológica, como el que recién se describe. Este perfil divergente de su estrategia no anula sin embargo la otra cara de la moneda, que desde mediados de la década se hace presente cuando se divulga que la plataforma asociada a las *redes de próxima generación* ya forma parte de los activos del operador monopólico. Desde el 2004 por lo menos, y siguiendo la costumbre que viene a ser hábito, Telmex la oferta aunque no para el entorno nacional. Un comunicado de prensa fechado en agosto de ese año reseña esas correrías en el escenario habitual, la geografía

---

<sup>32</sup> Teléfonos de México. Informe anual de 2007. México, Telmex, abril de 2008:35pp.

<sup>33</sup> ----- “Telcel and MobiTV premiere mobile television in Latin America”. En: *PS Newswire*, 25 de mayo de 2007.

chilena... *“Disponible de Arica a Punta Arenas, dice la nota, la plataforma NGN de Telmex soporta la implantación de redes dinámicas y confiables para telefonía fija; IP, redes inalámbricas; aplicaciones de video on demand; servicios web y muchas otras aplicaciones que aportarán una gran diferencia competitiva para los usuarios empresariales... [...]... Entre sus beneficios más importantes destaca el poder escalar las soluciones de acuerdo al ritmo de los negocios, integrando sucursales, nuevos proveedores y clientes, en forma discreta y sin que ello implique un incremento de los costos de operación o de infraestructura. Asimismo, podrá a través de una sola conexión IP dar conectividad a las aplicaciones de su empresa desde todas sus sucursales, ya sea para voz, datos o video, sin preocuparse de tener un nodo central de comunicaciones que contenga toda la información”<sup>34</sup>.*

A manera de embudo, el ambiente NGN otorga sentido y claridad a todas las compras realizadas. Ya mediante líneas físicas o a través de enlaces inalámbricos; con agendas electrónicas; dispositivos terminales o teléfonos móviles; aprovechando computadoras portátiles o receptores digitales de televisión, el consorcio se encuentra en posibilidades de integrar cada interfase a un solo sistema y perpetuar su dominio porque no habrá red de transporte ni de acceso que pueda desafiarlo. Y como para confirmarlo, valga citar su última faena: no bien debuta septiembre de 2008, anuncia que en sinergia con el grupo **Rock Entertainment** lanzará el servicio de televisión abierta para sus teléfonos celulares de tercera generación, el cual implica una oferta básica de 10 canales que estará disponible para las modalidades de prepago y de contrato. El defecto que los analistas encuentran en la propuesta comercial es representativo: el paquete programático no incluye las señales abiertas de **Televisa**<sup>35</sup>.

D. <b>Epílogo: o de las posibilidades del cambio cifradas en tres tiempos.</b>
--

Convencido de la exactitud de su diagnóstico, la voz de **Noll** se suma a otras tantas que exigen profundizar la liberalización y llegar a sus últimas consecuencias... *“...la industria de las telecomunicaciones de México todavía no ha alcanzado todo su potencial. El monopolio dominante es poderoso en extremo y no ha invertido lo necesario para alcanzar un mayor desarrollo; por su parte, los competidores entrantes han tenido un éxito relativo. Se carece de una regulación efectiva que promueva la competencia y el órgano regulador, Cofetel, desarrolla la regulación de manera opaca, sin transparencia ni claridad y en la secrecía, lo que propicia la existencia de un sistema regulatorio inadecuado, que resuelve las disputas en los tribunales y en otras áreas del Gobierno Federal donde la opinión de Cofetel se pierde... Aunque si bien las inversiones que Telmex realice y el progreso técnico pueden aumentar la penetración de las telecomunicaciones, ambas*

<sup>34</sup> Teléfonos de México. “Telmex primero en lanzar tecnología NGN a todo Chile”. Boletín Informativo del 30 de agosto de 2004.

<sup>35</sup> Angelina Mejía. “Alista Telcel TV móvil a través de su red 3G”. En: *El Universal*, 1º de septiembre de 2008.

*acciones son insuficientes y no se logrará que México sea el líder latinoamericano en el desempeño del sector, cuyo rezago elimina las ventajas naturales que se sustentan en la cercanía geográfica con los Estados Unidos. Para alcanzar el máximo potencia de las telecomunicaciones es necesario que se lleven a cabo reformas en la regulación aplicable que la vuelvan más simple y más efectiva en la promoción de la competencia, mientras se controla el poder de mercado de las empresas líderes...”*

La receta bien recuerda el alegato que en el lejano 2002 lanzó el grupo analista de **Bancomer**, que nutrió las primeras reflexiones sobre el proceso que recién debutaba. Desde entonces, las diatribas que animan, recomiendan, y en ocasiones exigen, la profundización de la política de liberalización parten de considerar que ésta ha adolecido de errores de diseño institucional, los que han impedido el desempeño eficiente de los mercados. Éste, de no haberse obstaculizado, arrojaría sólo resultados benéficos y no tales imperfecciones.

1. El primer nivel: seguir la letra sin desviaciones, letargos ni distingos
---

Aunque la última interpretación es casi inverosímil ante la evidencia empírica que arroja el desarrollo concreto de las TIC en el país, conviene reafirmar su pertinencia simplemente como un primer nivel de una estrategia política encaminada a contrarrestar la enorme concentración monopólica de los actores principales. Ello conduce entonces a una línea de desarrollo inicial en extremo paradójica: para enfrentar la convergencia dura que proponen los dos actores centrales de las TIC, simplemente y de principio sólo deben cumplirse las disposiciones jurídico-reglamentarias vigentes, situación por demás contradictoria porque su satisfacción plena debiera ser consecuencia inmediata de ese ejercicio. En tanto tal desajuste, propio, como se ha sugerido, de la interpretación laxa y sesgada de la Ley, es costumbre y no-excepción, el proponer el cumplimiento exacto de la reglamentación viene a ser una necesidad que progresivamente puede ajustar las asimetrías hoy dominantes mediante el fortalecimiento de los actores secundarios. Si el **Artículo 7º** de la **Ley Federal de Telecomunicaciones** determina como objetivos de la misma el *“fomentar una sana competencia entre los diferentes prestadores de servicios de telecomunicaciones a fin de que éstos se presten con mejores precios, diversidad y calidad en beneficio de los usuarios, y promover una adecuada cobertura social”*, ¿qué acaso su cumplimiento preciso no implicaría eliminar las condiciones de ventaja del monopolio telefónico? La reflexión es adecuada porque las propuestas que la clase política ha sustentado recientemente para reducirlas toman parte del argumento que en efecto proporciona la Ley pero dejan al viento sus premisas más significativas, las más comprometedoras. Así, el ingreso de **Telefónica** al mercado de la telefonía fija como protagonista directo únicamente busca legitimar el objetivo de *promover la competencia*, y deja sin atender los objetivos que complementan el ordenamiento. La *prestación a mejores precios*; la *diversidad y calidad de los servicios* y, sobre todo, la *adecuada cobertura social*, pasan a formar parte del paquete

de beneficios que en automático llegarán con la apertura, y si no se alcanzan será debido al desajuste institucional que se ha aludido. En suma, se abandonan para mejores tiempos. Esta lógica mecánica y simplista que inunda a la legitimación del mercado está lejos de anidarse sólo en la telefonía. Subyace también en el sector de la televisión abierta, donde el arribo de la tercera cadena es presentado como la meta a lograr para romper el duopolio. Esta sugerencia, en extremo reduccionista, es aún más ofensiva porque ha pretendido erigirse como la respuesta al anhelo democratizador que tantas voces lúcidas y analíticas han planteado desde hace mucho tiempo.

*Cumplir la Ley sin interpretaciones ni recovecos* llevaría a establecer bases más completas en el desarrollo de los agentes de las TIC. En el tema telefónico, por ejemplo, levantar la prohibición de limitar la inversión extranjera hasta el 49% del capital social permitiría sin duda el arribo de nuevos protagonistas, que en el papel son el contrapeso del monopolio y su concentración escandalosa. Hasta ahí, la propuesta lleva implícito que el nuevo entrante aproveche la infraestructura instalada, para establecer economías de red sustentadas en la explotación mancomunada de ambos actores. No obstante, para redondear esa intervención y optimizar la voluntad de invertir del recién llegado, ¿no sería recomendable establecer la obligación de instalar infraestructura en regiones sin servicio fijo y en porcentajes significativos respecto a la capacidad instalada por el primer proveedor que estará disponible para el segundo? Si por ejemplo se establece un porcentaje del 30%, cada nuevo agente que llegue al mercado debiera habilitar por lo menos 5 millones 880 mil líneas, en tanto el universo a su alcance mediante los acuerdos de interconexión llega en 2008 a un total de 19 millones 600 mil accesos fijos. Ello evitaría que la firma competidora centrara su expansión únicamente en aquellos lugares donde se concentra la mayor demanda, donde resulta más fácil capitalizar la inversión. Esta clase de requisitos, que con frecuencia tienden a obviarse e incluso a dejarse de lado, apoyaría la ampliación de la cobertura del país y aumentaría substancialmente la infraestructura instalada. Si tales ventajas nacionales pueden lograrse, ¿porqué concebir la intervención de nuevos actores bajo el prisma único de la interconexión? ¿Porqué no animar la instalación de líneas aún en ciudades y regiones ya cubiertas a suficiencia? Sin duda posible, multiplicar los accesos facilita su uso y aprovechamiento. ¿Porqué limitar la intervención de terceros únicamente a la posibilidad de compartir facilidades y no habilitar las propias?

Una lógica similar está implícita en la propuesta para desarrollar una tercera cadena de televisión abierta. Tanto **Televisa** como **TV Azteca** se han conformado como redes nacionales en tanto conjuntan a estaciones locales, que difunden la programación de la matriz de origen. Incluso, para fines publicitarios, esas radiodifusoras cada vez dedican mayor tiempo de transmisión a anunciantes radicados en su zona de influencia, tema que ya remite a la importancia económica de los proveedores locales de bienes de consumo y de servicios. Por necesidad, la tercera cadena se integraría mediante el mismo procedimiento, lo que supone que en el interior del país existe la capacidad para asignar el espectro radioeléctrico suficiente para la explotación de áreas geográficas específicas. Si tal premisa es afortunada, ¿por qué no agotar el espectro y fundamentar el desarrollo de proveedores locales, aquellos que



puedan expresar la diversidad cultural originaria de nuestro país? ¿Qué obliga a concebir y diseñar las alternativas al duopolio únicamente bajo un parámetro nacional? ¿Qué tanto esa propuesta se nutre de las ambiciones de la estadounidense **NBC** por penetrar el mercado en esa escala completa? ¿Qué apremia a repetir la fórmula? Al igual que en el segmento telefónico, la multiplicación de la oferta anuncia por lo menos el enriquecimiento posible del medio. Y con ello, de paso, asimismo se cumple la Ley.

Aplicar los principios de interés público que postula y contiene el marco regulatorio es tarea urgente. ¿Cómo no calificarla de ese modo si la sucesión de beneficios y prebendas sigue su curso? ¿Por qué no establecer esa premisa cuando se entrega la plataforma de la *televisión móvil* a la misma empresa que monopoliza las concesiones abiertas, quien alcanza al 42% de los suscriptores del cable e inunda con sus mensajes a 20 millones de usuarios móviles? Más que ningún otro argumento, esta nueva cesión de los bienes públicos, este traspaso que se desea hacer pasar como acto inocente, neutro, sólo de eficacia administrativa y respuesta a la industria, reafirma la entronización de la voluntad política como el vértice del desarrollo nacional de los servicios y sistemas. Tal y como se otorgó discrecionalmente la concesión del **Canal 46** que hoy anuncia su potencial rentable, bien pudo –y puede quizá– abrirse ese dictamen unilateral y procurar la presencia de otros actores de la producción simbólica que equilibren la oferta y el suministro. ¿No es suficiente ya que el discurso de **Televisa** se difunda en tres plataformas? ¿Por qué una cuarta para transmitir lo mismo? Se entiende la satisfacción que la empresa puede tener por lo propio, pero ¿por qué convertir ese orgullo en cruzada nacional, en mensaje transfronterizas todavía? ¿Es que acaso la expresión de todos los mexicanos es el baile mecánico y apenas armonioso de tantos títeres de permanencia efímera, cada vez más fugaz? ¿Nuestra literatura se ciñe y reduce a los diálogos melosos del drama telenoveler, plagado de lugares comunes para asegurar la audiencia? Y más aún, ¿cómo minimizar el intercambio con el receptor a la simple consulta y entrega de información sobre temas idénticos, banales casi todos, unánimemente repetidos bajo mil prismas y enfoques, y cuyo único reto creativo es el repetirse, el decir lo mismo con otras palabras?

La entrega sin recato alguno de los recursos públicos de la información –¿cómo olvidar que la infraestructura básica de la telefónica monopólica pertenecía al Estado?– torna en indispensable el apelar al cumplimiento de las Leyes y Decretos. De lograrse en efecto esa aplicación exacta pudieran abrirse otras rutas de participación embrionarias de un sistema más justo, simplemente equilibrado, acorde con los resultados de la última elección federal: dos tercios del electorado no avalaron la propuesta hoy en gobierno. Tal diversidad evidente no se expresa en los medios, y acaso únicamente la prensa en ocasiones la recoge para transformarla en plataforma de propaganda partidista.

2. El segundo nivel:  
hacia una integración más allá de la propuesta tecnológica.

El acceso a las plataformas disponibles de las TIC rebasa sin embargo la compartición del mercado entre agentes empresariales e instala un segundo nivel en la estrategia política dedicada a enfrentar a la convergencia dura. Si bien 18 años de insistir en la creación de condiciones para proteger y amparar al mercado sin resultados suficientes, nutren la necesidad de buscar un mayor equilibrio con los elementos ya disponibles, también hacen evidente la necesidad de renovar en paralelo la óptica con la que se juzga la evolución nacional de las TIC. Mientras en cada sexenio se han programado metas distintas para integrar a todo el país a los servicios disponibles, la oferta se ha concentrado en monopolios cerrados, cuyo desempeño en la voracidad y prepotencia es ya norma corriente. Si bien los acuerdos entre **Televisa** y otros proveedores para transmitir los contenidos del monopolio en las redes locales de los segundos, parece indicar que la **Comisión de Competencia** al menos puede integrar en la agenda esa posibilidad para alternar con el corporativo, en los enfrentamientos por venir no es imposible que resurja la rudeza acostumbrada y se cierren de tajo las alternativas, sobre todo si la competencia se incrementa. De hecho, la propuesta que ha hecho el consorcio para acceder a proporcionar sus contenidos no escapa de su lógica dura: límites en el número de suscriptores posibles –condicionante claramente encaminada a eliminar a **Telmex** de la misma-, y oferta en paquete, donde justo se combinan sus señales abiertas con el conjunto de canales que se anuncian como los iniciales para el servicio de televisión móvil. El consorcio, así, ha trabajado para conformar todo el sistema y no ha dejado hilos sueltos. Y con tal ventaja no requiere negociar. Habrá de hacerlo únicamente si con ello gana más de lo que pierde, o si se le obliga a ello. La **Suprema Corte** enseñó que la segunda opción no es imposible y puede concretarse, pero habrá que ver si de lo que están hechos los ministros, confecciona también a otros funcionarios públicos.

La propuesta convergente no es más que la forma de capitalizar las infraestructuras respectivas mediante la digitalización de la señal y el suministro de mayores servicios, distintos a la vocación original de cada red. Ese intercambio cifrado que incluye cada vez a más aplicaciones y servicios no habrá de desaparecer pero puede ser la base para estructurar una regulación que norme el comportamiento de las entidades privadas que concurren en el escenario de servicio. Ante el avance tecnológico que flexibiliza las estructuras de prestación y diversifica la demanda de contenidos mediante el aumento cuantitativo de los accesos, la posesión de la red habrá de perder significado si se garantiza la neutralidad de su desempeño posible. Abrigar a todos los proveedores, nutrir la primera capa de la infraestructura de próxima generación con aplicaciones y contenidos disponibles para todos, garantizar un tratamiento igualitario para todas las señales incluidas, solo podrá lograrse con reglas precisas que de comienzo reconozcan la nueva fisonomía de las redes, comprendan y desagreguen su modo de operación, y garanticen su apertura y neutralidad, para albergar a todos los que lo soliciten. Bajo tal cobertura, el observar las propuestas del

**Canal 6 de Julio** en el horario estrella del **Canal 2** demandaría solamente un acuerdo comercial preciso y obligatorio, de compromiso claro entre las partes. Este trueque comercial seguro despierta entusiasmos en el grupo que encabeza a la **Comisión de Competencia**. Concretaría uno de los pares, el *must carry*<sup>36</sup>, de la fórmula que los proveedores deseosos de distribuir sus ofertas programáticas entronizan como su derecho convergente. El *must offer* lo complementa y ambos esquemas son evocados como etapas obligadas del acceso irrestricto y la no-discriminación entre operadores. Sin embargo, lo que poseedores de redes y ofertantes de contenidos no enfatizan ni mencionan siquiera es la tercera acepción del conjunto: el *must list*, que asimismo determina la *obligación de incluir en redes y en paquetes de programación aquellas señales definidas de interés público por el Estado*, por lo que se mantienen fuera de cualquier fórmula comercial. Esta obligación, diseñada por la **OCDE**<sup>37</sup> y por lo mismo sin relación con enfoques fundamentalistas, frecuentemente es relegada porque no implica intercambio alguno y si obligaciones a cumplir por los operadores. Únicamente por ello debiera alertar sobre su importancia en una política de Estado.

De igual forma, en el extremo opuesto y final, la necesidad de regular los accesos surge sobre todo por la alta centralización numérica que han alcanzado y todavía desean incrementar los mismos monopolios. Como se sabe, **Telmex** copa la infraestructura telefónica fija casi con la totalidad del parque instalado y de igual forma la móvil, donde el 70% de los teléfonos celulares son de su marca y operación. El enganche que pretende en la opción Wimax aumentaría ese potencial y repetiría la historia: los demás operadores en retaguardia y únicamente buscando arrebatarle puntos mientras desgastan sus activos. Por su parte, el monopolio televisivo mantiene exclusividad en televisión restringida vía satélite y busca reproducirla en las estructuras cableadas, donde ya inició la escalada para conseguirlo. Si a tales plataformas se suma lo que la tecnología traiga para la explotación mancomunada de sus frecuencias analógicas y digitales, la suma de activos será igualmente impresionante. Este escenario no es futuro ni predicción exagerada: está a la vuelta de la esquina su concreción material y no es posible que sus anuncios se ignoren o minimicen.

Si el concepto de acceso ya no permitirá segmentaciones ni especialidades –será lo mismo la conexión celular que la lograda mediante una palm; por la conexión al cable, o mediante la línea fija– ¿no es tiempo ya de iniciar la regulación también sin parcelas tecnológicas y considerando sólo la unidad del acceso? La identificación de mercados que se sustenta en las leyes de competencia impiden hoy que se juzgue a la empresa, y la métrica para valorar concentraciones es el mercado. Ello ha permitido que al monopolio se le finquen condiciones en televisión por

---

<sup>36</sup> El *must carry* se entiende como la obligación de las redes de conducir cualquier contenido solicitado. El *must offer* plantea la situación complementaria: que todos los contenidos deben estar disponibles para cualquier red.

<sup>37</sup> Cfr. OCDE. Grupo de Trabajo sobre las Políticas en materia de Telecomunicaciones y de Servicios de Información. *Considérations générales sur la distribution de contenu audiovisuel dans un contexte multiplateforme*. París, OCDE (Documento DSTI/ICCP/TISP(2006)3/FINAL). 12 de enero de 2007.

cable, pero a la misma empresa todo se le permite en el mismo servicio vía satélite y en la televisión bajo formato digital. ¿Cuándo entonces modificar la perspectiva de análisis? ¿En qué tiempo plantear lo que la tecnología ya sugiere? Si el indicador básico serán los accesos, no más concentración en esa variable, provenga de donde provenga.

Modificar la base de sustentación del esfuerzo regulatorio es principio además de la segunda gran tarea de reglamentación que es indispensable en el corto plazo. La reflexión inicial que la **AMEDI (Asociación Mexicana de Derecho a la Información)** ofreció al presentar su propuesta en el seno del Grupo Plural<sup>38</sup>, claramente establece el entorno que la estrategia política alternativa debe impulsar para configurarse como política pública. *“La revisión de la legislación para las telecomunicaciones y la radiodifusión, dijo AMEDI entonces, tiene que estar orientada por la búsqueda de un auténtico proyecto de sociedad de la información para este país...”*<sup>39</sup> Contextualizar la legislación en un entorno mayor, incluyente y total, no hace sino reconocer la amplitud, trascendencia e impactos que tiene ya la implantación del modo de producción intangible y de las TIC como su sector insignia. Al reconocer la matriz de su propuesta, la afirmación de la Asociación remite a considerar un amplio abanico de temas y asuntos que la misma ideología dominante hace de lado justo para imponer su propio proyecto de desarrollo y de implantación de las TIC. Al considerar esa imposición surge de nueva cuenta **Televisa**, cuyo involucramiento en el llamado hogar digital justamente ejemplifica esa voluntad de impulsar las TIC únicamente en su perfil duro. El proyecto del consorcio corre paralelo a otra gran argucia discursiva implementada por la UIT con motivo de la celebración de la segunda fase de la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*, oficiada en Túnez en noviembre de 2005. En esa oportunidad, una de las tantas sesiones de promoción de productos se dedicó en efecto a presentar el último concepto tecnológico, la vanguardia en los esquemas de comunicación, que de un solo golpe añadía nuevos adjetivos al tema mismo del evento: a partir de aquel 17 de noviembre, la sociedad de la información (SI) contaría con un avance central y superior para manufacturarse y reproducirse con mayor facilidad: el *Internet de las cosas*. El impacto pleno del adelanto se explica con claridad en la nota periodística que reseñó el hallazgo. Así, éste encuentra una expresión cotidiana, práctica y comprensible...

*“Los usuarios humanos de Internet pronto serán superados en número por los miles de millones de objetos que se pueden conectar: desde zapatos hasta rasuradoras y refrigeradores, se asegura en un reporte. Este brillante futuro conectado, como lo prevé la UIT, se vuelve posible por los rápidos desarrollos tecnológicos que introducen el poder del cómputo a dispositivos de la vida cotidiana, como el empaque, que les permite conectarse a la red de redes vía etiquetas electrónicas y*

---

<sup>38</sup> Cfr. Nota 3.

<sup>39</sup> AMEDI. *Propuestas Legislativas en Telecomunicaciones y Radiodifusión. Presentación ante el Grupo Plural del Senado de la República*. 7 de noviembre de 2007. Disponible en: [http://www.senado.gob.mx/telecom\\_radiodifusion/content/sesiones\\_trabajo/docs/AMEDI.pdf](http://www.senado.gob.mx/telecom_radiodifusion/content/sesiones_trabajo/docs/AMEDI.pdf) Fecha: 9 de noviembre de 2007.

*sensores... 'Nos acercamos a una 'sociedad conectada y ubicua en la que las redes y los dispositivos conectados son omnipresentes'; dice la agencia de las Naciones Unidas para las telecomunicaciones en el reporte The internet of things, liberado en el marco de la Cumbre de la Sociedad de la Información...'*<sup>40</sup>

Aunque con frecuencia las crónicas e informes como los que anteceden se perciben como situaciones aún lejanas, sin vínculo ni acoplamiento con la realidad nacional, en el caso del *Internet de las cosas* parece que su vigencia en nuestro medio es más cercana de lo que podía preverse. El seguimiento puntual de los trajines empresariales de **Televisa** arroja las evidencias que se acoplan a ese devenir, y el anuncio del convenio entre el corporativo e **Intel**, establece tal paralelismo y hace que su presentación casi corra en paralelo a las premisas que pintaron la difusión del proyecto *de las cosas* en la *Cumbre Mundial...* *"Con el propósito de estimular la velocidad de adopción de hardware, software y servicios en los hogares y a través de estos acceder a contenidos digitales (audio, video, fotos) de manera sencilla y legal, ambas compañías firmaron un convenio* –se informa; para enseguida precisar lo que se habla. *La visión de Hogar Digital de Intel consiste en la interoperabilidad de dispositivos instalados en casa, capaces de compartir contenido digital a través de una red alámbrica o inalámbrica, todo esto basado en un centro de entretenimiento como la PC y con el fin de mejorar la forma de esparcimiento y aprendizaje. En ese sentido, se busca que el usuario pueda acceder dentro o fuera del hogar, a los diferentes contenidos por medio de Internet o aparatos como TV plasma, reproductor MP3, DVD, entre otros...*"<sup>41</sup>

El paralelismo en perspectivas y ambiciones remite pues al mismo ideario, a igual frontera de crecimiento y desarrollo de las plataformas de comunicación que cada cual propone y que remite a la atomización de la tecnología respecto a las condiciones materiales que le dieron origen. El *Internet de las cosas* y el *Hogar digital* no deben percibirse entonces como apéndices o agregados. Su lógica es aportar otra estructura más a la **SI**, modelo que a partir de los setentas se define en dos frentes concretos: *i) por la búsqueda permanente de esquemas que eleven la productividad en la esfera de la producción, para generar mercancías más competitivas; y, ii) por crear y fortalecer nuevos mercados para esos bienes y para nuevos servicios, en primer lugar de información, y en tal categoría, de entretenimiento.* La **SI** viene a argumentar pues la reestructuración económica del modo productivo, que en aquellos países de mayor desarrollo tanto ha generado y renueva constantemente a las *TIC en tanto sector económico de punta*, como las aprovecha como *recurso de productividad para y en el resto del conjunto productivo*, proceso que se ha llevado a cabo no sin fricciones ni altibajos. De forma no tan inocente ni desinteresada, este anclaje material queda fuera de las descripciones anotadas, y a su consideración parcializada, aislada de su contexto y raíz histórico-material, debe oponerse el ejercicio contrario, integrador, que promueva una política pública acorde con todas las

<sup>40</sup> Cfr. ----- "Los objetos se apoderan de Internet". En: *El Universal*, 18 de noviembre de 2005.

<sup>41</sup> ----- "*Intel y Televisa en pro del hogar digital*". Disponible en: [www.esemanal.com.mx/articulos.php?id\\_sec=2&id\\_art=2216](http://www.esemanal.com.mx/articulos.php?id_sec=2&id_art=2216). Fecha de consulta: 3 de diciembre de 2005.

manifestaciones productivas de las TIC, esto es, como instrumentos duros, para la comunicación física y lógica, y a la vez en tanto entorno de desarrollo de los procesos comunicativos que se implican en el capitalismo inmaterial, y que intencionalmente se marginan por el potencial creativo que implican y cuya puesta en escena puede subvertir el orden parcializado de la comunicación dura.

Para presentar las bases de un enfoque integral de la política pública aplicada al conjunto de las TIC puede recurrirse al esfuerzo de sistematización que en el marco de su proyecto sobre la **Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe**<sup>42</sup> lleva a cabo la **Cepal (Comisión Económica para América Latina)** desde el 2005. En el apartado dedicado a *Medición e Indicadores* del área temática de *Instrumentos de Política*, el organismo ha establecido en efecto categorías de análisis cuya articulación demuestra la complejidad de abarcar la caracterización completa de las TIC. El interés de la **Cepal** es precisar el grado de desarrollo que se alcanza en cada uno de los conceptos considerados, para al evaluarlos en conjunto determinar el estado que guarda el sector en un país dado. Aunque el ejercicio claramente establece un modelo ideal comparativo y por ende califica cada situación con mecanicismo, se ha juzgado procedente adecuar su estructura como guía primaria para sistematizar todo el conjunto de proyectos e iniciativas que pueblan el entorno nacional, y que representan intereses diversos. De esta forma, enseguida se presentan los indicadores seleccionados y una reflexión muy preliminar de la situación que guardan en México. En su conjunto, el ejercicio ilustra el tipo de análisis y de evaluación que con urgencia se requiere para estructurar un planteamiento completo sobre políticas públicas para el entorno comunicativo de hoy.

## 1. Acceso e inclusión digital.

Se compone de siete grupos de indicadores, todos dedicados al registro de facilidades de las TIC con una vocación diversa. Comprende:

### a. *Infraestructura.*

Como se ha insistido, representa la perspectiva de análisis que ha logrado el mayor desarrollo, en tanto se sustenta en la estadística dura, la instalación cuantitativa de facilidades. Pese a la extensión lograda y la diversificación de servicios, persisten las insuficiencias. Uno de los últimos reportes que se conocieron sobre ese tema fue el estudio de **Pyramid Research** referido al aprovechamiento de los servicios de telecomunicaciones en el país. Con base en la **Encuesta Nacional de Ingresos** del 2006 del **INEGI**, algunas de las conclusiones que la consultora estableció vienen a ser dignas de Perogrullo: *“la penetración de los servicios de telecomunicaciones presenta un*

---

<sup>42</sup> Ver el sitio dedicado en <http://www.eclac.org/socinfo/acerca/programa/>. La estructura se toma de: Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. *Monitoreo del eLAC2007: avances y estado actual del desarrollo de las Sociedades de la Información en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, Cepal, Agosto de 2007.

*diferencial importante en las áreas rurales al respecto de las áreas urbanas*<sup>43</sup>, se afirma por ejemplo en la primera obviedad. Estas diferencias no únicamente se sostienen en la distribución desigual de la renta que cada conjunto logra, sino también en la extensión de la cobertura de servicios y la frontera de eficiencia que cada tecnología alcanza respecto a su implementación en una u otra zona. Así, la llamada *brecha de mercado*<sup>44</sup> llega hasta 7 millones de hogares en el caso de la telefonía del par de cobre, y de 5 millones para la telefonía inalámbrica. Asimismo, en la designada *brecha de acceso*, la *desigualdad entre las regiones rurales y urbanas se polariza porque en las primeras se presenta tanto la discriminación económica como la correspondiente a cobertura*. De esta forma, el abatimiento de ambas brechas implica acciones de carácter tecnológico –para explotar tecnologías que optimicen la frontera de eficiencia- y también de perfil económico que remiten al ámbito social. Así pues, el mercado no soluciona por sí mismo la cobertura de servicios.

**b. Centros comunitarios.**

Se consideran la respuesta a la brecha digital, y en el caso de México la referencia al programa e-México es inevitable. Para precisar su situación en la actualidad, conviene reproducir el comentario editorial que la revista **Política Digital** forjó a tiempo de presentar la iniciativa que habrá de desplazarlo, y en la cual desde luego se nuclea el interés de quienes editan la publicación...

*“Las Redes Estatales de Educación, Salud y Gobierno (REESG) es una política pública de banda ancha que, claramente, descontinúa la estrategia de conectividad que implantó el Sistema Nacional e-México durante la pasada administración. Ahora el foco estará puesto en Wimax, por lo que varios miles de Centros Comunitarios Digitales recibirán una inyección de banda ancha que volverá obsoleta la conexión satelital que tienen. Esta política ‘pinta’, obviamente, mejor que la anterior. ¿Significa eso que la anterior fue un desperdicio, un dispendio del erario público? No necesariamente, porque las conexiones satelitales desplazarán hacia recintos gubernamentales educativos y de salud que no alcanzan a ser cubiertas por la nueva tecnología. Aunque el modelo anterior habrá de llegar, inexorablemente, a su fin*<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Pyramid Research. *Estudio de acceso y utilización de las telecomunicaciones en México*. Mimeo, 28 de enero de 2008.

<sup>44</sup> Según el estudio de referencia, “brecha de mercado se define como la diferencia entre el número de hogares con servicio actualmente y la frontera de eficiencia” (Esto es, hasta donde es rentable utilizar cada tecnología). Por su parte, “brecha de acceso comprende la diferencia entre la frontera de eficiencia y el total del mercado potencial. Dentro de la brecha de acceso podemos distinguir dos componentes: por un lado, los usuarios que no pueden acceder a los servicios por no disponer de cobertura, que constituye la componente geográfica de la brecha de acceso...[y]... por otro lado, los usuarios que, disponiendo de cobertura de servicios de telecomunicación, no pueden acceder a los mismos por falta de suficiente poder adquisitivo. Esto constituye la componente de asequibilidad de la brecha de acceso”.

<sup>45</sup> Andrés Hofmann. Editorial: todo pasa y todo queda. En: *Política Digital*, Año 7, Número 15; Agosto-Septiembre de 2008:2pp.

La argumentación reproduce la promesa que cada Administración Federal ha puesto a punto para legitimar su actuación. Así, siempre bajo la premisa del remedio absoluto, en 1990 se ejecuta la privatización de **Telmex** y se permite la prestación privada de la telefonía celular, cuyo propósito sería ampliar la cobertura de servicios al máximo posible. Esa misma premisa anima en 1994 la promulgación de la **Ley Federal de Telecomunicaciones**, que privatiza el espectro radioeléctrico y hace de la concesión el instrumento privilegiado para estructurar la participación privada en el suministro. El cambio de siglo trae la implantación de los centros comunitarios, y ocho años después su esquema operativo pierde funcionalidad y se califica de obsoleto. Si como se anuncia las redes en construcción habrán de reemplazar al programa, la pregunta a flor de piel gira en torno a la pertinencia tecnológica de las nuevas plataformas. ¿Qué vigencia tendrán a lo largo del tiempo? El esfuerzo y recursos que demanden, ¿asegurarán la cobertura total que una y otra vez se ha prometido? El desarrollo concreto que presenten y la funcionalidad que aseguren dará la respuesta. Y también develará si la nueva oferta es al fin creíble y verdadera.

*c. Escuelas y bibliotecas en línea.*

El nuevo proyecto que la Administración Federal impulsa, las llamadas *Redes Estatales de Educación, Salud y Gobierno (REESG)* se propone enlazar mediante banda ancha a todas las escuelas públicas, y aprovechar para ello las infraestructuras que han instalado las universidades estatales y el transporte cedido tanto por dos empresas privadas a la implementación de las facilidades de Internet 2.0, como por la red de la Comisión Federal de Electricidad, que vendría a ser la espina dorsal para la conducción del tráfico entre nodos regionales. Sin embargo, esa ambición corre en paralelo a otro hecho que devela la fragmentación de proyectos e incongruencia entre ellos que ha puntualizado: la reducción permanente de los recursos presupuestales a las mismas universidades públicas, que compromete el ejercicio de sus funciones sustantivas. ¿Para qué estructurar redes si la instancia educativa no puede desarrollarse? Pocos casos argumentan con tanta claridad la desintegración de iniciativas y el perfil coyuntural que define a no pocas de ellas.

*d. Centros de salud en línea.*

Por igual en esta área se pronostican avances de importancia. A partir de conjuntar las infraestructuras de las TIC existentes a escala estatal con esa vocación, se propone generar un *expediente clínico electrónico nacional* que facilite el registro de cada paciente, su atención personalizada y el seguimiento de su evolución y progreso. El proyecto se define por la complementariedad que pueda lograrse entre las instancias involucradas, y por lo mismo para concretarse depende de la voluntad de los funcionarios responsables en cada protagonista regional, estatal e inclusive a nivel municipal. Aunque todas pertenezcan al sector salud, es claro que esa disposición puede variar y en algunos casos transformarse más en obstáculo que en impulso o estímulo a la iniciativa. Y esta posibilidad no es lejana en tanto detrás de cada clínica y hospital que ha automatizado parte de su operación se encuentra el proveedor de soluciones que busca imponer la propia sobre las otras.



*e. Trabajo.*

Es un tema por completo ausente de la agenda estatal, por lo que la implantación de las TIC ha servido para resolver el enfrentamiento entre capital y trabajo siempre con ventaja para el primer factor. Registros de ello se aprecian hasta en la operación de los estacionamientos de paga, donde el cobro del servicio se realiza ya de manera automatizada y con ello se ha desplazado al personal que en caja desarrollaba la función. Este ejemplo ilustra la voluntad de los promotores, y la ausencia de cualquier política pública que prevea el impacto de las TIC en el empleo. No obstante ese vacío, la actuación del gobierno no ha dejado de manifestarse y es manifiesta: con base en la premisa de impulsar la competitividad, se promueve el uso de la tecnología y se dejan de lado sus impactos en la clase trabajadora. Con tales evidencias, urge el planteamiento de iniciativas que cuestionen esa mecánica y postulen objetivos distintos.

*f. Gobiernos locales.*

Como en otros temas y asuntos, la voluntad de recurrir a las TIC ha sido aleatoria. Lo mismo se cuenta la proclama del Gobierno del Estado de Nuevo León -que declara haber conformado la primera ciudad del conocimiento del país con base en la puesta en marcha de un programa estatal para la instalación de clusters dedicados a la nueva tecnología-, que la publicidad insistente de la administración chiapaneca, misma que en el sexenio 2000-2006 dedicó amplios recursos para llevar a cabo la sistematización informática de todos los trámites de gobierno, y con ello logró el liderazgo nacional en un campo no claramente definido. En tanto esta labor está sujeta a la disponibilidad de recursos presupuestales y a las políticas impuestas para ejercerlos, su desarrollo es asimétrico en todo el país.

*g. Tecnologías alternativas.*

En tanto la visión prospectiva no es una fortaleza habitual de la instancia estatal, no se cuenta con lineamientos claros que regulen la explotación y uso de nuevas tecnologías. Ejemplo de ello es el despliegue de la siembra de productos transgénicos, que por ejemplo en Chihuahua ha encontrado un ambiente muy propicio. Es asunto ausente de la política pública y por lo mismo se sujeta a intereses de todo tipo, como los que se manifiestan en el caso apuntado.

**2. Creación de capacidades.**

Representa el campo creativo de las TIC, aquel que se pone en marcha para provocar su desarrollo funcional y operativo. Incluye por tanto lo mismo la infraestructura física y humana dedicada a la indagatoria científica, tecnológica y para la innovación, como el diseño de aplicaciones propias y la *tropicalización* de aquellas provenientes del exterior. En cuanto a educación, comprende por igual el censo de los planes y programas de formación

especializada, su nivel y estado, y las iniciativas para entrenar al recurso humano en el manejo instrumental de la tecnología y sus accesorios. Considera pues...

*h. Desarrollo de software.*

Actividad ya industrial, se somete a la división internacional del trabajo, lo que implica el desarrollo de una tarea productiva específica, intermedia casi siempre respecto a los grandes programas de concepción y diseño que llevan a cabo los fabricantes internacionales, con **Microsoft** a la cabeza. Justo esta empresa certifica las capacidades nacionales humanas y de infraestructura en aquellos proyectos que patrocina, lo que ha derivado en generar plataformas locales que aprovechan los recursos humanos presentes en la región para conformarse. En esta actividad se ha nucleado la intervención de los gobiernos estatales, por lo que se cuentan ya no pocos ejemplos nacionales en esta vertiente, que han venido a sumarse al cluster de Jalisco, pionero desde los ochentas. Una progresión sustantiva de estas iniciativas es su evidente desarrollo hacia proyectos integrales, completos y con perspectiva de mercado, que al culminar traigan un beneficio mayor, más profundo y estructural, para sus participantes, para las regiones donde se radican, y en general para la economía y la formación de nuestro país.

*i. Capacitación, habilidades y entrenamiento.*

La amplitud y complejidad del tema hace imprescindible el censo de las iniciativas en operación, el diagnóstico sobre sus objetivos, contenidos e impactos y la propuesta para llevar a cabo otros esfuerzos que complementen y enriquezcan lo detectado. En tanto es evidente que la tecnología actual presenta una dinámica muy acelerada de evolución, resulta claro que las acciones y tareas que concretan estos temas deben ser permanentes y asimismo renovarse al tiempo que las **TIC** evolucionan.

Un tema a resaltar es el especial cuidado que demanda el diseño de aplicaciones para educación. La referencia al caso de **Enciclomedia** es inevitable, aunque como ha sido evidente su vigencia fue sexenal y ahora ha perdido impulso y significado. Lo trascendente de esta actividad es el desarrollo creativo que fomenta y cultiva en los creadores de la aplicación, por lo cual su impacto se torna relativo si, como en el caso de la creación señalada, únicamente se busca imponerla a partir de un diseño vertical y de una decisión autoritaria e interesada de gobierno. La participación social, imprescindible porque a la sociedad se dirige, no puede desdeñarse de esa forma.

*j. Redes de investigación y educación.*

El proyecto de conectividad que se ha mencionado en el apartado "b" tendrá un gran efecto en este rubro, propiciando el crecimiento de la capacidad ya instalada y la creación de nuevas plataformas de suministro. En tanto la iniciativa gubernamental combina la participación de empresas privadas y entidades estatales, es menester

conservar la vocación de servicio público que por lo menos de inicio se reconoce en los propósitos originales de estas acciones. Preservar ese perfil; evitar que las estructuras creadas únicamente sirvan para integrar a la población receptora al circuito de circulación y consumo de los bienes intangibles; aprovecharlas como vehículo de aplicaciones forjadas en la comunidad para su propio beneficio, son tareas básicas y prioritarias para sustentar el desarrollo en las condicionantes actuales.

#### ***k. Ciencia, tecnología e innovación.***

El atraso de estas actividades, su permanente abandono financiero y presupuestal; la deficiente articulación entre academia e industria, y las facilidades impositivas para importar tecnologías y ni siquiera promover su tropicalización, son algunos de los distintivos que contribuyen a definir el entorno de las tres actividades. Ese rezago es aún más lacerante porque se ha denunciado con insistencia, lo que sólo revela el desinterés de la sociedad toda por revitalizarlas y corregir el rumbo dominante. Los trabajos para desarrollar esta tríada, hoy por demás estratégicos para lograr el crecimiento humano y económico, son además de urgentes, obligados para superar el atraso.

#### ***l. Empresas creativas y de contenidos.***

Como en el caso del software, en esta área de servicios se ha impuesto la óptica de subordinar su desarrollo a las matrices impuestas por el mercado y sus agentes más destacados. En este rubro se clasifican las industrias culturales, cuyo diagnóstico en México es desalentador en buena parte de ellas. Y basta considerar la edición de publicaciones para confirmar esa postración. Encontrar esquemas de promoción que impulsen su desarrollo tiene además una arista de interés para las finanzas nacionales. Como alertó el único estudio realizado sobre el perfil económico de la actividad<sup>46</sup>, *“los resultados han sido reveladores aún para nosotros –dicen los autores con gran honestidad, si bien teníamos indicios de que la cultura era un importante generador de riqueza, jamás imaginamos que el trabajo creativo fuera a conformar 6.7 por ciento del PIB y menos aún el 7.3 por ciento, si se incluye el efecto de la contribución estimada de la comunicación pública”*. La perspectiva económica que se agrega con esta valoración, torna fundamental el apoyo e impulso al conjunto de actividades culturales y la búsqueda de su crecimiento y consolidación en las coordenadas nacionales.

### **3. Transparencia y eficiencia públicas.**

Conlleva el aprovechamiento de las TIC para ejercer labores de rendición de cuentas y eficacia en el ejercicio público. Igual implica utilizarlas para el crecimiento de la política como instancia de concertación y acuerdo, y rebasar sus expresiones más desafortunadas, como el clientelismo, la corrupción y la burocracia exacerbada. En el apartado

---

<sup>46</sup> Ernesto Piedras. *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. México, CONACULTA, 2004:181pp.

se enumeran cinco categorías, dos de ellas determinadas por profundas demandas sociales: el control de catástrofes y la impartición de justicia.

**m. Gobierno electrónico.**

En este apartado se precisa con claridad la forma en que las estructuras económicas determinan el perfil, orientación y contenidos de los proyectos de las TIC. Así, los afanes de legitimación del modo dominante y el orden establecido, conciben y desarrollan iniciativas de e-gobierno como plataformas tecnológicas cuya pretensión es dual. Por un lado, a *“despublicar” –en el doble sentido de ‘hacer no visible’ y de ‘hacer no accesible’ por todos los actores sociales- [y por otro a]... despolitizar –en el sentido de quitar del terreno de la política- los problemas centrales que enfrenta nuestra sociedad en términos de desarrollo, generando un espacio público donde estos problemas no figuran en la agenda, donde no existen instancias de debate y deliberación para la construcción de consensos, y donde escasea la información pertinente para nutrir los procesos de formación de opinión sobre los que se sustentan las decisiones”*<sup>47</sup>. Casi punto a punto, la experiencia nacional en el tema confirma el diagnóstico. Una revisión de la información que ha poblado y todavía nutre los sitios institucionales que conforman la propuesta oficial de e-gobierno, lo ratifica claramente, e, incluso ha sido la base para considerar que los funcionarios públicos superiores viven en un país que no existe y tiene poca relación con el real, el que vive y padece toda la sociedad.

La alternativa al modelo dominante se nutre de las premisas contrarias. Aprovechar la flexibilidad que aportan las TIC y su facilidad de uso para subordinarlas al diseño y desarrollo de aplicaciones horizontales, que agilicen el intercambio social y provengan de sus bases colectivas, es la fórmula que de inicio y siempre en revisión teórica y práctica puede solventar la implantación de un esquema distinto, contrario, al ideológico que tanto prolifera y por lo mismo opuesto porque no elimina sino enriquece la experiencia individual y comunitaria.

**n. Protección ambiental, recursos naturales y control de catástrofes.**

El tema es sustantivo por los ejemplos que argumenta, sobre todo en la ciudad capital –contaminación y sismos- y en las regiones colindantes al mar, donde año con año se resienten los fenómenos atmosféricos naturales. Es de trascendencia a la vez en el censo y protección de la flora y fauna, abundantes en el país y hoy motivo de gran explotación comercial sin regulación alguna. Por ello, el diseño de aplicaciones a la medida que permitan sistematizar información del entorno ambiental y sus recursos con ánimos de control y protección, y de otras más

---

<sup>47</sup> Roxana Goldstein. “El impacto social de las TIC en la gobernabilidad democrática para el desarrollo humano”. En: Ester Kaufman (Coordinadora). *Políticas públicas y tecnologías. Líneas de acción para América Latina*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2007:262-263pp.

para prevenir catástrofes y reducir sus repercusiones, viene a ser de profunda utilidad social, e incluso tema de seguridad nacional por el riesgo que implica su descuido o la indiferencia en su aprecio.

*o. Justicia electrónica.*

Asimismo área donde radica una gran demanda social que aún no se satisface, requiere de una gran voluntad permanente y directa para mejorar a profundidad su desarrollo. Aprovechar a las TIC tanto para optimizar la investigación judicial –en especial frente a los desafíos provenientes de la actividad ilegal, cuya envergadura desafía la seguridad nacional-; la promulgación de sus dictámenes y resoluciones, y la misma práctica rutinaria, son campo virgen para concebir e implementar todo un conjunto de aplicaciones que tiendan a fortalecer la solvencia institucional del sector.

*p. Información pública y patrimonio cultural.*

El primer tema recorre apenas sus primeros pasos en el país y en el ámbito estatal se cosechan diferencias tan abismales y tajantes que revelan los obstáculos políticos, institucionales e incluso culturales que enfrenta la sistematización de la información pública para fines de consulta y escrutinio de la sociedad. En aquellos casos donde ya es posible el acceso a los archivos públicos se detectan anomalías sustentadas en un ejercicio deformado del poder que conduce a la manipulación, el enmascaramiento o maquillaje de los datos públicos. Por su importancia para la democracia y la gestión pública, el tema tiene varias aristas fundamentales, desde la dotación de estructuras técnicas que faciliten la consulta, hasta el entrenamiento y formación para ello y la educación al ciudadano sobre sus derechos y obligaciones en ese campo. Respecto al patrimonio cultural, los desafíos son muy similares, sobre todo porque en su búsqueda de ingresos, los gobiernos no dudan en dilapidar o destruir esos bienes cuya pérdida o deterioro lastima y enajena nuestra identidad nacional.

**4. Instrumentos de Política.**

La última categoría aglutina temas de perfil horizontal que surgen para incidir en los 16 apartados anteriores, ya para consolidar las fortalezas detectadas, o bien para superar las debilidades presentes. Se listan entonces cuatro vectores de ingerencia, que entrelazan y conjuntan:

*q. Estrategias nacionales,* esto es, los programas; tareas; iniciativas; acciones y planes concretos que la sociedad toda emprende para desarrollar alternativas en todos y cada uno de los temas anteriores;

*r. Financiamiento.* Conlleva la asignación de recursos públicos para instrumentar lo programado, o bien la búsqueda de los mismos en las fuentes idóneas;

- s. **Entorno institucional.** Es un vector que debe promover el desarrollo sano, eficiente y profundo de las acciones programadas; y,
- t. **Marco legislativo.** Implica remodelar o generar las estructuras políticas que legitimen todo el esfuerzo estatal.

La estructura desarrollada simplemente conjunta e integra en jerarquías similares los temas más evidentes, donde las TIC se han implementado con propósitos y resultados varios. Indica un mapa donde contextualizar cada proyecto y aunque los contenidos temáticos son similares y guardan relación entre sí, también concretan diferencias substanciales, enraizadas sobre todo en los propósitos materiales que los animan. Una muestra de ello es el plan de conectividad en banda ancha que ha debutado en el 2008. Sus promotores oficiales y privados no dudan en calificarla como programa de política pública encaminada a proporcionar acceso a toda la sociedad. Así, se dice, como medidas concretas para materializarla se propone...

- \* *Aprovechar la red de la Comisión Federal de Electricidad como infraestructura de transporte, a precios accesibles para los operadores...*
- \* *Autorizar la inversión extranjera al 100 por ciento del capital social en todos los servicios, en especial telefonía fija;*
- \* *Solicitar a la Secretaría de Hacienda la exención del pago al Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la compra de los bienes relacionados con el suministro del servicio de banda ancha...<sup>48</sup>*

Como resulta evidente, acciones como las anteriores polarizan sus beneficios hacia los operadores del servicio final, y no resulta explícito como habrán de favorecer a la sociedad en su conjunto y a su posibilidad de acceso. Tampoco se explicita la relación entre la infraestructura que habrá de desarrollarse y los temas específicos que se han incluido. De esta forma, como se ha sugerido, resulta fundamental integrar y definir acciones para todo el conjunto de temas que aparecen, se suceden y concretan el proyecto específico que habrá de contextualizar las aplicaciones de las TIC. Y este no puede ser únicamente empresarial y para satisfacer el mercado.

---

<sup>48</sup> Tales han sido las propuestas que un grupo de trabajo de la AMIPCI ha elaborado para iniciar la campaña de promoción y convencimiento sobre los beneficios del proyecto ante las autoridades relacionadas.

### 3. El tercer nivel: subvertir el orden y privilegiar al sujeto social.

Por la forma en que se autorizó y por las maneras como se desestimaron sus mandatos, la *Reforma* del 2006 toma un perfil paradigmático que se expresa con un sentido doble y a contracorriente. De inicio, su planteamiento y promulgación autoritaria vino a representar el cómo los beneficiarios del sistema conciben la institucionalidad y hasta donde están dispuestos a llegar para plegarla hacia la legitimación de sus intereses. Y meses después, al anularse sus propuestas principales, quedó en evidencia también que la resolución del conflicto social no siempre se carga y favorece al grupo dominante. Una y otra situación argumentan pues dos vías encontradas entre sí, que desde siempre se han enfrentado porque cada cual pretende configurar un esquema específico de desarrollo que no sólo atañe a las TIC, sino a todo el país, al conjunto de sus estructuras económicas, políticas y sociales.

En efecto, la mutación de las empresas televisoras en operadores de redes públicas de telecomunicaciones que desata la ola convergente y sus expresiones jurídicas, se produce como uno de los resultados más evidentes de un proceso completo de reestructuración que modifica el basamento industrial –donde se ubica a los corporativos de la televisión en los sectores económicos de punta, la producción y distribución de información–; las instituciones y su composición orgánica, donde se redefine la articulación entre los protagonistas sociales y el Estado; y, finalmente, la propia dinámica política y cultural del país, que hoy vuelve a enfrentar dos maneras muy distintas de interpretar la realidad y de concebir el futuro. Si desde principios de los ochenta la nación se inserta en una profunda reforma calificada comúnmente como neoliberal, para el 2006 se perciben con claridad los signos y testimonios que esa ruptura histórica ha provocado en esos órdenes. Y justo la radiodifusión ejemplifica algunas de sus evidencias más notorias en los tres niveles señalados. En concreto, es evidente la cesión del poder por parte del Estado, situación que permite el diseño de un blindaje poderoso al proceso de reproducción del capital privado. De ahí el cinismo en la imposición de la permuta legislativa que lo garantizaba a través del tiempo.

Más la *Reforma* no es hecho aislado ni diferente a otros más que han pintado el desarrollo corporativo. Como manifestación institucional, culmina años de soporte jurídico al capital de los medios de comunicación. Desde sus orígenes, a costa de la entrega consistente y sin disfraz de los recursos del Estado –cobro facultativo de los derechos aplicables; habilitación de infraestructura para la conducción de las señales televisivas en todo el territorio; permisos y autorizaciones para abrir nuevas líneas de negocio y para operar las empresas asociadas; regulación impositiva flexible y pago discrecional de los impuestos– las dos empresas han fortalecido sus bases productivas y el lograr una posición dominante para acceder a los mercados de mayor capitalización sin entregar beneficio alguno a la sociedad, no hace sino culminar esa tendencia histórica. Tal ascenso progresivo y optimización secuenciada de sus estructuras económicas tiene desde luego su reflejo político–institucional: a tiempo que los dos grupos profundizan sus esquemas de explotación de la industria televisiva, confeccionan y organizan poco a poco nuevos

espacios de rentabilidad y con base en ellos consolidan y maximizan sus intereses, los ejercen y hacen valer con mayor solvencia cada vez. Primero *con el poder público formal* –y verbigracia, logran modificar su entorno impositivo con el nuevo decreto fiscal del 2002–; después *frente al mismo* –donde su oposición sistemática al cambio legislativo en radio y televisión, bloquea por años la propuesta de algunos miembros del Senado en 2004 y 2005, que concretaba las aspiraciones ciudadanas– y, finalmente, *al margen o incluso en su contra*, como es el caso de la imposición de la *Reforma* en marzo de 2006. Así, la cesión sistemática, permanente, de los espacios de concertación política –que se acrecienta a partir de julio del 2000, cuando la democracia electoral se desperdicia y no engendra una transformación democrática que equilibre los intereses público y privado en el ejercicio del poder– ha sido entonces proporcional a la conformación de las televisoras como polos alternos de poder, sustentos justo en la interacción social que logran y que ellos cuantifican solamente como puntos de rating. Esta audiencia masiva las conforma pues como poderes paralelos sin contrapeso, de interlocución forzosa en la vida pública y capaces no ya de desafiar al Estado, sino de dominarlo y de utilizarlo para blindar la acción propia y garantizar su trascurso sin obstáculos ni limitaciones. La soberbia y desdén que exhiben los concesionarios hacia cualquier moción que siquiera pretenda referirlos es muestra del dominio que alcanzan. En el discurso mancomunado que las dos televisoras transmitieron en horario estelar la noche del 27 de marzo del 2006, fue evidente tal prepotencia: según su particular perspectiva, el espectro que explotan es ya propio, ha sido parcelado a su favor y beneficio por años de usufructo exitoso. Y ello les genera también derechos y responsabilidades. El primero no es otro más que el de aumentar el negocio, proceso legítimo. La segunda es más trascendente: mientras el medio mantenga su funcionamiento, se garantiza la libertad de expresión de la sociedad toda. El eje discursivo es extremo: la novedad reside en que ya no busca legitimarse por la adhesión del receptor: en su completa unilateralidad sin réplica, se impone como verdad absoluta por el simple hecho de haberse manifestado en los espacios radiofónicos y televisivos.

La prepotencia de las televisoras sólo encuentra par en la propia del monopolio telefónico, nacido ya en el entorno neoproteccionista a la empresa privada que arranca en los noventas. En los pasillos, oficinas y charlas de café de los funcionarios que entonces pretendían regular a las telecomunicaciones en la naciente **Cofetel**, entre la broma y la solemnidad era común la idea de no postular propuesta alguna que siquiera pareciera lastimar los intereses del operador telefónico: se decía que cualquier variación del entorno provocaría la caída de la Bolsa, habida cuenta del peso económico-financiero que alcanzaba el grupo propietario, y ello comprometía la estabilidad del país. Ese cobijo permanente que si bien hoy se ha relajado, es el origen de la postura desafiante que **Telmex** comparte con el duopolio, aunque las formas de la telefónica sean diplomáticas y educadas. No hace mucho sin embargo pareció perder compostura y dejó ver el autoritarismo que igual puede caracterizarlo. Para demostrar que las dificultades técnicas del proceso de portabilidad del número telefónico eran responsabilidad de los otros operadores, no dudó en validar su posición monopólica: por la extensión de sus facilidades de servicio, dijo, había censado todas las



llamadas que no pudieron terminarse; y éstas no fueron pocas. Esa estadística no podía tenerla **Cofetel**; únicamente era patrimonio de **Telmex** porque eran producto de su presencia en todas las áreas de servicio local del territorio.

La potestad y el poderío incuestionables que han logrado las empresas privadas de la comunicación vuelve más relevante aún el dictamen de inconstitucionalidad de la Suprema Corte respecto a la *Reforma* y los hechos políticos que lo antecedieron, históricos ambos sin duda. El cuestionamiento de las estructuras monopólicas dominantes en la radio y la televisión que se inició casi a la par de la aprobación por parte de la Cámara de Diputados, enseña que el cambio democrático pasa por dos procesos, arduos y difíciles, pero conocidos y ejercidos ya, que hoy se revalidan frente a las nuevas condiciones históricas.

El primero implica la reflexión permanente y agobiante que analice y desagregue las iniciativas y los motivos de los concesionarios y sus voceros, revestidas hoy más que nunca de sofismas y artificios. Como quedó en evidencia durante la consulta pública en el Senado previa a la votación de abril, nunca faltó razón a los analistas y participantes contrarios a la modificación. Ganaron varias de las esgrimas que protagonizaron con los impulsores, y más de uno quedó en evidencia por su proceder sesgado. Atestiguar esas incongruencias; descubrir las verdades a medias y cuestionar aquellas justificaciones que toman la base técnica para conformar un purismo pretendidamente incuestionable, es apenas el inicio, el punto de partida de otros planteamientos, de otras propuestas alternativas, distintas, y por definición contrarias a la interpretación maniquea que el concesionario ofrece. Después de todo, el empresario siempre intenta imponer su estructura de negocios porque busca su beneficio y ésta solventa tal propósito. Tal objetivo es conocido, añejo, y como en la *Reforma*, no exento de imprecisiones, de defectos, de lugares comunes y artificios sin imaginación, repetitivos porque persiguen lo mismo y nunca habrán de satisfacerse. El debate formal e institucional sobre la mutación legislativa hubo de recurrir entonces a la coacción para resolverse, y tal conducta rudimentaria debe animar al esfuerzo alterno: la *Reforma* y el Acuerdo de Convergencia son tan burdas en la protección a sus propulsores, tan carentes de virtudes, que sólo el apoyo incondicional pudo ganarlos: los Senadores defensores no pudieron en efecto discutir la *Reforma*, tuvieron que imponerlo mediante la disciplina partidaria. Si se pretende asentar un principio contrario a esa actitud, si se desea el bienestar colectivo más que el provecho individual, el planteamiento de inicio debe reconocer y desmenuzar al contrario y arriesgar propuestas inteligentes, de ruptura con imaginación, que se cosechen en el nosotros, en el esfuerzo común que solidariza y extrae lo mejor de cada quien.

Y el nosotros solventa en efecto el segundo proceso. El planteamiento de la propuesta a la sociedad y su discusión y enmienda únicamente puede ser un ejercicio colectivo, que cada vez aglutine más voluntades y participaciones. El movimiento social en favor de la transformación de la comunicación es ya de larga data, y son ya varios los años en que esa lucha ha sido particularmente importante, significativa y reveladora por los acontecimientos que la siguieron.

Las acciones que en 1981 lideró sobre todo el sector académico para buscar y proponer la reforma de los medios fueron aleccionadoras porque frente a la reestructuración política que generó el sistema de partidos el no concretar modificación alguna para los medios reveló la solvencia política de los concesionarios, tan poderosa que detuvo el proceso menor mientras el fundamental, a todas luces más complicado, sí se desahogaba. Después, destaca la expresión de 1997, que conjuntó a políticos e investigadores en la iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social, largamente pensada, discutida y acordada, y también combatida por el conjunto mediático de la época con el alegato de siempre: la libertad que tienen de difundir su pensamiento por la propiedad del medio se equipara con la libertad de expresión de todos los ciudadanos, y cuestionar la primera se transforma así en censura, en autoritarismo, en dictadura que atenta y lacera a toda la sociedad. Como pocos sectores, los concesionarios han aprovechado ese silogismo con profusión. Que la propuesta de 1997 se haya calificado en su momento como 'ley mordaza' claramente revela esa intencionalidad: con base en esa figura se tejó toda la defensa que los propietarios de los medios idearon para conservar sus privilegios.

El nuevo siglo trajo otros desafíos, y como ahora se aprecia claramente, asidos ya de las nuevas tecnologías. La batalla principal nació inserta en el escenario ficticio del cambio y la transición política, y por 15 meses, semana a semana los investigadores, políticos y la organización civil ya con el lugar y el espacio que le valió su constante esfuerzo por las causas mejores, debatieron con la industria y las autoridades en sendas mesas de trabajo que debían concluir en la reforma consensuada de los medios electrónicos. El Reforma fiscal de octubre de 2002 termina y burla el esfuerzo, pero no lo anula y menos lo desecha. Al contrario, la decepción no llega a boicotear la propuesta ciudadana, que nutre ahora al Senado y a sus mejores y más comprometidos exponentes. Desde entonces hacen legión las propuestas para fortalecer a la sociedad frente a los medios, y la misma mayoría que ahora aprobó el *Reforma* bloquea todas porque no favorecen ni reflejan el interés de sus patrocinadores. La intolerancia de las televisoras se manifiesta y en la comida tradicional del 2005 que ofrecen al Ejecutivo hacen explícita su negativa a aceptar cualquier legislación. Para fines de ese año toda la oposición encuentra su lógica y la propuesta de los corporativos llega a la Cámara de Diputados para aprobarse en sólo siete minutos.

Frente al esfuerzo, la inventiva, dedicación y creatividad que han puesto tantos en el proceso, la aprobación final de la *Reforma* fue un desprecio más, una ofensa mayúscula, porque la lucha de años se trunca estéril, aún incompleta. Sin embargo –y en tanto lo que no mata fortalece– el destino que tuvo y la forma en que pudo desbrozarse por la fortaleza y contundencia de la Corte, es en extremo instructiva, histórica, edificante incluso. Ha sido el primer revés a los empresarios de los medios por mucho tiempo y si bien sus intereses se mantienen y se consolidan, es ya claro que el camino para desarrollar a las TIC no pasa exclusivamente por las propuestas corporativas. La sociedad dijo mucho con el planteamiento ante la Corte y la Corte complementó ese decir con su decisión tajante.

Si la afirmación que abre el Capítulo se asume, si no nos queda otra más que la propuesta social que rebase al mercado como norma dominante y al andamiaje estatal como su comparsa legitimadora, *es tiempo de subvertir el orden y plantear alternativas* que no únicamente resuelvan el tránsito del país hacia las TIC sino conlleven también las formas en que habrán de implementarse las nuevas formas del desarrollo económico. La unidad que se conquistó en contra de la iniciativa de abril de 2006 debe ser principio que sustente los compromisos, el vector que busque el camino superior para todos. Ese objetivo habrá de imponerse, más tarde o más temprano. Para usar el lugar común en aquel abril se perdió un episodio pero la historia completa aún no ha sido redactada en su totalidad. En aquellos tiempos no se percibía siquiera que la Corte echaría atrás el despojo y la instancia judicial ni siquiera era personajes de la historia. Y su decisión ha abierto apenas otro escenario, mientras el libreto todavía no se escribe más allá de su argumento. Es urgente entonces conformar al actor más fuerte; crear al que protagonice la lucha, a quien forje las propuestas y las defienda. A quien conciba y desarrolle de entrada las leyes e instrumentos que se requieren para rebasar a la comunicación dura e instale un entorno de comunicación donde todos alcancen protagonismo. En ese entorno se supera al interés individual porque surge y se esgrime la razón colectiva, mucho más poderosa que la de empresarios y corifeos. Tal es la tarea que debe congregarnos. La dinámica del cambio hoy se rige por la sociedad; y es venturoso que así sea. Enhorabuena por ello. Porque la propuesta que habrá de surgir llevará el beneplácito y la fuerza de todos.