

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

---



**La Cámara Nacional de la Industria de Radio y  
Televisión durante los años 2000-2006.**

Tesis para obtener el grado de:

**Licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública**

Presenta:

**Jonathan Tonátih Galván Robles**

Asesor de Tesis:

**Ricardo Tirado Segura**

México D.F. 2010



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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 mis padres, quiero externar mi más sincero agradecimiento, pues sin duda ellos son los principales responsables de este logro, ya que sin su comprensión, amor y apoyo, hubiese sido muy difícil concretar esta etapa de mi formación profesional, pero más importante aun (y lo que más agradezco) son todas sus aportaciones para la empresa más importante que tiene todo ser humano: la vida.*

*Quisiera agradecer la oportunidad que se me brindó para colaborar como becario en el proyecto “Variables estructurales de la dinámica asociativa” con registro PAPIIT IN306007, dirigido por la Dra. Cristina Puga Espinosa. A ella, agradezco enormemente las facilidades y los conocimientos aportados a lo largo de ésta, mi primera experiencia académica. Mi participación en el proyecto fue en suma gratificante, pues adquirí muchas herramientas que sin duda me servirán por el resto de mi carrera académica.*

*Quiero también agradecer la paciencia, los sugerentes comentarios y las observaciones que en la elaboración de esta tesis, hizo el Dr. Ricardo Tirado a todos mis borradores, su experiencia en el campo de las asociaciones empresariales sirvió de guía para emprender el camino que me llevaría a la conclusión de este trabajo.*

*A su vez quiero agradecer a los académicos que también formaron parte del proyecto: Jorge Cadena-Roa, Carlos Chávez, Matilde Luna y Sara Gordon, los cuales se tomaron el tiempo para comentar y enriquecer un extracto de esta tesis; para concluir no puedo dejar de mencionar a Guadalupe Mendiola entrañable amiga y cómplice de esta mi primera aventura académica.*

*Iztapalapa D.F., Junio de 2008*

## ÍNDICE

Introducción	5
CAPITULO 1. Antecedentes y descripción de la CIRT	17
1.1 Antecedentes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)	22
1.2 Los Conflictos regionales	30
1.3 La creación de la CIR y el liderazgo de la industria radiofónica de Emilio Azcárraga Vidaurreta	34
1.4 El problema de las repetidoras: tensión dentro de la CIR	36
1.5 El surgimiento de la Televisión en México	41
1.6 De CIR a CIRT	46
1.7 El modelo actual de radiodifusión comercial en México	48
1.8 Las reglas formales en la CIRT	58
1.9 Televisa: el relevo generacional, liderazgo de Emilio Azcárraga Jean	61
CAPITULO 2. La Acción de la CIRT	66
2.1 Las relaciones entre el Estado mexicano y los concesionarios. Tendencias generales	66
2.2 La Ley Federal de Radio y Televisión de 1960	72
2.3 El 12.5% de tiempos oficiales en Radio y Televisión	77
2.4 El Derecho a la Información y la acción de la CIRT	88
CAPITULO 3. La CIRT y la modificación de los tiempos oficiales en radio y televisión	102
3.1 El contexto	102
3.2 Un antecedente “el reclamo del IFE por el acceso a los tiempos oficiales”	106
3.3 La eliminación del 12.5%	111
CAPITULO 4. La CIRT y las leyes Federales de Radio y Televisión; y Telecomunicaciones	118
4.1 La convergencia digital	119
4.2 La radio digital en México	125

4.3 La acción de la CIRT en la aprobación de la leyes de radio, televisión y telecomunicaciones	131
4.4 El conflicto por las estaciones “COMBO”	139
Conclusiones	156
ANEXO	161
Bibliografía	163

## Introducción

El tema de los medios de comunicación tiene sin lugar a dudas una amplia gama de interesantes tópicos. Los medios de comunicación han sido estudiados por numerosos investigadores tanto en el extranjero como en México. Debido a la inexistencia de trabajos exclusivamente referidos a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), opté por elegir el estudio de esta interesante organización.

Este tema se inscribe dentro del campo de la Ciencia Política, históricamente, los medios de comunicación (y con ello la política de radio y televisión) han sido un elemento que siempre tiene relación con el poder. Lo que ha estado en juego con respecto ellos es *el control de la información*: ¿Quién la controla? o ¿quién debería controlarla? y ¿qué usos políticos pueden darse a la misma?

Durante el régimen priísta, el control de los medios de comunicación se pactó como una alianza entre el Estado y el capital privado, esta consistía en dejar los asuntos políticos reservados enteramente al Estado y a cambio de ello los particulares podrían manejar libremente sus respectivas frecuencias<sup>1</sup>. Durante el sistema político revolucionario el Estado ejerció (a través de controles formales, leyes, reglamentos o controles informales como la propiedad de la única compañía que repartía papel para todos los periódicos<sup>2</sup>) el control de la información vertida a través de los medios de comunicación.

En la generación de las prácticas y reglas (formales o informales) que rigen la política de radio y televisión participaron de cerca los concesionarios<sup>3</sup>. Al conocer de cerca el proceso, pronto se percataron del poder de influencia y negociación que les otorga ser dueños de frecuencias en radio y televisión. Así lograron confeccionar un modelo de radio y televisión

---

<sup>1</sup> Como nos explica Fernando Mejía Barquera en *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía. México, 1988.

<sup>2</sup> Aunque la nota viene al caso, conviene mencionar que este trabajo se centrara en medios electrónicos (radio, televisión y tocara un poco a las nuevas tecnologías como la transmisión por banda ancha, habitual en la convergencia digital).

<sup>3</sup> Propiamente tuvieron más influencia las grandes empresas o las que se perfilaban como tales, ubíquemos a la Familia Azcárraga por ejemplo.

que privilegia el lucro privado de las frecuencias y la acumulación de capital en detrimento de la calidad de su programación.

A la luz de los acontecimientos actuales, el tema de los medios de comunicación es de gran importancia, pues es uno de los pilares que sostiene a las democracias modernas. Sin medios de comunicación libres (de control gubernamental o privado) las democracias emergentes pueden no tener un buen desenlace. Es decir actualmente el interés por las formas democráticas de organización, han puesto especial interés por depositar el control de la información en manos de la ciudadanía.

El ensamblaje institucional que sostenía el régimen priista se ha erosionado y con ello se están generando un conjunto de nuevas prácticas y reglas en todo el sistema político, los medios de comunicación son un eje fundamental en este proceso. Es decir las *reglas del juego* están cambiando y no sabemos si estas reglas seguirán con remanentes autoritarios o bien se moldearan al modo democrático.

En este trabajo se recrearan las prácticas y reglas formales o informales (en el lenguaje del neoinstitucionalismo: instituciones) que se crearon y consolidaron en la primera parte del siglo XX. Una vez construido esto, se pasara al estudio de caso en donde se comprobara que reglas y prácticas siguen vigentes y cuáles no, ¿Qué reglas se mantuvieron?, ¿qué reglas cambiaron?

Aunado a la importancia contextual de este tema quiero añadir lo siguiente: La Cámara Nacional de Radio y Televisión (CIRT), a pesar de ser una organización que representa a todos los concesionarios de radio televisión privada en México, no hay trabajos exclusivamente referidos a ella. Este trabajo es un esfuerzo por entender los elementos institucionales existentes en la relación entre el Estado y los concesionarios, y también es un esfuerzo por desentrañar los elementos al interior de la CIRT que permiten que sean sólo unas cuantas empresas las que decidan el rumbo de acción que debe tomar la organización en su conjunto.

La CIRT es una organización compuesta en primer lugar, por grandes grupos de radio y televisión aquí nombrados *concesionarios líderes de la agenda*. Y en segundo lugar, por una gran cantidad de pequeños radiodifusores los cuales no pertenecen o están afiliados a estos grupos, referidos como *concesionarios independientes*<sup>4</sup>.

Esta tesis se ocupa de la CIRT. Aquí se abordan dos momentos ocurridos durante el sexenio del ex-presidente Vicente Fox:

1) La modificación de los tiempos oficiales en radio y televisión ocurrida en octubre de 2002. A causa de un decreto presidencial se modificaron los tiempos en radio y televisión que el Estado poseía para su uso y distribución. El análisis de este acontecimiento nos permite observar la influencia que tienen los industriales de radio y televisión sobre el gobierno en turno. Ante el reclamo del IFE por utilizar estos espacios, los industriales de radio y televisión crearon una estrategia para reducir estos tiempos, pues una estricta aplicación de la norma podría mermar sus ganancias. El objetivo era evitar que el IFE dispusiera gratuitamente de estos espacios, para que en lugar de ello, se contratara estos servicios.

2) Por otro lado, encontramos la aprobación a las modificaciones, tanto, a la Ley Federal de Radio y Televisión, como a la Ley Federal de Telecomunicaciones, en el periodo que comprende diciembre de 2005 a marzo de 2006. El primero de diciembre de 2005, la Cámara de Diputados aprobó el dictamen a las reformas a las leyes de radio y televisión y telecomunicaciones, posteriormente tras cuatro meses de amplio debate, el día 30 de marzo de 2006 se aprobó en el Senado lo que varios especialistas denominaron “Ley Televisa”. La aprobación de las leyes antes referidas muestra el poderío e influencia de los concesionarios líderes de la agenda en la política de radio y televisión de nuestro país.

Pero la cuestión no se agota ahí, este punto arroja nuevas problemáticas (a diferencia de la modificación de los tiempos oficiales, en donde todos los concesionarios salieron beneficiados).

---

<sup>4</sup> Aquí utilizamos esta categoría que fue acuñada en su extensa producción periodística por el experto en medios Gabriel Sosa Plata (en el diario El Universal o en la Revista Mexicana de Comunicación por ejemplo).



Las modificaciones a estas leyes, representaron un conflicto al interior de la CIRT, pues concesionarios de estaciones de AM vieron sus intereses afectados. En la ley, por ejemplo, no hay nada que garantice la asignación de una estación de Frecuencia Modulada, necesaria para transitar a la “convergencia digital” y mantener sus negocios con márgenes de ganancia aceptables.

De las siguientes interrogantes se desprendieron las diferentes líneas que componen y dirigieron el curso del presente estudio:

¿Para qué sirve la Cámara Nacional de Radio y Televisión?

Resulta interesante ver que liga a ambos tipos de empresarios, pues si comparamos el tamaño de sus empresas y los recursos que poseen unas u otras, obtendremos evidentes diferencias.

Por ello a lo largo de este trabajo doy respuesta a las siguientes interrogantes:

¿De qué modo sirve a los concesionarios líderes de la agenda?, ¿De qué modo sirve a los concesionarios independientes?, ¿Qué elementos agrega la CIRT a la capacidad de influencia que tienen los grandes grupos? Y por último ¿Cuáles son las principales estrategias que ha seguido la CIRT en su actuación?

A lo largo de la historia, la CIRT ha tenido una amplia intervención en la generación de marcos jurídicos para la industria de radio y televisión. Esta organización es reconocida por el Estado como un interlocutor válido, puesto que tiene como objetivo la defensa de los intereses generales de esta industria. Es en coyunturas especiales cuando la CIRT tiene una amplia participación, sobre todo en momentos donde se pone a revisión la legislación sobre medios electrónicos.

Los puestos directivos de esa cámara (en coyunturas especiales) son ocupados por altos empleados de las empresas más poderosas del gremio. Estas empresas al estar mejor informados y al ocupar los puestos estratégicos de la CIRT, se sirven de ella para conseguir sus intereses de un modo más seguro.

Entre las principales estrategias que ha seguido la CIRT, se encuentran:

Insertarse eficazmente a los debates y proponer ante el Estado las líneas que debe de seguir la política de radio y televisión.

Hacer uso de su influencia ante los órganos del Estado que tienen relación con las telecomunicaciones en México. Muchas veces altos directivos de la CIRT han sido empleados de la burocracia estatal.

Logra cooptar a empleados de la burocracia federal que defienden sus intereses en órganos facultados para estudiar, normar o vigilar cuestiones relativas a la radio y televisión.

Maneja eficazmente los conflictos al interior. Estos son suscitados porque la CIRT primero ve por los intereses de los grandes grupos, para posteriormente disciplinar a los demás miembros de la cámara y se agreguen a la causa. Si surge algún conflicto, busca la manera de solucionarlo armonizando los intereses de los grandes grupos con los de los pequeños concesionarios.

Esta tesis se compone de cuatro capítulos, me he valido de ellos para desarrollar las hipótesis señaladas apenas unas líneas arriba.

Uno de los hilos conductores fue sin duda la insistencia en encontrar patrones de reglas y prácticas de la acción de la CIRT. Los primeros dos capítulos de este trabajo se centran en la aparición, desarrollo y expansión de la industria radiofónica, y los dos últimos se enfocan al sexenio del ex-presidente Vicente Fox. Ordenar de este modo los apartados ayuda a observar como a lo largo del tiempo se van institucionalizando varios patrones de prácticas y reglas que gobiernan el funcionamiento de la organización en su interior, así como su acción desplegada hacia el exterior. A su vez este orden permite observar también los cambios en los patrones de reglas y prácticas que ha experimentado la acción de la CIRT a la luz de estos nuevos tiempos.

El neoinstitucionalismo como perspectiva teórica fue de gran ayuda para aplicar elementos analíticos a lo largo de este trabajo. El nuevo institucionalismo intenta recuperar a las instituciones como centro de análisis, rompe con el institucionalismo clásico que centraba su atención en las estructuras administrativas, legales y políticas. Los aspectos normativos, es decir las leyes formales, las reglas y estructuras administrativas explicaban poco el

comportamiento político o los resultados políticos, puesto que hay reglas y prácticas informales que también tienen incidencia.

El neoinstitucionalismo se ocupa de explicar las diferencias, que frente a retos comunes se presentaban a países distintos, esto para desenmarañar las particularidades a través de las cuales una sociedad determinada se organiza de tal o cual manera. “Lo que pretendía el nuevo institucionalismo era comprender porque los actores demandaban cosas distintas en países diversos, porque los intereses de clase se manifestaban de manera diferente a través de las naciones”<sup>5</sup>

Para restringir la incertidumbre y tratar de entender la complejidad social en que los individuos vivimos, es necesario el desarrollo de patrones regulares de interacción humana. Uno de los principales papeles que las instituciones cumplen es dotar de certidumbre y orden a los individuos en lo referente a su comportamiento en sociedad. Esto se da a través de reglas y prácticas que se reproducen constantemente, es decir a través de las instituciones. Como lo explica Jepperson:

*“El término institución representa un orden o patrón social que ha alcanzado cierto estado o propiedad.....por orden de patrón me refiero, como se acostumbra, a secuencias de interacción estandarizadas. Por tanto una institución es un patrón social que revela un proceso de reproducción particular. Cuando se contrarrestan las desviaciones respecto de este patrón en forma regulada, por medio de controles reiterativamente activados, socialmente contruidos, (es decir por un conjunto de recompensas y sanciones) decimos que un patrón esta institucionalizado”.*<sup>6</sup>

El primer capítulo se ocupa de cuestiones tales como: el surgimiento de la radiodifusión; y los orígenes de la cámara, es decir, ¿Cuándo, cómo, por qué y por quiénes se organizó?

---

<sup>5</sup> Jorge Javier Romero, Los nuevos institucionalismos: sus diferencias, sus cercanías. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México D.F 1991., pp. 7-75.

<sup>6</sup> Ronald D. Jepperson. Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF 1991., pp. 193-215.

El Distrito Federal como principal centro productivo e industrial del país, fue uno de los primeros lugares donde la radiodifusión brotó. También resulta interesante el hecho de que la capital, no fue el único lugar donde la radiodifusión encontró florecimiento. Fátima Fernández Christlieb<sup>7</sup> explica que a lo largo del país existieron diferentes regiones en las cuales surgieron y se desarrollaron varias radiodifusoras. El norte del país por ejemplo, es una de las regiones donde la radio se asentó. En esta apartado se presta especial atención al conflicto entre las diferentes regiones y el centro del país, de donde surge la Asociación Mexicana de Radiodifusores Comerciales (AMERC), que es la organización donde convergen los radiodifusores de las diferentes regiones y el centro.

El capítulo hace mención al grupo radiofónico encabezado por Emilio Azcárraga Vidaurreta, que comenzó a construir y consolidar el liderazgo de toda la industria de radiodifusión. Existen momentos de tensión que reafirmaron el liderazgo de este grupo al frente de la industria. En este apartado se hace referencia a un conflicto que durante los años cincuenta vivieron los radiodifusores: la instalación de estaciones repetidoras por parte de radiodifusores del centro del país en distintas regiones donde ya operaban otras radiodifusoras.

También este capítulo aborda el surgimiento de la televisión en México y la acción de la CIRT para impulsar la introducción a México de este medio. Más adelante se señalan las principales características que posee el modelo de radiodifusión en nuestro país, y que tipo de empresarios componen a la CIRT.

La completa revisión y análisis que hace Fernando Mejía Barquera de la industria de radio y televisión fueron de gran ayuda para abordar históricamente la construcción de instituciones en la industria de radio y televisión.

Se apuntan algunas características del modelo de radiodifusión nacional que serán de gran ayuda para abordar el conflicto por las estaciones “combo” del último apartado.

---

<sup>7</sup> Ver Fátima Fernández Christlieb. *La Radio Mexicana Centro y Regiones*, México, Juan Pablos Editor 1997.

El trabajo de Arredondo y Sánchez<sup>8</sup>, ayudó a disipar dudas con respecto a las cadenas radiofónicas, es decir su papel y función en la industria.

Para concluir esta sección, se mencionan algunas reglas formales que rigen el funcionamiento de la CIRT. En los estatutos de la cámara hay mecanismos que permiten (a quien ocupe los principales cargos de la CIRT) dirigir el rumbo que toma la organización (el liderazgo de la agenda).

El capítulo dos, atiende cuestiones vinculadas a las relaciones que se construyeron entre el Estado y los concesionarios. Es un repaso histórico general basado en la bibliografía que hay sobre el tema, resaltando la acción de la CIRT en los momentos más importantes de tensión entre medios y poder público, con el objetivo de analizar los tipos de intervención de la cámara. Esto es de vital importancia para entender sobre qué bases institucionales se desarrolló la acción de la CIRT para conseguir marcos regulatorios favorables para la expansión de la industria de radio y televisión.

Bajo esta lógica se trata de dar respuesta a la siguiente pregunta ¿Cuáles fueron las acciones más destacadas de la Cámara en la historia de la Industria de la Radio y televisión?

El repaso histórico presta especial importancia a dos momentos: la elaboración y promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 por un lado y la aparición del impuesto del 12.5% de tiempos de transmisión en estaciones de radio y televisión, el cual fue producto de un conflicto entre concesionarios y el Estado. Este conflicto nos ayuda a entender las debilidades y fortalezas de ambos bloques enfrentados. Por último se hace mención a los tipos y distribución de los tiempos oficiales.

Para armar esta sección nuevamente fueron de gran ayuda, las aportaciones de Mejía Barquera; a su vez Jaime Cornelio Chaparro<sup>9</sup> agregó interesantes elementos acerca de las

---

<sup>8</sup> Pablo Arredondo Ramírez y Enrique Sánchez Ruiz , *Centralización, poder y comunicación en México*. México: Universidad de Guadalajara, 1986.

prácticas que se dieron entre las relaciones de la burocracia federal. Por último, Antimo Coronell<sup>10</sup> fue de gran ayuda para desenmarañar los tipos y distribución de los tiempos oficiales.

En el capítulo tres se analiza la modificación de los tiempos oficiales en radio y televisión ocurrida en octubre de 2002, la cual se inscribe en un contexto marcado por diversos cambios en varias reglas y prácticas que normaban las relaciones entre concesionarios y gobierno, un contexto donde el poder entre el Estado y los concesionarios se invierte. El objetivo es responder a la siguiente cuestión: ¿Qué impacto tuvo la intervención de la CIRT en la coyuntura de la modificación de tiempos oficiales en radio y televisión en octubre de 2002?

En el apartado tres podrán encontrar un antecedente a la modificación de los tiempos oficiales: el reclamo del IFE por utilizar los tiempos oficiales como espacios de propaganda gratuita en las campañas políticas. El antecedente ayudó a concientizar a los industriales de la importancia de reducir los tiempos oficiales, para obtener jugosas ganancias a raíz de los periodos electorales. La tesis de Alicia Noguez<sup>11</sup> fue de gran ayuda, para la construcción de los hechos.

La eliminación del impuesto del 12.5% en tiempos de radio y televisión se enmarca en un contexto caracterizado por la gran cantidad de prebendas y privilegios hacia los dueños de grandes empresas de radio y por supuesto de televisión. El ex-presidente Vicente Fox durante su mandato, dio un trato especial de privilegios a los medios para recibir a cambio propaganda política favorable a su gobierno.

---

<sup>9</sup> Jaime Cornelio Chaparro. “Televisión y Poder: Apuntes para una historia de la televisión en México 1950-1980”, en Claudia Benassini [et al.], *Comunicación, Globalización y Política*, Universidad Autónoma del Estado de México 1995.

<sup>10</sup> Antimo Coronell Figueroa, “Los tiempos oficiales de radio: las funciones del departamento de tiempos oficiales de radio”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS, 1996.

<sup>11</sup> Alicia Isabel Noguez Morales. “Empleo de los tiempos fiscales en radio y televisión durante el proceso electoral del año 2000: el caso IFE vs. CIRT : origen, desarrollo, situación actual y prospectiva de los tiempos fiscales de radio y televisión”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS, 2004.

Por último, el capítulo alude a las negociaciones y a los operadores del llamado “decretazo” y también se centra en el impacto que tuvo el acontecimiento en las relaciones entre el Estado y los concesionarios. En el sexenio de Fox se modificaron diversas reglas y prácticas que normaban las relaciones entre los concesionarios y el Estado. Raúl Trejo Delarbre<sup>12</sup> aportó innumerables elementos de análisis con respecto al trato que se le dio a los medios de comunicación en el sexenio de Vicente Fox.

El último capítulo se centra en la acción desplegada por parte de la CIRT, para lograr la aprobación de las leyes Federales de Radio y Televisión así como de Telecomunicaciones en marzo de 2006. Es importante señalar que el capítulo aborda únicamente el periodo comprendido entre diciembre de 2005 (cuando se aprobó el dictamen de reforma a las leyes en la Cámara de Diputados) y marzo de 2006 (cuando la Cámara de Senadores aprobó la reforma a las leyes). El revés que dio la Suprema Corte de Justicia en 2007 a la legislación aprobada y los cambios al COFIPE, no se tratarán en esta tesis.

Es de vital importancia la mención que se hace en este capítulo acerca de las implicaciones que tiene la convergencia digital en este contexto. ¿Qué es la convergencia digital? y ¿cómo impacta en la tecnología y la forma de hacer negocios de los empresarios de radio televisión y telecomunicaciones en México? La explicación de la convergencia tecnológica como un proceso que se experimenta en casi todas las partes del mundo no podría haberse realizado sin las aportaciones que Maricruz Castro<sup>13</sup>, Pérez y Acosta<sup>14</sup> y Prado y Franquet<sup>15</sup> hacen al tema. Para seguir de cerca como se ha dado la convergencia tecnológica en

---

<sup>12</sup> Raúl Trejo Delarbre “Palafreneros de las Corporaciones Mediáticas. El Estado y los medios en el sexenio de Vicente Fox” en: <http://www.razonypalabra.org.mx/aleph/2006/noviembre.html> Consultado en mayo 2007

<sup>13</sup> Maricruz Castro Ricalde, “Convergencia digital en México: estrategias y problemática” en *Razón y Palabra* #27 junio-julio 2002, versión electrónica: <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n27/mcastro.html> consultado el 31 enero de 2007

<sup>14</sup> Alina Pérez Martínez, y Heriberto Acosta Díaz. “La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información” Revista *ACIMED* en línea, sep.-oct. 2003, Vol.11, no.5 (citado 29 Mayo 2007) en: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S102494352003000500003&lng=es&nrm=iso&tlng=s](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494352003000500003&lng=es&nrm=iso&tlng=s)

<sup>15</sup> Emili Prado y Rosa Franquet, “Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución” en Revista de Estudios de Comunicación #4 pp: 15-40 1998. Versión electrónica, disponible desde internet en: [www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html](http://www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html) consultado en mayo de 2007.

México, el trabajo de Mejía y Sosa<sup>16</sup>, fue de gran ayuda, además de la producción periodística que el segundo autor ha hecho del tema.

La aprobación de las leyes Federales de Radio, Televisión y Telecomunicaciones se dio en un contexto marcado por el clima preelectoral, las campañas por la presidencia y la renovación del Congreso de la Unión influyeron para que muchos de los políticos temieran una reprimenda de los medios, en caso de que el marco jurídico no fuese aprobado en los términos que los segundos esperaban. El capítulo presta importancia a las negociaciones y las presiones por parte de los altos empleados de grandes empresas, especialmente de Televisa.

Un segundo propósito de este capítulo es indagar cómo se maneja en su interior la CIRT, para ello se analiza un conflicto al interior de esta organización: el conflicto por las estaciones “combo”, es decir el reclamo de varios concesionarios independientes (que no pertenecen a ningún grupo o cadena radiofónica), para que el Estado les otorgue un canal espejo en Frecuencia Modulada y así poder mantener sus negocios en la era digital.

En este apartado el conflicto y la unidad cobran gran importancia, responderemos a las siguientes preguntas: ¿si en el seno de la CIRT hay enormes diferencias entre sus miembros, porque se han mantenido unidos?, ¿Cuales son los mecanismos que posibilitan que no haya rupturas importantes?, ¿Qué ha hecho la cámara por sus diferentes sectores de asociados?, ¿En cada conflicto que intereses tutela la CIRT?, ¿La cámara se preocupa por hacer compatibles los distintos tipos de intereses?

Para el desarrollo de este apartado los conceptos de *voz* y *salida* sugeridos por Hirschman<sup>17</sup>, fueron de gran ayuda para analizar el conflicto y encontrar los soportes de unidad que existen en la CIRT. En las organizaciones, cuando un grupo considera que sus intereses no están siendo representados, pueden hacer uso de dos opciones, la *salida* o la *voz*; la salida

---

<sup>16</sup> Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, “Radio digital y televisión de alta definición en México” Intermedios No. 5, 1992 (dic-ene.) 1993, disponible en versión electrónica desde: <http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browse&id=1432> Consultado Agosto de 2007.

<sup>17</sup> Albert Hirschman. *Salida, voz y lealtad*, México Fondo de Cultura Económica, 1977, 189 pp.



es un recurso que se puede ejercer en un contexto marcado por la inexistencia de otras opciones organizacionales a las cuales adherirse, pero cuando el costo de la salida es mayor que la adhesión, los miembros de un grupo que siente que no se le ha tomado en cuenta, pueden ejercer la voz, como un mecanismo para incluir demandas que no ha tomado en cuenta la organización.

Para reconstruir los acontecimientos en los capítulos tres y cuatro fue de gran ayuda la cobertura que el periódico *El Universal* concede al problema de los medios de comunicación electrónicos. No puedo dejar de mencionar las aportaciones de Gabriel Sosa Plata, pues se ocupa de las cuestiones de la radio, televisión y telecomunicaciones, y agrega valiosos elementos para el análisis de lo que sucede en la industria, en la CIRT y en las empresas más poderosas del gremio. Ricardo Alemán con su columna “Itinerario Político” así como el ex senador Javier Corral, contribuyeron en gran medida para armar los acontecimientos y develar las irregularidades que ocurrieron durante el cabildeo para la aprobación de las leyes referidas en el último apartado.

La revista *Etcétera*, que al igual se ocupa de los medios de comunicación, junto con sus articulistas fue de gran ayuda para la elaboración de los últimos dos apartados.

Realicé una entrevista a un personaje que vivió de cerca los acontecimientos (que por lo delicado del tema prefirió permanecer anónimo). Los cuestionamientos hacia su persona giraron en torno al papel que cumple la CIRT en la industria y entre los concesionarios; los modos de participación y toma de decisiones en la cámara (las respuestas vertidas ayudaron a clasificar los grupos que existen en la cámara); por último se le cuestionó sobre su particular visión de los acontecimientos referente al conflicto por las estaciones “combo”. Los elementos aportados enriquecieron y ampliaron mi campo visual sobre el tema.

## **La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión durante los años 2000-2006.**

### **CAPITULO 1. Antecedentes y descripción de la CIRT**

La CIRT es una organización industrial que agrupa a todas aquellas personas físicas o morales a las cuales el Gobierno Federal les ha otorgado una concesión, para instalar, operar y explotar comercialmente estaciones ya sea de radio y televisión o bien de servicios de nuevas tecnologías; para la transmisión de datos, audio y video a través de una señal digital<sup>1</sup>.

Entre los objetivos más importantes de la CIRT se encuentran, representar y defender los intereses generales de la industria de radio y televisión, es decir de todas las empresas que la constituyen; estudiar las cuestiones que tienen relación con la industria y provee las medidas que ayuden al desarrollo de las mismas; es también un órgano de consulta del Estado, hace las representaciones necesarias ante las Autoridades Federales de estados y municipios de la República y solicita ante ellas, la expedición, modificación o derogación de las leyes y disposiciones administrativas que afecten a la actividad industrial; y funge como árbitro o arbitrador en los conflictos entre sus socios<sup>2</sup>.

La CIRT se define como una organización autónoma y de interés público, ella actúa en el espacio público, pues uno de sus objetivos es incidir en las decisiones que atañen a los bienes públicos, como lo es el espacio radioeléctrico en el que llevan a cabo sus transmisiones tanto las empresas de radio como de televisión.

Siguiendo a Jepperson<sup>3</sup>, hay tres portadores de la institucionalización: la organización formal, los regimenes y la cultura.

---

<sup>1</sup> Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). Estatutos, México, 2006, p. 1

<sup>2</sup> Disponible desde Internet en: [http://www.cirt.com.mx/funciones\\_de\\_la\\_cirt.html](http://www.cirt.com.mx/funciones_de_la_cirt.html) Consultado en mayo de 2007

<sup>3</sup> Ronald D, Jepperson. Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México D.F 1991, p. 203.

La CIRT al ser una organización formal, reconocida por el Estado y que actúa en el espacio público, es una portadora de prácticas y reglas a las cuales se suman los concesionarios por el simple hecho de pertenecer a la industria de radio y televisión.

Pero hay dos tipos primarios de institucionalización informalmente organizada. El primero, Jepperson lo señala como *regimenes*, se refiere la institucionalización en algún sistema de autoridad central (reglas y sanciones expresamente codificadas), sin una incorporación primaria en un aparato organizacional formal. Por ejemplo una profesión. Aquí podemos ubicar la política de radio y televisión (Entendida como la expresión del proceso a través del cual los concesionarios y el Estado mexicano definieron las características formales e informales a la cual se ciñe en su actuar la CIRT, la política de radio y televisión fue producto de una serie de negociaciones y enfrentamientos entre el Estado y los concesionarios.

Por último, resta señalar a la cultura como portador de la institucionalización, esto se lleva a cabo por las reglas, procedimientos y metas sin representación primaria en un aparato organizacional formal y sin el control y la sanción por parte de una autoridad “central”. Estas reglas son de tipo habitual o convencional.

Retomando el argumento de que la CIRT es una organización formal portadora de instituciones, quiero abundar sobre un aspecto que más tarde ubicaremos empíricamente en cada uno de los arreglos institucionales que se han generado al interior de la CIRT, así como en su trato con el poder público.

Por ello Jepperson<sup>4</sup> nos señala que: “la institución representa un orden o patrón social que ha alcanzado cierto estado o propiedad....por orden de patrón me refiero, como se acostumbra, a secuencias de interacción estandarizadas. Por tanto una institución es un patrón social que revela un proceso de reproducción particular. Cuando se contrarrestan las desviaciones respecto de este patrón en forma regulada, por medio de controles reiterativamente activados, socialmente contruidos, (es decir por un conjunto de recompensas y sanciones) decimos que un patrón esta institucionalizado”.

---

<sup>4</sup> Ibidem. pp. 195-197

Conviene apuntar que la institucionalización es una *propiedad relativa*<sup>5</sup>): nosotros decidimos considerar un objeto una institución según sea el contexto analítico.

Que una práctica sea una institución esta:

1) En relación a contextos especiales: como ejemplo podemos citar lo siguiente: En Inglaterra esta institucionalizada la televisión pública autónoma bajo el control de la ciudadanía, como es el caso de la BBC de Londres, pues *está incorporada a un conjunto de prácticas reproductoras y de apoyo y no es muy dependiente de una intervención política para su empleo*. En el caso de México esto no ocurre, la figura de televisión pública está asociada con el concepto de público entendido como gubernamental y no como público (en el sentido de lo que está al alcance de toda la ciudadanía).

2) Los niveles primarios de organización pueden funcionar como instituciones en relación con niveles secundarios de organización. La Confederación de Cámara Industriales de la República Mexicana (CONCAMIN) puede parecer más una institución en relación con la CIRT, ya que la primera es la agrupación de todas las organizaciones industriales existentes en México. Y a su vez la CIRT puede parecer más una institución que la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, pues esta última se ciñe a un ámbito regional más estrecho, la ciudad de México.

3) Que un objeto sea una institución está vinculado con la dimensión particular de una relación. Como ejemplo podríamos citar lo siguiente Televisa en mayor grado una institución para México y América Latina que para cualquier otra parte del mundo.

4) En relación con la centralización. En los sistemas, las partes centrales son instituciones en relación con las periferias. Una asociación puede ser más una institución para el que no es miembro que para el que sí lo es. El régimen de coordinación político-económica internacional es una restricción más externa y objetiva para Ghana que para el FMI

La CIRT adquiere pertinencia y legitimidad externa en tanto influye en la generación de marcos normativos de la industria de radio y televisión, y en que es una organización reconocida por el Estado para influir en la defensa de los intereses generales de la

---

<sup>5</sup> *Ibidem*: 196

industria. Scott<sup>6</sup> señala que a partir de Parsons, se hizo insistencia en que las organizaciones deben actuar en correspondencia, deben ser congruentes con los valores sociales más amplios si se desea que la organización sea legítima y por tanto tenga derechos reconocidos sobre los recursos sociales. Este es un punto importante, si bien la CIRT es una institución legalmente reconocida por el Estado, tiene legitimidad pues logró hacer que los metas de la organización fuesen reconocidas, (pero bajo un Estado autoritario), la Cámara sabe que antes que una organización que persiga fines sociales es una organización que agrupa a particulares que explotan un bien público (como es el espacio radioeléctrico en que transmiten sus señales), una organización de ese corte tiene problemas para adquirir legitimidad social, por ello los concesionarios recurren en varias ocasiones (y de manera retórica) al papel que cumplen los medios en las democracias contemporáneas.

De acuerdo a los tipos ideales que propone Ricardo Tirado con respecto a las cámaras industriales que integran la Concamin<sup>7</sup>, se puede decir que la CIRT comparte características del tipo *Club* y del tipo *Estadio*. Pues a la cámara la integran grandes empresas de radio como de televisión, que mediante la figura de cadenas poseen o afilian estaciones de radio o de televisión, y dentro de la organización existen otros tantos concesionarios que no tiene la misma capacidad de recursos que las grandes empresas, son más bien del tipo de concesionarios independientes pues no pertenecen a ninguna cadena de radio o televisión.

Del tipo *club* podemos rescatar que son las grandes empresas<sup>8</sup> que constituyen a la CIRT, las que se asemejan a las características asignadas a este tipo, en el sentido de que entre ellas el conflicto está ausente, debido a que este tipo de afiliados podrían prescindir de la organización ya que gozan de capacidad para acceder a las más altas esferas de gobierno y luchar por sus respectivos intereses, pero se observa que la CIRT es utilizada en distintos momentos por ellos; la cámara les sirve para algo, pues a pesar de sus grandes recursos no excluyen su utilidad para lograr sus objetivos. Ellas han utilizado sus recursos para

---

<sup>6</sup> Scott, W Richard. Retomando los Argumentos Institucionales. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF, 1991., pp. 216-236.

<sup>7</sup>Ricardo Tirado, "El poder en la Confederación de Cámaras Industriales" en: Luna Matilde y Cristina Puga *Acción colectiva y organización: estudios sobre desempeño asociativo*, en prensa.

<sup>8</sup> Son empresas que gozan de grandes recursos económicos (que se traducen en la adquisición de tecnología de punta para operar sus estaciones) y políticos (traducidos en la capacidad para presionar al gobierno a que se atiendan sus demandas)

construir y mantener la dirección de la agenda dentro de la CIRT, han logrado también construir “...prácticas rutinarias recogidas en reglas de operación muy estables que se han ido dando a lo largo del tiempo y en las que está codificado el poder de las empresas mayores”<sup>9</sup>

El poder en la cámara radica en los grandes empresarios, quienes lo detentan a través de *un senado informal de patronos*<sup>10</sup> que pueden integrar ellos mismos y/o representantes establecidos por ellos mismos. Este senado supervisa por consenso la buena marcha de la organización, aprobando la designación de los dirigentes adecuados y vigila la conveniencia de las decisiones aprobadas por la cámara. Los presidentes de estas cámaras funcionan como dirigentes acotados por las reglas ceñidas y el perfil de estos dirigentes es generalmente de altos empleados (ejecutivos, apoderados, o cabilderos).

Ahora bien vayamos con el *tipo estadio*, son las empresas micro y pequeñas propiedad de los concesionarios independientes los que se comportan de acuerdo a este tipo, pues carecen de recursos, capital, de tiempo, de atención, de información y de cultura asociativa. Ellos tienen una participación marginal o nula en la organización<sup>11</sup>. Gracias a estas características, en la organización se crea la tendencia a que las grandes empresas sean las más participativas, pues al contar con mayores recursos, y personal pueden dedicar tiempo a la participación en la organización, por lo que tienen amarrados cargos importantes de la estructura directiva de la CIRT, y de esta manera influyen considerablemente en los cursos de acción que llevará a cabo la organización. Por ello los pequeños concesionarios tienen menor capacidad de desplegar acción colectiva que pueda ser efectiva.

La cámara es un instrumento legitimatorio de un modelo de industria de radio y televisión que privilegia el criterio comercial, en el que están presentes la expansión empresarial y la acumulación de capital. Así pues, en coyunturas especiales, cuando las grandes empresas quieren impulsar a través de la cámara un asunto en particular, los altos empleados de estas ocupan los cargos directivos de la CIRT, como fue el caso de Bernardo Gómez alto

---

<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> La presidencia de la Cámara la han ocupado altos directivos de empresas televisoras como lo fue Bernardo Gómez en 2001 a 2002, o Jorge Mendoza que fue presidente de la CIRT de 2002 a 2004, él era alto empleado de TV Azteca, se desempeñó como Vicepresidente de Información y Asuntos Públicos de Televisión Azteca.

<sup>11</sup> Ibidem.

empleado de Televisa y amigo muy cercano al actual presidente de Televisa Emilio Azcárraga Jean. Gómez llega a la presidencia de la CIRT en 2001, en ese momento se pretendía eliminar de la legislación la obligación de todos los concesionarios de radio y televisión, a cederle al Estado un porcentaje de 12.5% del tiempo diario de transmisión en sus respectivos medios, esto se consigue en octubre de 2002, momento en donde Bernardo Gómez sale de la presidencia de la CIRT, para dedicarse a sus ocupaciones con la empresa Televisa.

## **1.1 Antecedentes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)**

El surgimiento de la radio en México

La radiofonía en México surge como una actividad de aficionados y de experimentadores. A partir de 1917 ya había intentos en radiofonía pero estos estaban todavía en calidad de radioaficionados y eran muy efímeros, había personas que instalaban en sus domicilios los aparatos y se comunicaban entre sí. Las distancias que recorría el mensaje del transmisor al receptor eran muy cortas, por ejemplo de Mixcoac a Popota o a Azcapotzalco.

La primera emisión radiofónica<sup>12</sup> en nuestro país fue realizada por el Dr. Adolfo Enrique Gómez Fernández en la Ciudad de México, el 27 de septiembre de 1921<sup>13</sup>, pero según los industriales de radio y televisión la paternidad de este hecho se la atribuyen a Constantino Tarnavara Jr. quien el 9 de octubre del mismo año logra la primera transmisión en Monterrey<sup>14</sup>.

La Radio una nueva actividad que resulta atractiva.

Una de las razones por las que la radio se convirtió rápidamente en una industria atractiva fue su potencial en cuanto a la comercialización de espacios. Muchas actividades

---

<sup>12</sup> Rosalía Velásquez Estrada, "El Nacimiento de la Radiodifusión Mexicana", disponible desde Internet en: <http://www.iih.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc09/9111.html>

<sup>13</sup> Estados Unidos fue el primer país que transmitió un mensaje radiofónico en el mundo, en la nochebuena de 1906 utilizando el principio heterodino, Reginald Fessenden transmitió desde Brant Rock Station, Massachusetts la primera radiodifusión de audio de la historia. A partir de 1920 se llevaron a efecto las primeras transmisiones radiales de la KDKW, instalada en Pittsburgh, estado de Pennsylvania, Estados Unidos y de esta manera se popularizaría la radio comercial. Tomado de "Las Primeras Trasmisiones de radio en el mundo". Disponible desde Internet en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Primera\\_transmisi%C3%B3n\\_radial\\_del\\_mundo](http://es.wikipedia.org/wiki/Primera_transmisi%C3%B3n_radial_del_mundo)

<sup>14</sup> Fátima Fernández Christlieb, *Los Medios de Difusión Masiva en México*, Juan Pablos Editor 3ª edición. México D.F 1982, p. 92

económicas tradicionales, debido a la Revolución fueron afectadas, y varios grupos de la burguesía porfiriana decidieron incursionar en otras actividades, como lo fue la radiodifusión, bajo las nuevas reglas que dictó la Constitución de 1917<sup>15</sup>.

Esto se puede ejemplificar con el caso de la familia Milmo<sup>16</sup>, que durante el porfiriato se dedicó a actividades altamente lucrativas como son los ferrocarriles, la banca y la minería, pero los acontecimientos violentos de la revolución influyeron negativamente en sus finanzas. En 1922 la firma realizó un balance general tras el cual la empresa se declara sociedad en liquidación, y conservó un capital suficiente para invertirse en aquellas ramas de la producción no afectadas directamente por las nuevas disposiciones jurídicas, y la industria de radiodifusión se mostraba como un nicho atractivo.

La burguesía nacional a principios de la década de los veinte ya comenzaba a vislumbrar el potencial que la radio comercial representaba para la conformación de un mercado interno, es decir para la creación y consolidación de la industria nacional, pues la radio se inserta perfectamente en el sistema capitalista al ser un medio que favorece la acumulación de capital privado. La Concamin dirigió en 1922 al entonces presidente Álvaro Obregón una carta donde solicitaba se impulsara la radiotelefonía pues ella funcionaría como un vehículo de contacto entre los principales centros industriales del país<sup>17</sup>.

Las primeras organizaciones de radio

La institucionalización es una propiedad de un orden<sup>18</sup>, cuando hay ausencia de orden, no hay procesos reproductores que puedan incluir un nuevo aspecto que requiere institucionalización así pues cuando surge la radio como una actividad, las personas interesadas en el medio se preocupan en constituir una organización formal que contenga esos procesos reproductores.

La Liga Nacional de Radio

---

<sup>15</sup> *Ibidem*

<sup>16</sup> Patricia Milmo contrajo nupcias con Emilio Azcárraga Vidaurreta.

<sup>17</sup> Francisco Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, México 1988, Fundación Manuel Buendía. P 20

<sup>18</sup> Ronald D. Jepperson Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF, 1991, p. 199.



Los radioaficionados que estaban interesados por esta actividad y a fin de enriquecer sus conocimientos sobre la radio forman en 1922 en el Colegio Francés de la Ciudad de México, “la Liga Nacional de Radio” organización creada originalmente con la finalidad de intercambiar experiencias, como presidente de la organización es elegido el ingeniero Salvador F. Domenzáin. Esta asociación estaba formada por radioaficionados, radio experimentadores y también por aspirantes empresariales, personajes que comenzaban a hacer su aparición<sup>19</sup>.

La Liga Nacional de Radio que surge originalmente con la finalidad de intercambiar experiencias, pronto comienza a adquirir características de gremio empresarial al dedicarse además del intercambio de experiencias, a elaborar y expresar públicamente proyectos de radiodifusores con pretensiones comerciales.

Esta asociación no pudo mantenerse cohesionada por mucho tiempo, pues aún no había una concepción clara de parte de los radiodifusores comerciales por impulsar y mantener eficientemente esta industria, esto es comprensible pues la radio era una actividad nueva que aún no lograba insertarse de lleno como un elemento de suma importancia para el mercado. Esto gracias a la escasez de receptores, al reducido número de estaciones y las dificultades para mantenerse transmitiendo; por ello la publicidad no logra insertarse permanentemente en este medio.

Siete meses después de ser fundada la organización se reestructura, cambia sus estatutos así como su mesa directiva, en la que se encuentran los siguientes personajes: como presidente Vicente Lombardo Toledano; secretario J. N Velazco; tesorero Enrique Hubord; vocal presidente del comité el ing. Salvador F. Domenzáin y vocal presidente del comité de publicidad el profesor Felipe Sierra. Para marzo de 1923 la organización ya estaba agonizando, los perfiles de los personajes que integran el gobierno de esta organización nos indican que la organización aún no se comporta como organización gremial empresarial, pues aún figuran personajes que no se identifican plenamente con la explotación comercial del medio, como es el caso de Vicente Lombardo Toledano.

---

<sup>19</sup> Como el caso de Raúl Azcárraga Vidaurreta propietario del Garage Alameda en 1922 quién a propuesta de Sandal S. Hodges, (Militar y agente de ventas de la compañía Ford), se convence de trasladarse a Texas y recibir capacitación técnica en el campo militar de Houston, para después fundar la Casa del Radio. Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México 1988.

Liga Central Mexicana de Radio.

La organización que logra mantenerse más tiempo para impulsar y defender los intereses de la naciente industria de radio fue la *Liga Central mexicana de Radio* (LCMR) fundada en Marzo de 1923, que es la fusión de la mencionada Liga Nacional de Radio y de otras organizaciones dedicadas al intercambio de experiencias técnicas en materia de radiodifusión, como el *Club Central Mexicano de Radio* y el *Centro de Ingenieros*; la iniciativa de formar la organización sale del Ing. Modesto C. Rolland quién hizo un llamado a formar un club de radiotelefonía que fuese capaz de impulsar el uso comercial de la industria en cuestión.

El número de socios de esta organización ascendía a quinientos, sus miembros pagaban una cuota mensual de un peso; para ese entonces muchos de ellos apenas se iniciaban en la radiotelefonía y asistían a las sesiones para aprender el manejo de los receptores y poder escuchar los conciertos que captaba el “potente aparato” con el que contaba la liga; asimismo tenían derecho de asistir a las conferencias que brindaban personas doctas en la materia y que pertenecían a la misma liga, como era el caso del ingeniero Manuel L. Stampa.

Dentro de las actividades de la liga, la más importante fue su acercamiento con el presidente Obregón. El 15 de marzo mandaron un memorial a la presidencia de la república pidiendo facilidades para impulsar y extender la radio telefonía en México; en mayo del mismo año la liga presenta un proyecto de reglamento para regir el funcionamiento de las estaciones de radiodifusión, que entre sus puntos más importantes se encuentran:

- a) Que el Estado tuviera la supervigilancia sobre la radiodifusión a través de la SCOP<sup>20</sup>, controlaría la expedición de permisos y el registro de estaciones, la asignación de letras de identificación, el examen y la aprobación personal técnica de aquellos. El Estado se reservaba para si mismo el derecho de revocar permisos,

---

<sup>20</sup> Contrario a lo que muchos mencionan, Fernando Mejía (Ibídem) argumenta que la industria de radio nunca fue un sector desatendido por el Estado, por el contrario ésta se inserta en el proyecto que posteriormente se denominaría industrialización, el Estado a través de un pacto traducido en alianzas con el capital privado dejó en manos de incursores privados el manejo económico de esta actividad reservándose el control político de este medio. La idea de la “supervigilancia” se da como resultado de uno de los acuerdos de la Comisión Interamericana de Comunicaciones (CIACE), de 1924 entre gobiernos de América Latina.

retirar licencias y ordenar clausurar en caso de emergencia o guerra a las estaciones radiofónicas<sup>21</sup>.

- b) La clasificación de estaciones: 1) estaciones de gobierno, dedicada a servicios oficiales; 2) estaciones comerciales, destinadas a transmitir mensajes privados mediante remuneración; 3) estaciones de servicio público, con programación educativa y de entretenimiento general incluyendo toda clase de información de interés público; y 4) estaciones de aficionados, conformada por personas que se dedicarían al estudio y experimentación e investigación en radio.
- c) Existencia de un horario de transmisiones: 1) las estaciones de gobierno podrían transmitir todos los días y a cualquier hora siempre y cuando adoptasen el sistema de onda continua de lo contrario no transmitirían de las 19:00 a las 22:00hrs excepto en casos extraordinarios; 2) las estaciones comerciales podrían transmitir todos los días y a cualquier hora sin restricción de cualquier tipo; 3) las de servicio público transmitirían todos los días pero los lunes y los miércoles no podrían hacerlo de 19:00 a 22:00 hrs.; 4) las estaciones de radioaficionados podrían transmitir todos los días excepto en el horario citado en los apartados 1 y 3<sup>22</sup>.

A los radiodifusores comerciales les interesaba reservarse el horario de 19:00 a 22:00 horas pues en ese lapso de tiempo era el momento en que las personas encendían sus aparatos radiofónicos, y por lo tanto era la hora de mayor audiencia de ese entonces y era el momento para la comercialización del medio surtiera efecto.

Entre otras acciones de la LCMR, se encuentra la oposición al impuesto sobre la tenencia de aparatos receptores que implantó el gobierno en junio de 1923 consistente en pagar 12 pesos anuales por la posesión de receptores. Además, la liga no se limitó a su actividad político gremial también se abocó al campo de la promoción publicitaria de la radiodifusión comercial, en junio de 1923 organizó la “1ª Feria Nacional de Radio” en la que se exhibieron aparatos receptores de empresas constructoras y distribuidoras de equipos de radio.

---

<sup>21</sup> Es de suma importancia mencionar que el espacio radioeléctrico donde se transmiten las señales radiofónicas pertenece a la nación y es el Estado el ente encargado de administrarlo. Durante esa época el gobierno surgido de la revolución sabía muy bien que los enemigos del reciente régimen podrían utilizar el medio para instrumentar ataques.

<sup>22</sup> *Ibidem* p 36.

Para mayo de 1923, ya operaban diversas casas comerciales en este ramo, tanto extranjeras (por ejemplo, la General Electric y la Westinghouse), como nacionales (Velasco y Compañía y Garaje Alameda, propiedad de Raúl Azcárraga). A pesar de estas acciones la liga no logró alargar su permanencia más allá de 1924.

Aquí podemos ubicar la generación de procesos de reproducción autoactivados, es decir se van conformando las reglas y las prácticas de la organización. Uno de las características del gremio de los radiodifusores y la industria de radio y televisión, es la explotación comercial y privada del medio, vemos que al crearse la Liga central Mexicana de Radio se va conformando como un elemento organizacional: la característica privada del medio y vemos que inciden para que los reglamentos sean favorables al criterio comercial, pronto se vertería al conjunto de la política de radio y televisión.

“Un patrón social se reproduce por medio de la acción si las personas, en forma reiterativa (re)movilizan y (re)intervienen en el proceso histórico para asegurar su persistencia”<sup>23</sup>.

Por otro lado podemos ubicar a los concesionarios como un grupo de presión en tanto que: los grupos de presión son conjuntos de individuos formados en torno del interés particular común, cuya finalidad esencial consiste en la defensa de ventajas materiales o la salvaguarda de valores morales que influyen para el efecto en la política pública. Sólo los organismos que arriesgan algo en el proceso político pueden incluirse en la categoría de grupos de presión<sup>24</sup>

Norberto Bobbio<sup>25</sup> dice que, “entendemos por presión la actividad del conjunto de individuos que unidos por motivaciones comunes tratan de influir a través del uso o de la amenaza de sanciones en la acción que toma el poder político, ya sea a fin de cambiar la distribución prevaleciente de bienes, servicios, cargas y oportunidades, ya sea a fin de conservarla ante las amenazas de intervención de otros grupos, o del poder.” Esto fue lo que comenzaron hacer desde un principio las empresas que se perfilaban a ser las más grandes,

---

<sup>23</sup> Ronald D. Jepperson. Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México D.F 1991. p 200.

<sup>24</sup> Celso Enrique Pérez Wong. “Los Grupos de Presión el caso Televisa en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari”. *Tesis de Licenciatura en Ciencia Política*, UAM, Iztapalapa 1999, p. 11

<sup>25</sup> Norberto Bobbio, y otros. *Diccionario de política*, Tomo I, Editorial Siglo XXI México, D.F 1981. p.791

## Expansión de la radio comercial

Conforme a Fernando Mejía Barquera<sup>26</sup>, la radio comercial en México en el siglo XX se inició y desarrolló gracias a dos factores: uno la cercanía que tiene México con Estados Unidos y otro la imposibilidad de los capitales nacionales para impulsar por ellos mismos la industria pues se requería inversión de grandes capitales para ello.

Para dar cuenta del atraso con respecto a Estados Unidos estos datos son pertinentes: en 1922 existían tres emisoras de radio experimental, de 1926 a 1928 existieron entre 16 y 17 estaciones en México, en 1929 existían 11 estaciones mientras que en el vecino país ya funcionaban 400 mil aparatos receptores y su gobierno había concedido 254 permisos para propagar comercialmente ondas radiofónicas<sup>27</sup>. Todas las estaciones nacionales de este periodo comparten la característica de ser propiedad de pequeños y medianos empresarios.

Dos son las corporaciones que incursionan en el mercado de la radiofonía en México: la Radio Corporación of America (RCA) y la cadena Nacional Broadcasting Corporation (NBC), la primera se caracteriza por dedicarse a la venta de fonógrafos y discos así como de aparatos receptores de ondas radiofónicas y la segunda por ser poseedora de una extensa cadena de estaciones radiofónicas.

México era un nicho de mercado muy atractivo (que hasta entonces era aprovechado sólo para la venta de discos, fonógrafos y pocos receptores de radio a través de The Mexico Music Co. (filial de RCA en México), en donde Emilio Azcárraga Vidaurreta trabajó en 1925.

Una de las constantes en los reglamentos relativos a la radiodifusión (hasta fechas recientes) es la prohibición de establecer estaciones radiofónicas a extranjeros. La Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926 no era la excepción, por esta razón la RCA a través de la compañía Mexico Music, se alió con Emilio Azcárraga<sup>28</sup> y fundaron en la década de los

---

<sup>26</sup> Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. I (1920-1960)*, México 1988, Fundación Manuel Buendía.

<sup>27</sup> Fátima Fernández Christlieb, *Los Medios de Difusión Masiva en México*, Juan Pablos Editor 3ª edición, México D.F, 1982, P. 94

<sup>28</sup> Muchos capitales radiofónicos extranjeros, sobre todo en el norte del país hacen lo mismo. Ellos ponen el capital y empresarios nacionales quedan al mando de las estaciones.

años treinta la XEW con capital en su mayoría de la Compañía Mexico Music Co. que aportó 3500 de las 4 mil acciones que cubren el capital social de dicha emisora.

La XEW sirvió como precedente para la absorción de otras radiodifusoras en el interior de la república que ya funcionaban y así se erigió como cadena radiofónica. La XEW incorpora la XEH de Monterrey, Fundada por Constantino Tarnavara en 1921; la XEFI de Chihuahua, instalada por Radio Telephone Company de los Estados Unidos; la XEI de Morelia, Michoacán, y la XEFE de Nuevo Laredo Tamaulipas.

En 1938 la Columbia Broadcasting System (CBS) hace su aparición en la industria radiofónica nacional a través de la Cadena XEQ. La primera estación de ésta cadena fue fundada en la ciudad de México, al año siguiente se instalan otras tres: XEOX en Ciudad Obregón, Sonora; XEHR en Puebla; y la XEA en la capital del estado de Campeche, en 1941 la XEQ-CBS instala otras cinco, en Tampico, Monterrey, Guadalajara, en Orizaba Veracruz y en Oaxaca.

El impulso a la radiodifusión nacional que vino de capitales extranjeros contribuyó a que la radio pronto se convirtiera en un elemento indispensable de la vida cotidiana para una gran cantidad de personas, las estaciones comerciales crecieron de 19 en 1929 a 52 en 1934, también comenzaron a aparecer estaciones a lo largo y ancho de la república ya no sólo en el DF. En 1932 existían 42 estaciones, 13 en el Distrito Federal, 16 en el norte del país, y el resto en Jalisco, Michoacán, Veracruz y Puebla<sup>29</sup>

La expansión de los capitales radiofónicos siguió su curso, gracias también, al apoyo gubernamental hacia la industria. En 1931 el régimen amplió el tiempo de duración de permisos para la operación de estaciones y se adhirió el término “concesiones”, las cuales podían durar un plazo no mayor a 50 años<sup>30</sup>, además en el reglamento de la Ley de Vías Generales y Comunicación (LVGC) de 1933 se estableció que las estaciones podían dedicar hasta un 20% de su tiempo de transmisión a la publicidad comercial, también dentro de la ley se incluye un cómodo gravamen del 5% sobre los ingresos brutos de las estaciones, y permitía a los radiodifusores la posibilidad de tener otras empresas y a los anunciantes sus propias estaciones.

---

<sup>29</sup> Op Cit p. 53

<sup>30</sup> Anteriormente la figura de “Permiso” concedía un plazo de un año para operar estaciones radiofónicas.

## 1.2 Los Conflictos regionales

La organización gremial de los empresarios dedicados a la radiodifusión, desde sus inicios vislumbra la heterogeneidad en su composición. El siguiente apartado trata de explicar cómo se va dando la convergencia de todos los empresarios en una sola organización que a la larga se dedicara a defender los intereses generales de todo el ramo en cuestión, pero claro, no olvidando que hay un grupo de empresas y visiblemente una familia: los Azcárraga, que se adjudican el control de la agenda de la industria de radiodifusión así como de la organización gremial.

### El Centro

Un aspecto muy importante en la conformación de la industria radiofónica nacional es el centro<sup>31</sup>, pues se erige como una de las regiones que mejor consolidaron la concentración y acumulación de capital en esta industria.

El centro se vuelve importante para la actividad radiofónica gracias a dos motivos, el primero es de bastante obviedad, pues gracias a que en la Ciudad de México están asentados los poderes federales, es aquí donde se hacen todos los trámites correspondientes para la asignación de frecuencias<sup>32</sup>. El segundo motivo fue el hecho de que la centralidad del país forzó a esta zona a ser un punto en donde surgían los diferentes proyectos y se condensaban también las infraestructuras<sup>33</sup>, además de que esta zona representa un gran mercado por el número de población que aquí reside.

El primer industrial de la radio en explotar las posibilidades del centro es Emilio Azcárraga Vidaurreta que a pesar de pertenecer al norte del país, es en la ciudad de México donde desarrolla sus proyectos de expansión empresarial. En los años treinta, en la capital establece alianzas con dos cadenas radiofónicas norteamericanas, la NBC y la CBS, a las cuales afilia a sus dos estaciones la XEW y la XEQ, para 1941 funda Radio Programas de

---

<sup>31</sup> Fátima Fernández Christlieb, aborda el estudio de las distintas regiones que componen a la industria radiofónica nacional y los conflictos que vivieron los bloques que ella llama “centro y regiones”. Fátima Fernández Christlieb, *La Radio Mexicana Centro y Regiones*, México 1997, Juan Pablos Editor, 188 pp.

<sup>32</sup> Por lo que los radiodifusores se percatan de los beneficios de llevar una buena relación con los miembros de la burocracia estatal, situación que se ve marcada claramente en los sexenios de Manuel Ávila Camacho, y exagerada en el sexenio de Miguel Alemán.

<sup>33</sup> *Ibidem*.

México con la intención de construir una cadena con estaciones afiliadas, y para 1945 ya tiene 38 radiodifusoras latinoamericanas afiliadas.

#### La Asociación de Mexicana de Radiodifusores Comerciales

Otro antecedente de la CIRT es la Asociación de Mexicana de Radiodifusores Comerciales (AMERC) que es una asociación producto del conflicto existente entre las radiodifusoras identificadas con el centro de la república y de radiodifusoras existentes en otras regiones del país identificadas con la provincia, el producto de este conflicto es una organización que toma la forma de cámara empresarial, ambos bloques se dieron cuenta de los beneficios que otorgaba construir y defender una organización que luchase por los intereses generales de la industria.

#### Las Regiones y la formación de La Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER)

En 1937 siete radiodifusores, del interior de la república deciden formar un frente de estaciones de los estados para mejorar sus condiciones e intercambiar ideas técnicas y comerciales, estos empresarios, van a pujar en los siguientes decenios para que los intereses de radiodifusores del interior de la república sean tomados en cuenta.

En febrero de ese año se reúnen en el restaurante Manhattan de la Ciudad de México, Clemente Serna (XET) de Monterrey, Fernando Pazos Sosa XEU de Veracruz; Roberto Meneses XEJ de Ciudad Juárez, Mario Bozzano XED de Guadalajara, José Rodríguez López XETP de Veracruz, Rodolfo Juárez XECZ de San Luis Potosí; y José Expedito Martínez XEFW de Tampico para formar la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER)

La inquietud que movilizó a estos industriales de la radio a agruparse fue la de conformar un frente unido contra los radiodifusores de la capital, los radiodifusores de los estados ya habían ganado presencia en sus distintas regiones, lo cual representaba un negocio en ascenso que debían defender, y cadenas como la de Azcárraga habían instalado repetidoras en sus localidades que afectaban sus respectivos ingresos por concepto de publicidad de las estaciones provincianas.



La AMER se propone los siguientes objetivos: 1) Formar un frente unido de estaciones de los estados; 2) Pugnar por el mejoramiento de las condiciones de los mismos; y 3) establecer un intercambio de ideas técnicas y comerciales entre sí.

Los proyectos de expansión de Azcárraga obligan a tomar cartas en el asunto, por lo cual convence al empresario Clemente Serna de Monterrey para unir esfuerzos, alianza que se materializa con la creación de Radio Programas de México (RPM), el cambio de actitud de Clemente Serna (que en un principio formó junto con otros concesionarios la AMER) puede explicarse de la siguiente manera: para este radiodifusor la idea de expandirse y acumular capital junto con Azcárraga resultó más atractiva que hacerlo a través de la AMER.

Pero otros radiodifusores permanecieron firmes ante la idea de conformar un frente que contrarrestara el peso de las estaciones del centro; y algunos empresarios con grandes capitales comienzan a hacer lo mismo que Azcárraga Vidaurreta: formar cadenas. En esos años se forma Radio Cadena con las mismas iniciales del radiodifusor Rafael Cutberto Navarro.

Los hermanos Meneses de la XEJ se unen a este frente, Pedro y Roberto Meneses Hoyos; el primero es elegido como secretario de la AMER, pues es la intención de estos hermanos contrarrestar el poder del centro. La región de donde son originarios estos empresarios (Ciudad Juárez) ayuda a que se levante como un grupo fuerte, en los años cuarenta esta región funge como un centro de gran relevancia al ser una ciudad ubicada como paso entre Estados Unidos y México; además esa cercanía con el vecino país posibilitó la expansión y desarrollo de la industria radiofónica, gracias a la facilidad para introducir equipos transmisores y receptores.

La intervención de Luis de La Rosa<sup>34</sup> ayudó a convencer a los radiodifusores de los estados que la nascente organización no se limitaría solamente a los estados, sino que juntos se comprometieron a promover la defensa de los intereses de la industria entre todos los

---

<sup>34</sup> Era un médico que logró su primer contacto con la radio cuando fungió como anunciante de un producto llamado fosfocresol en la XEW, que más tarde se convierte en un importante operador político del grupo de Azcárraga y de la CIR

radiodifusores; sin importar de que región provengan, y con ello construir una organización de carácter nacional.

El 11 de junio de 1937 se crea la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC) esta organización agrupa a 20 estaciones del país: 10 del Distrito Federal, 2 de Veracruz, 2 de Tamaulipas y una por cada una de los siguientes estados: Puebla, Durango, Monterrey, León, Guadalajara y San Luís Potosí<sup>35</sup>. Su objetivo es "defender los intereses comunes de los radiodifusores y hacer frente común en todos los casos en que puedan resultar afectadas sus actividades" y fue elegido Luís de la Rosa como su primer presidente.

El arreglo de la organización como cámara industrial por parte de los radiodifusores se da en 1939, para cumplir con lo dispuesto por el gobierno, que desde 1936 a través de la Ley de Cámaras de Comercio e Industria obligó a todos los industriales a estar adscritos a una cámara empresarial, la AMERC ingresa a la Cámara de Transportes y Comunicaciones en donde constituye la Sección Radio, a través de esta cámara la capacidad de negociación frente al Estado se incrementó por estar representados en ella varios industriales, pero a su vez tenía un inconveniente: dicha cámara debía defender primero los intereses de todos los agremiados y después los particulares; por ello la AMERC conservó su calidad de asociación civil para mantener asegurada la defensa de sus intereses, pues era de gran importancia mantener una autonomía que les permitiera contar con la libertad absoluta en momentos en que la incorporación a esta cámara pudiera obstaculizar sus fines.

Entre las acciones más destacadas de la AMERC se puede mencionar un conflicto internacional: cuando luchan por el respeto a los tratados de la Habana de 1937; en esos tratados se estipula que ningún país podría penetrar el espectro radiofónico de cualquier otro, esto tenía una especial dedicatoria a las estaciones de EU, pues los concesionarios creían que estas estaciones podrían utilizar canales despejados para estaciones de potencia ilimitada y de esa manera penetrar en México. Los radiodifusores a través de la AMERC y también a título personal hicieron constantes peticiones al gobierno mexicano para que ratificara los tratados de la Habana, cosa que ocurrió en 1939.

---

<sup>35</sup> Al parecer la incorporación de la AMERC a las demás cámaras industriales solucionó el conflicto entre el centro las regiones.

Pero su mayor triunfo fue el de la Ley de Vías Generales y Comunicación de 1939 cuya versión final contiene muchas disposiciones que fueron propuestas por esta organización; también se consiguió en la misma que las estaciones radiodifusoras podrían gozar de las franquicias para la importación, libre pago de impuestos, de equipo, refacciones y accesorios.

### **1.3 La creación de la CIR y el liderazgo de la industria radiofónica de Emilio Azcárraga Vidaurreta**

El grupo que encabezaba Azcárraga gracias a sus dos poderosas estaciones la XEW y la XEQ, logró diseñar estrategias encaminadas a construir el liderazgo y la agenda de la industria y obteniendo beneficios económicos y políticos para ella. También creó cuadros políticos y teóricos que se movilizaban para la consecución de sus fines entre los que se pueden mencionar a Luis de la Rosa y el Lic. José Luís Fernández quienes desarrollaron un importante trabajo durante 1939 a fin de que la LVGC favoreciera a los industriales de radio. Tener un profundo conocimiento del estado de la radiodifusión en México les permitió construir el liderazgo de toda la industria.

Desde 1940 ya existía la pretensión de crear una cámara autónoma especializada en el gremio, y de esta manera enfocar sus fuerzas a la defensa y promoción de la industria de radio. Fue en 1941 cuando promulgada la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, se da el contexto propicio para formar su propia cámara. La entonces nueva ley establecía la separación de cámaras mixtas de comercio e industria y autorizaba a su vez la creación de cámaras especializadas. El 14 de diciembre de 1941, se aprobó legalmente la constitución de la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión (CIR) y el 2 de enero de 1942 se firmó la escritura constitutiva de la organización.

Como primer dirigente fue elegido Emilio Azcárraga Vidaurreta y como miembros del consejo directivo fueron electos Luís de la Rosa, José Luís Fernández y el Ingeniero Juan Cross Buchanan<sup>36</sup>, así se logra claramente la consolidación del grupo de Azcárraga en torno a la dirección de la industria de radiodifusión.

---

<sup>36</sup> Hermano de Walter Cross Buchanan quién fungiría como secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, desarrolló un papel muy importante en la incorporación de iniciativas a la Ley Federal de Radio y Televisión

Entre las acciones más destacadas de la CIR se encuentran la unificación de la mayor parte de los concesionarios del país en torno al liderazgo del grupo Azcárraga; para febrero de 1942 ya tenían a casi la totalidad de los concesionarios de México; pero sin duda es también importante señalar el hecho de que la CIR a partir de ese momento se dedicó a estrechar sus relaciones con la burocracia estatal con el objetivo de obtener mayores beneficios económicos<sup>37</sup>; por ello resulta significativo mencionar que se nombra presidente honorario a Maximino Ávila Camacho, hermano del entonces presidente de la República y Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas.

Entre 1942 y 1943 la influencia y popularidad del liderazgo en torno al grupo de Azcárraga creció considerablemente, a tal grado que en esos años asociarse o pertenecer a Radio Programas de México era la una de las oportunidades de sobrevivencia para los pequeños empresarios de radio, a veces también para los grandes y los medianos.<sup>38</sup>

Para las emisoras pequeñas, la pertenencia a Radio Programas de México se convirtió en la única forma de obtener refacciones entre los años de la Segunda Guerra Mundial, pues hubo escasez de las mismas y RPM era la única cadena que mantenía estrechas relaciones con RCA-Victor empresa de la que obtenían tales refacciones, por ello en esos años RPM creció de manera notable en cuanto a las estaciones afiliadas a la misma y todo esto fue canalizado hacia la consolidación de la CIR.

En el decenio de 1940 a 1950 surgió un debilitamiento estatal en cuanto a la radiodifusión y un considerable aumento de la influencia de los industriales. Una disposición introducida a la LVGC de 1939 ayuda a ejemplificarlo, se creó la Comisión Consultiva de Radio que adquiere forma en 1941 y se formó por Ramón Cortés, jefe del departamento de Telecomunicaciones de la SCOP, por los Licenciados Ignacio Galindo, Rubén Fuentes y Arturo Melgar pertenecientes a la misma dependencia y por Luís de la Rosa y José Luís Fernández representantes de la CIR.

---

de 1960, Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México 1988, p. 105.

<sup>37</sup> Se puede mencionar a los siguientes cuadros Luís de la Rosa, que fue director de Educación Higiénica de la Secretaría de Salubridad y Asistencia en 1947, Guillermo Morales Blumenkon, gobernador interino del Estado de Puebla, etc.

<sup>38</sup> Op Cit. p.105

Como una de las actividades de la comisión que favorecieron a los radiodifusores, se encuentran la elaboración en 1942 del “Reglamento de Estaciones Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados”, en la cual se adecuó la ley para que se posibilitara la expansión del capital radiofónico. En los años cuarenta la industria encontró una enorme expansión. También en el artículo 28 del reglamento se hizo posible incluir publicidad comercial hasta el 50% del tiempo total de transmisión; también ese reglamento se caracteriza por tolerar las transmisiones en idiomas extranjeros, y se admite la traducción a cualquier idioma extranjero de comerciales permitidos por la ley; gracias a ello pudieron transmitirse una gran cantidad de programas propagandísticos a favor de los aliados tanto en inglés como en español durante la Segunda Guerra Mundial.

El hecho de que Azcárraga Vidaurreta haya construido y consolidado su liderazgo, fue uno de los soportes de unidad de la CIR como organización gremial, desde ese momento estar adscrito a esa organización suponía para todo radiodifusor algunos beneficios, pues la industria de radiodifusión durante los años cuarenta y cincuenta fue un importante vehículo para la consolidación del mercado interno y también para la industrialización, ya que permitió la circulación de mercancías de varias ramas productivas, así durante estos años los radiodifusores adscritos a la Cámara operaron con márgenes atractivos de ganancias.

Aquí es cuando la institucionalización de la unidad gremial se conforma. Una característica que veremos es que las empresas más grandes, logran incluir en un discurso común a todos los radiodifusores, las grandes empresas se percataron de que al ser la CIR una organización que agrupa a todos los concesionarios, tendría un mayor poder de negociación ante el Estado. Por ello verter las demandas de los grandes grupos (o en este caso de la familia Azcárraga) a través de la Cámara era mucho más productivo que hacerlo a título de una sola empresa.

#### **1.4 El problema de las repetidoras: tensión dentro de la CIR.**

En los años cincuenta surge tensión entre radiodifusores miembros de la CIR, las diferencias se dispararon cuando las radiodifusoras más poderosas del DF comenzaron a instalar estaciones repetidoras en los estados. En 1953 la XEX de Rómulo O' Farrill inicio la instalación de una repetidora en León y la XEW hizo su parte en Veracruz, Monterrey,

Oaxaca y Guadalajara. El objetivo era ampliar o asegurar la cobertura de sus transmisiones a lo largo y ancho de la república; algunas zonas del país, por sus características geográficas no podían recibir señales radiofónicas, a ellas sólo podía llegarse instalando en lugares muy cercanos a las estaciones, receptores que recibieran por vía telefónica la señal de la estación matriz y la emitiera a toda la zona.

Los radiodifusores de provincia ante esta situación sintieron sus intereses amenazados, pues la instalación de repetidoras implicaba según ellos, un costo mínimo para las radiodifusoras del centro, las repetidoras eliminaban los costos de operación, es decir de grabación de los programas y de los anuncios publicitarios; las repetidoras no implicaban gastos en locutores, ni de artistas, ni de personal administrativo, se necesitaba solamente a una persona para hacer funcionar la estación.

Las protestas de los radiodifusores de provincia se centraron en tres aspectos, el primero se refiere a la baja en las ganancias de estos concesionarios, pues la instalación de repetidoras podía crear la tendencia de los anunciantes, por preferir la compra de espacios publicitarios a grandes cadenas del centro, las cuales tenían cobertura nacional, así los anunciantes podrían tener presencia en mayores lugares que optando por estaciones regionales; esto provocaría la quiebra de muchas empresas regionales. El segundo aspecto se refiere al aumento de las tarifas por anuncios comerciales, pues según los radiodifusores regionales, se generaría una tendencia monopólica, un mercado publicitario manejado por unas cuantas empresas; el tercer punto de las protestas radicó en la agudización de la centralidad de la vida económica y cultural del país, pues al no haber (o existir) un número limitado de estaciones regionales, la gente que participa en ellas no podría acceder a una oportunidad, quedando solamente la posibilidad de que los artistas de la capital fuesen tomados en cuenta en detrimento de los regionales.

Para contrarrestar esta situación, las estaciones que sentían afectados sus intereses llevaron a cabo reuniones entre asociaciones estatales o regionales donde se organizaban concesionarios de provincia, se instaló un Comité Coordinador de Radiodifusoras de los estados en Veracruz como sede, dirigido por los señores Rubén Bouchez Nieto dueño de

de la estación XEJW, Isabel Díaz Licona de la XETF y Julio César Orozco de la XELL todos ellos miembros de Radiodifusoras Veracruzanas A.C.<sup>39</sup>

Durante todo el año de 1953, estas radiodifusoras recurrieron a todo tipo de medios para tratar de impulsar el apoyo de sus demandas por parte de las autoridades gubernamentales, para lo cual dirigieron cartas al presidente de la república, al secretario de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) Carlos Lazo y al Subsecretario de comunicaciones Walter Cross Buchanan<sup>40</sup>, pero nunca tuvieron el apoyo esperado.

Optaron por exigir a la CIR que definiera su posición ante tal situación, pero la CIR eludió durante mucho tiempo este asunto. Pero en la asamblea del Consejo Nacional de la CIR realizada en 1955, por presión de los radiodifusores de provincia, se incluyó este tema entre los puntos de discusión.

Los puntos fundamentales de discusión eran el relativo al problema de las repetidoras y a la forma en que los radiodifusores impulsarían la promulgación de una nueva ley, una ley específica para la industria de radiodifusión que la apartara de la vieja Ley de Vías Generales de Comunicación de 1939, la cual no permitía un desarrollo más activo de la industria.

La discusión se centró más en el segundo punto, pues era táctica de los directivos de la CIR aplazar lo más que se pudiera el tema, sin embargo se tenía que discutir este punto. Rubén Bouchez Nieto tomó la palabra para informar sobre la situación de las estaciones regionales a todos los miembros de la CIR; entonces el secretario del consejo nacional de esta cámara industrial José Luis Fernández apoyó la instalación de repetidoras argumentando que esto posibilitaba la cobertura de varias estaciones que no podían llegar a algunos puntos debido a que otras estaciones bloqueaban sus transmisiones.

Esta respuesta provocó la reacción violenta de Alejandro Díaz, radiodifusor de Guadalajara acusando al secretario del consejo nacional de la CIR de tomar una postura parcial del

---

<sup>39</sup> *Ibidem*.

<sup>40</sup> Este último muy ligado al grupo dominante de la industria de radiodifusión, pues era hermano de un importante dirigente de la CIR Juan Cross Buchanan, tan es así que a finales de 1953 Walter Cross Buchanan declaró ante varios periodistas que él veía con buenos ojos la instalación de repetidoras. Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México 1988, p.175.

problema<sup>41</sup>. Sin embargo José Luís Fernández argumentó que él no podía hacer nada al respecto, que los radiodifusores de provincia que se sintieran afectados por la instalación de las repetidoras debían concertar entrevistas con los propietarios de las repetidoras para llegar a un arreglo. La situación llevó a la realización de una asamblea extraordinaria en donde se trataría el problema de las repetidoras como punto principal. El único acuerdo a que se llegó en esta reunión de la asamblea del Consejo Nacional de la CIR fue luchar por una nueva Ley Federal de Radio y Televisión.

La asamblea extraordinaria se realizó en el D.F. el 3 de febrero de 1955, entre las posturas que tomaron ambos bloques enfrentados con respecto al impulso de una ley federal de radio se encuentran:

Los afectados por las repetidoras veían la necesidad de contar con una legislación que regulara la instalación de este tipo de estaciones e impidiera que su proliferación afectara sus intereses.

A los grandes grupos les interesaba eliminar de la legislación un conjunto de disposiciones que limitaban sus pretensiones monopólicas para esta industria así como su utilización política de parte de los concesionarios. Les interesaba la modificación de servicio público para esta industria por la de servicio de interés público, la libre determinación de tarifas por leyes de la oferta y la demanda<sup>42</sup>, todos estos asuntos comunes al gremio de radiodifusores.

O sea que una táctica del grupo dominante a través de los dirigentes de la CIR era tratar de incluir en un discurso común a todos los concesionarios de radio para de esta manera lograr procesar la inconformidad de los radiodifusores de provincia. Es decir, el descontento suscitado se trató de detener en torno a la ley federal de radio y televisión, pues los dirigentes de la CIR trataron de convencer a todos los concesionarios que el principal problema en atender por el momento era la nueva ley de radiodifusión y una vez consumado ese punto se podría pasar a otros asuntos, pues de lo contrario solo se motivaría la desunión del gremio.

---

<sup>41</sup> *Ibidem* 176

<sup>42</sup> Cuando se aborde la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 se abundara sobre estos puntos.



De esta manera pensaban los dirigentes de la CIR que así la acción política de esta cámara no perdería fuerza y se disminuiría la presión cada vez más fuerte de los radiodifusores de provincia.

La Asamblea General Extraordinaria llegó al acuerdo impulsado por la CIR, pero en cuanto al problema de las repetidoras no se llegó a ninguna conclusión, es más, se dio por concluido el asunto una vez que la SCOP aprobó a Azcárraga proyectos y diagramas para una repetidora que se instalaría en Veracruz y otra en Monterrey, al parecer la concesión se había entregado dos meses antes pero el anuncio no se dio en este contexto, sino hasta que se vertieran todas las opiniones acerca de las repetidoras.

Pero las estaciones afectadas organizadas en Radiodifusoras Veracruzanas A.C promovieron un juicio de amparo contra actos de la SCOP pues en su opinión con la instalación de estas repetidoras se violaban los artículos 4º, 6º 16º y 28º de la Constitución, pues según ellos se les impediría dedicarse a la actividad radiofónica y también se les imposibilitaría el derecho a contar con un canal de expresión.

Los radiodifusores de los estados, con todo esto, mostraron su falta de talento e ingenuidad política, pues es absurdo que le hayan pedido a un personaje como Luís de la Rosa que evitara la instalación de repetidoras<sup>43</sup>, los radiodifusores de provincia no se habían percatado que la fuerza de los grandes grupos de radio residía en gran medida en sus vínculos con la burocracia política del Estado y su amplio conocimiento del estado de la radiodifusión de ese entonces.

Lo contradictorio es que para 1957 las repetidoras habían proliferado y la lucha por su impedimento se había desvanecido, pues en realidad no se habían afectado las ganancias de las radiodifusores de provincia. De alguna manera esto nos deja ver que el liderazgo de la CIR por parte de los grandes grupos se fortaleció y mantuvo entre otras cosas gracias a que los grandes grupos lograron hacer compatibles sus intereses con los demás concesionarios, el modo en que operaba la industria y las diferencias entre las empresas no representaron obstáculos para ello.

---

<sup>43</sup> Era miembro de la Comisión Consultiva de Radio y vicepresidente de Radio programas de México y además destacado operador político del grupo liderado por Azcárraga.

Mejía Barquera nos dice que los radiodifusores regionales no experimentaron, ni sufrieron pérdidas económicas, tampoco desaparecieron, pues la industria de radiodifusión estaba en una época de auge, era muy importante en el proceso de circulación de capitales, por lo que las estaciones, por más pequeñas que fueran, siempre operaban con un margen atractivo de ganancias<sup>44</sup>.

Todo esto nos indica que durante ese conflicto se plasmó, y se evidenció una tendencia que caracterizaría al gremio de radiodifusores, es decir se consolidó una práctica entre los radiodifusores: las grandes empresas por estar mejor posicionadas tanto económica como políticamente a diferencia de otras se otorgaron la facultad de dirigir la agenda de la industria; sus intereses se armonizaban con la lógica de la industria es decir administrar eficientemente sus industrias para lograr paulatinamente el crecimiento de sus empresas, asegurando mayor cobertura y mayores ingresos para ellas.

Otro aspecto interesante de esto es que para las grandes empresas la unidad del gremio era importantísima para sus intereses y objetivos en la industria, la cámara sería un instrumento que legitimaría y además se dedicaría a compatibilizar los intereses de las grandes empresas con los de las pequeñas. Esto era posible pues como se mencionó líneas arriba la industria de radiodifusión hasta los años ochenta fue un vehículo eficaz que permitía la circulación de capitales, y todos los radiodifusores tenían asegurados márgenes de ganancia atractivos, obviamente sí hacían un manejo eficiente de sus empresas claro está. Pero a partir de los ochenta, a causa de la apertura comercial y las nuevas reglas en el mercado, las diferencias entre las empresas se hicieron más evidentes y ahora es muy difícil que la CIRT siga cumpliendo ese papel. En el último capítulo desarrollaremos a mayor profundidad este punto.

### **1.5 El surgimiento de la Televisión en México.**

Los primeros intentos por el uso de la televisión se dieron durante el periodo de gobierno de Lázaro Cárdenas, pues el gobierno estaba interesado por participar en este medio, y es él quien apoya los proyectos que experimentarían para este efecto, en 1935 se llevaron a

---

<sup>44</sup> Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México 1988.

cabo algunos intentos en estaciones del PNR: la XEFO y la XEUZ, a cargo de Guillermo González Camarena, pero no tuvieron los frutos esperados.

En años siguientes González Camarena siguió con sus experimentos en su laboratorio denominado GON-CAM, y logró desarrollar en 1939 bajo el patrocinio de una empresa vinícola de Chihuahua, un sistema de televisión a colores.

En 1946 González Camarena estableció una estación experimental de televisión la XHICG, ubicada en la calle de Havre 74, con permiso oficial de la SCOP esta emisora trabajó por dos años, sus transmisiones eran los sábados de las 20:30 a las 21:00 hrs., en blanco y negro, las transmisiones eran captadas por 12 aparatos receptores distribuidos en diversas partes de la ciudad. También para fines de investigación, este personaje instaló un circuito cerrado que iba de su casa a la XEW y que funcionó de 1946 a 1950<sup>45</sup>

Ya para 1947 cuando los experimentos se habían refinado hasta conseguir un elevado nivel técnico, algunos empresarios radiodifusores comenzaron a prepararse para entrar al negocio de la televisión. González Camarena se dedicó a promover comercialmente la televisión, instalando circuitos cerrados en las partes más elegantes de la Ciudad con el fin de que los transeúntes pudiesen mirar su imagen en el aparato de televisión en donde se anunciaban otros productos.

Acciones políticas de los radiodifusores.

Los radiodifusores ya estaban convencidos del potencial comercial de la televisión y por tanto comenzaron a hacer acciones políticas y técnicas para explotar este medio, técnicos como José de la Herrán, pionero de radiodifusión y constructor de la XEW habían recibido instrucciones de sus empresas a dedicarse por completo a experimentos de la televisión comercial.

En 1944 el industrial Cecilio Ocón en sociedad con el estadounidense Lee De Forest intentaron conseguir la primera concesión para este medio en México, y se entrevistó con el presidente Ávila Camacho y el secretario de educación Pública Jaime Torres Bodet.

---

<sup>45</sup> Ibídem p. 156

Entre los planes de De Forest, se incluía también la creación de un centro de estudios de televisión y electrones.

Pero para enero de 1946 surgieron algunos problemas entre De Forest y Ocón a tal grado de que el científico estadounidense dirigió una carta al presidente Ávila Camacho en donde solicitaba ayuda para protegerse de Cecilio Ocón, pues habían surgido un conflicto entre ambos personajes de modo que se tenían que resolver judicialmente.

Otros estadounidenses estaban interesados en obtener la primera concesión de televisión en México, como los señores David Young (senador en Estados Unidos) que se ofreció colaborar con el gobierno de México para explotar comercialmente a la televisión, pero debido a las limitaciones con respecto a la industria de radio en donde se prohíbe a los empresarios extranjeros tener concesiones para operar medios de difusión, el presidente se limitó solo a mostrar interés en los proyectos pero sin asegurarles nada a los empresarios interesados en explotar comercialmente la televisión.

Pero también empresarios mexicanos comenzaron a hacer su parte, como el caso de Emilio Azcárraga quién solicitó en 1946 a la SCOP una concesión, pero como este hecho sucedió al término del mandato de Ávila Camacho, Azcárraga no pudo obtener la concesión antes de finalizar ese sexenio<sup>46</sup>, la presidencia no se apresuró a adelantar los permisos para operar la televisión en México.

Otro solicitante mexicano en adquirir una concesión fue la empresa Radio-Televisión de México, S.A, formada por Gonzalo J. Escobar, José Manuel Crovetto, el ingeniero Guillermo González Camarena, Alberto Rolland y el Licenciado Julio Santos Coy. Los planes de esta empresa incluían:

- Establecer una planta para la fabricación de equipos transmisores de televisión y aparatos receptores de radio-televisión y construir una estación transmisora de televisión del Distrito Federal con fines de explotación comercial y cultural. Los gastos de este proyecto requerían varios millones de pesos por lo que solicitaban ayuda del presidente.

---

<sup>46</sup> La intención era evitar el comienzo de nuevas negociaciones con el siguiente gobierno, que podía no mostrarse tan benevolente con respecto a los intereses de este empresario.

- Con respecto a la fabricación de equipos transmisores requerían que se les diera permiso por cinco años para ser ellos lo que únicamente pudieran vender aparatos receptores y poder competir después de ese plazo con las empresas extranjeras.
- Exención de impuestos, incluyendo servicios aduanales.
- La concesión con un plazo no menor a 50 años para la explotación comercial de la televisión.<sup>47</sup>

Para lograr que la televisión estuviera bajo un régimen parecido al de la radio, o sea susceptible de explotarse comercialmente, los radiodifusores hicieron varias acciones políticas en el plano nacional e internacional. En el nacional recurrieron a las entrevistas con funcionarios de Estado con el fin de asegurar un buen trato a la hora de otorgar las concesiones. Representantes de la CIR en 1948 se entrevistaron con el secretario de Comunicaciones, Agustín García López; según ellos el retraso en otorgar las concesiones, provocaría desconfianza entre los radiodifusores para invertir en la televisión. Emilio Azcárraga por su parte sostuvo entrevistas con el presidente de la república Miguel Alemán Valdez para exponerle sus planes acerca de la televisión.

En el plano internacional los radiodifusores por propuesta de Emilio Azcárraga conformaron una organización que sería impulsora del desarrollo de la televisión en México, esto durante el primer congreso Interamericano de Radio de octubre de 1946. La organización se denominó Televisión Asociada, como dirigentes de tal fueron electos Emilio Azcárraga Vidaurreta presidente; Clemente Serna Martínez como vicepresidente, Goar Mestre (Cuba) como secretario, y Raúl Fontaine (Uruguay) como tesorero. Esta organización fue creada para fines coyunturales y muy precisos, el objetivo principal de los empresarios que la formaban, era asegurar mercados en Latinoamérica para sus posteriores producciones destinadas a la televisión y construir el liderazgo de esta industria en Latinoamérica.

Francisco Hernández nos explica que la televisión en México adquirió varias de sus características actuales, debido a varios factores económicos y sociales:

---

<sup>47</sup> Op. Cit. pág. 143

- *La difícil situación económica*, entre 1947 y 1955; el peso mexicano sufrió una devaluación del 150%.
- *La baja inversión publicitaria*. La televisión por ser una tecnología nueva, requería grandes inversiones y los primeros años de su operación no habría ganancias, pues los anunciantes no se interesarían hasta convencerse de que la televisión sería un medio eficaz para publicitar sus mercancías,
- *Las cuotas de importación*, el gobierno taso con cuotas de importación a los aparatos receptores lo cual impactó en su demanda.
- *El recelo de la industria cinematográfica nacional*, pues uno de los atractivos comerciales de la televisión era proyectar películas nacionales en este medio, pero la industria cinematográfica veía un peligro en ello pues creía que sus ganancias se mermarían si la televisión transmitía las películas, juzgaban que con la llegada de la televisión las salas cinematográficas se vaciarían. Uno de los objetivos de los empresarios precursores en televisión era explotar el capital cultural acumulado por el cine mexicano, pero la industria cinematográfica se opuso, e impuso a la televisión la restricción de no transmitir películas de reciente estreno, por lo que la televisión tuvo que incluir en su programación series y películas estadounidenses, para llenar sus espacios.
- *La censura*, cuando la televisión hizo su aparición, México se había convertido en un país urbano, la clase media se estaba consolidando y una de las características que adquirió fue su inclinación conservadora, por lo que constantemente exigía “la erradicación del vicio y del pecado”, por lo que tuvieron que desechar programación que era atractiva comercialmente pero era a su vez considerada poco moral por la clase media<sup>48</sup>.

Sumado a lo anterior, el modelo de competencia salvaje experimentado en los primeros años en este sector se volvió insostenible y las ganancias para los tres precursores de la televisión (Emilio Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O’Farril y Guillermo González Camarena) fueron raquíticas, por lo que tuvieron que llegar a acuerdos para poder operar sus empresas con márgenes atractivos de ganancias. La solución que encontraron, nos

---

<sup>48</sup> Francisco Hernández Lomelí, "Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950-1955)" en: *Comunicación y Sociedad* No 28 (septiembre-diciembre) 1996, pp. 147-162.

explica Hernández<sup>49</sup> fue el monopolio, es decir la fusión de los tres canales de televisión: 2, 4 y 5 en una sola empresa, así en diciembre de 1954 se creó Telesistema Mexicano S.A.

## 1.6 De CIR a CIRT

El cambio de CIR a lo que sería la Cámara Nacional de la industria de Radio y Televisión (CIRT), se da en un contexto marcado por el creciente descrédito de los concesionarios en radio y televisión de parte de diversos sectores de la sociedad civil y del gobierno que no veían con buenos ojos la influencia política y social de los medios de comunicación, específicamente de radio y televisión, y también por la percepción que generaba la tendencia hacia el monopolio de la industria de radio y televisión; nos referimos a los primeros años de la década de los años setentas.

Los industriales de radio y televisión comenzaron a sentir la necesidad de realizar amplias campañas propagandísticas que exaltarán las virtudes de la radio y la televisión comercial así como la imagen de los empresarios de este gremio como elementos positivos para el país, y exaltar la imagen de los empresarios en general y de la empresa privada como promotores del desarrollo. Por ello sintieron la necesidad de adecuar la estructura de su organización gremial con la estructura informativa de sus estaciones.

Telesistema Mexicano fundó en noviembre de 1969 la Dirección General de Información y Noticieros dirigido por Miguel Alemán Velasco<sup>50</sup>.

Así en 1970 durante este proceso de reestructuración política del gremio, la Cámara de la Industria de la Radiodifusión decidió transformar sus estructura interna; por principio se formalizó la pertenencia a la cámara de los concesionarios de Televisión (pues tal pertenencia ya era evidente en los hechos), por ello se requirió el cambio del nombre de la organización, que en adelante se llamaría tal como la conocemos: Cámara Nacional de la Industria de la Radio y La Televisión (CIRT). Para tal efecto se formularon nuevos estatutos en los que se fortalecía el papel del dirigente del Consejo Directivo y del

---

<sup>49</sup> *Ibidem*.

<sup>50</sup> Los radiodifusores, como veremos en el siguiente capítulo, habían conseguido introducir contenidos políticos dentro de su programación a través de la Ley Federal de Radio y televisión de 1960 que garantizaba la libertad de expresión, y con ello el Estado había cedido parte de su facultad de reservarse el uso político de los medios electrónicos para sí mismo.

presidente de la CIRT, se otorgó a estos la facultad de delinear la política de la cámara lo que implicaba que la asamblea no determinaría dicha política.

Se crearon varios comités encargados de aspectos como el análisis de la legislación y proyectos de legislación existentes en la materia, los cuales también se encargaban de estudiar los métodos de propaganda que fueran más útiles para promover las actividades y los intereses de los industriales de este gremio, de establecer relaciones cordiales tanto entre los socios de la Cámara, como entre ellos y las autoridades.

De acuerdo a los estatutos el presidente del Consejo directivo era miembro de todos los comités y debía presidir sus sesiones, las decisiones de los comités tendrían carácter de recomendaciones, mismas que serían turnadas al consejo directivo quien procedería a ejecutarlas en caso de aprobarlas.

Por esos años la CIRT decidió publicar una revista de su propiedad que expresara fielmente sus puntos de vista con objeto no seguir dependiendo de otras publicaciones para la expresión de tales asuntos, y se creó la Revista *Antena*. Hasta ese momento la Cámara contrataba espacios en la revista *Radiolandia* para externar puntos de vista.

En ese mismo año se formularon nuevos estatutos. Se fortaleció el papel del dirigente del Consejo Directivo y del presidente de la CIRT, y se otorgó a ambos la facultad de delinear la política de la cámara lo que implicaba que a través de la asamblea no se determinaría dicha política.

Por otro lado la CIRT decidió aumentar el monto de sus cuotas a la CONCAMIN, con el fin de tener una mayor participación en ese organismo patronal, pues el número de votos que tiene cada industria estaba relacionado con el monto de sus aportaciones, así sus cuotas aumentaron de 20, 000 a 30 000 pesos, lo cual les aseguró tener derecho a 10 votos de un máximo de 15 posibles en las asambleas generales de la CONCAMIN. De esta manera los industriales de radio y televisión adquirirían mayor participación en un organismo que agrupa a toda la industria en México.



## 1.7 El modelo actual de radiodifusión comercial en México.

Durante las décadas de los sesenta y setentas se crearon los grupos radiofónicos que actualmente controlan el mercado publicitario en nuestro país. La radio comercial en México se ha caracterizado por la existencia de un modelo de radiodifusión en donde las “cadenas” y/o “representantes”, son las entidades encargadas de aglutinar intereses comerciales de los propietarios de las concesiones otorgadas por el Estado.

Las cadenas cumplen un papel de “intermediación económica”<sup>51</sup>, ellas fungen como mediadores entre anunciantes y radiodifusores, pues facilitan la asignación de tiempo publicitario en el plano local y nacional. También, las cadenas sirven para distribuir programas o paquetes de programas, es decir la producción y distribución de contenidos radiofónicos están en manos de las cadenas.

Una estación afiliada obtiene beneficios tales como la administración del negocio (en algunos casos, en donde la cadena de afiliación reporta mensualmente sus ganancias); programación hecha, con reconocimiento nacional; publicidad y novedades musicales y representación en el contexto nacional<sup>52</sup>.

Desde sus inicios la industria de radiodifusión comenzó a operar de esta manera, el ejemplo de Emilio Azcárraga Vidaurreta lo comprueba, tanto la XEW como la XEQ estaban afiliadas a dos importantes cadenas estadounidenses la NBC y la CBS respectivamente. Así para 1941 la primera cadena que surgió en México fue Radio Programas de México, la cual funcionaba de la siguiente manera: comprendía dos redes de estaciones radiofónicas, la cadena azul (XEQ) que a su vez 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<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Pablo Arredondo Ramírez, y Enrique Sánchez Ruiz, *Centralización, poder y comunicación en México*. México: Universidad de Guadalajara 1986, p. 156

<sup>52</sup> Alán René Coronado Ponce. “La radiodifusión familiar en México y su inserción en la dinámica de concentración de medios: un estudio de caso en Guadalajara” *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación* México 2004, p. 51

<sup>53</sup> Op Cit p. 103.

Durante la década de los cuarenta operaban en México, la cadena RPM, la cadena Radio Mil, vinculada al Mutual Broadcasting System de Estados Unidos, la red de XEB, de capital francés, que llegó a tener 20 estaciones afiliadas y la British Broadcastig Corporation (BBC) proveía de transmisiones de programas y noticieros a estaciones nacionales<sup>54</sup>, la cadena Radio Continental, ubicada en la Ciudad de México y con 10 emisoras<sup>55</sup>, Radio Cadena Nacional y Radiodifusoras Asociadas S.A. (Rasa).

Ya para la década de los años setenta se establecieron: Grupo Acir, Radiorama, Radiodifusoras Mexicanas SA (Radimsa), Corporación Mexicana de Radiodifusión y Somer. "Siete grupos controlaban, a inicios del decenio de 1970, el 61 por ciento de las radioemisoras comerciales de AM y FM del país".<sup>56</sup>

Es durante 1988 y 2003 cuando la radio adquiere las características con las que la conocemos actualmente. Entre esos años hubo reacomodos en la industria de radiodifusión<sup>57</sup>; algunos grupos desaparecieron, como lo fue Radio Programas de México que fue uno de los consorcios más importantes entre los años cuarenta y cincuenta, en ese periodo afilió a más de la mitad de las estaciones concesionadas en el país, pero gracias a la irrupción de la televisión el consorcio de la familia Azcárraga se enfocó en mayor medida al nuevo medio.

Otros grupos se fueron posicionando, la crisis económica y la disminución de porcentajes de inversión publicitaria, fueron los factores que influyeron en el reacomodo de grupos en la industria radiofónica.). Desde 1989 la radio comenzó a captar menos recursos por concepto de publicidad, por ejemplo durante 1995 y 1996 estos disminuyeron 9%, en esos dos años la radio comercial tuvo una de sus peores crisis<sup>58</sup>.

---

<sup>54</sup> *Ibídem.*

<sup>55</sup> Jorge Mejía Prieto, *Historia de la radio y la televisión en México*. Octavio Colmenares, editores, México 1972, p. 75.

<sup>56</sup> Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. I (1920-1960)*, México 1988 Fundación Manuel Buendía, pp.105 y 107

<sup>57</sup> Gabriel Sosa Plata, "Crisol de expresiones Radio: apertura política, mismos oligopolios" *Revista Mexicana de Comunicación*, V16 N83 sep-oct 2003, P23-31 disponible desde internet en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/crisol.htm> consultado mayo de 2007

<sup>58</sup> *Ibídem.*

Uno de los factores de los cambios, fue la irrupción de nuevos hábitos de consumo, provocado por la aparición de nuevas tecnologías, las cuales se posicionaron en el gusto de las clases medias urbanas. A finales de los ochenta y en la década de los noventa, la radio tuvo que aprender a coexistir con la televisión por cable, la televisión directa por satélite, el servicio de Internet, los videojuegos y el disco compacto.

Las estaciones de AM iniciaron un descenso en los gustos del público. Por lo que las estaciones FM se posicionaron en las preferencias del público, pues el uso de esta tecnología hacía posible una transmisión con mayor calidad y en sonido estereofónico, por lo que estas estaciones captaron mayores porcentajes de inversión publicitaria que las estaciones de AM.

Mejía Barquera<sup>59</sup> nos relata que en la capital de la República, en 1980 la preferencia por la radio de AM es de 77 por ciento, mientras que la inclinación a escuchar FM representa solamente 23 por ciento; en 1985, la radio de AM capta el 35.1 por ciento de la audiencia, y la FM experimentó un considerable aumento adjudicándose un 64.9 por ciento de los gustos<sup>60</sup>. En 1990 la radio de AM capta el 44.5 por ciento de la audiencia, y las estaciones de FM representan el 55.5 por ciento. Para 1996 la proporción es de 62.6 por ciento en favor de la FM contra 37.4 para la radio de AM<sup>61</sup>.

Los descensos en inversión publicitaria obligaron a las estaciones a despedir a muchos empleados, y lo más importante, se generaron movimientos en la industria, se agudizó la tendencia por la creación y consolidación de cadenas. Hubo fusiones de capital entre empresas o venta de acciones, compra venta de estaciones, y alianzas con fines comerciales<sup>62</sup>.

---

<sup>59</sup> Fernando Mejía Barquera, "Historia mínima de la radio mexicana parte III" (s/f), (1971-1996) Disponible en Internet: <http://radioactivo.spaces.live.com/blog/cns!6CDB6F388FAD1868!1966.entry> Consultado en mayo de 2006

<sup>60</sup> El autor nos explica que esto se fue provocado tras la inclusión de transmisiones en sonido estereofónico. Los radioescuchas ya eran consumidores también de aparatos receptores de nuevas tecnologías con esta particularidad en cuanto al sonido (modulares, walkman, etc.). Así el sonido "estereo" se convirtió en un elemento a tomar en cuenta por las transmisiones radiofónicas.

<sup>61</sup> Se observa una reducción en las distancias, esto es gracias a que las emisoras AM (ante la pérdida de auditorio) fortalecieron sus programas hablados, para atraer parte del público perdido.

<sup>62</sup> Gabriel Sosa Plata, "Crisol de expresiones Radio: apertura política, mismos oligopolios" *Revista Mexicana de Comunicación*, V16 N83 sep-oct 2003, pp.23-31 disponible desde internet en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/crisol.htm> consultado mayo de 2007

También, para sobrevivir, la industria de radio tuvo que abrirse a los capitales extranjeros, así todo aquel extranjero con deseos de participar en este medio, pudo invertir a través de los esquemas de inversión neutra. Así por ejemplo Clear Channels Communications de Estados Unidos, adquirió 40% de grupo ACIR en 1998.

Según datos de la página Web de la CIRT, la componen 1610<sup>63</sup> concesionarios de radio, de los cuales 758 pertenecen a la banda de AM, 384 aparecen bajo la figura de FM y 468 son estaciones televisoras. Según el Sistema de Información Empresarial (SIEM), la CIRT registra un total de 784 empresas<sup>64</sup>. Debido a que el estudio de la radiodifusión aún hoy en día es un terreno nebuloso en el que persisten lagunas, una dificultad a la que me enfrenté fue obtener datos duros acerca de cuantas empresas pertenecen o están afiliadas a las cadenas radiodifusoras y cuantas son independientes, pero se sabe que actualmente existen diez grandes grupos de radiofónicos, los que a través de sus respectivas cadenas controlan la mitad de las concesiones en radio y por lo tanto están mejor posicionadas en el mercado de la radio en México; y dos importantes cadenas televisoras Televisa y TV Azteca. Como se muestra en los siguientes cuadros.

Cuadro 1 Grupos radiofónicos		
Grupo/empresa	¿Quién dirige?	Estaciones Propias o afiliadas
Radorama	Javier Pérez de Anda y Adrián Pereda de Anda	Opera con más de 220 <i>emisoras de AM y FM</i> , distribuidas en todo el territorio nacional. Cuenta con las siguientes empresas subsidiarias: Grupo Radiocima: Cadena comercial de radio con 131 emisoras de AM y FM en todo el país. Corporativo Radorama: Empresa dedicada a la Administración, Ingeniería, Operación y Planeación Estratégica para

<sup>63</sup> Disponible desde Internet en: [http://www.cirt.com.mx/total\\_radio\\_tv.html](http://www.cirt.com.mx/total_radio_tv.html) Consultado en mayo de 2007

<sup>64</sup> Disponible desde Internet en: <http://www.siem.gob.mx/portalsiem/> Consultado en mayo de 2007

		emisoras de Radio.
Grupo ACIR	Francisco Ibarra López	160 estaciones propias o afiliadas, cuenta con una división denominada <b>ACIR SAT</b> que enlaza vía satélite a través de su telepuerto a las emisoras de la corporación. Tiene cobertura en 27 estados de la república.
Cristal Cima-Somer (Sociedad Mexicana de Radio)	Humberto Huesca y Francisco Sánchez Campuzano	110 estaciones propias y afiliadas, cubre el 80% del territorio nacional.
Radio S.A.	Carlos Quiñones	100 estaciones entre propias y afiliadas.
Radiodifusoras Asociadas (RASA)	José Luis Laris	61 estaciones afiliadas, y mantiene nexos con 140 emisoras a lo largo de la República. Cuenta con un tele-puerto que transmite vía satélite con tecnología digital, varias señales al mismo tiempo.
Promosat	Raúl Aréchiga	48 estaciones propias o afiliadas, posee transmisión digital vía satélite.
MVS Radio	Joaquín Vargas y su familia	Cuenta con cobertura en alrededor de 90 estaciones en la república mexicana de las cuales 18 son afiliadas (15 en estados de la República y tres en Centroamérica) Cuenta con un sistema de televisión restringida en él que transmite programación de 13 canales, un canal de televisión

		restringida (Canal 52MX)
Radio Centro	Francisco Aguirre	A través de Organización Impulsora de Radio (OIR) que es una empresa de Grupo Radio Centro con Cobertura Nacional con más de 130 radiodifusoras distribuidas en mas de 70 ciudades más importantes de la República Mexicana.
Grupo Radio Formula	Rogelio Azcárraga	<p>Cuenta con 35 estaciones propias y 48 afiliadas.</p> <p>Cuenta con tres cadenas nacionales con 101 radiodifusoras:</p> <p>1era. Cadena Radio Fórmula: 92% Cobertura Población Urbana</p> <p>2da. Cadena Radio Uno: 81% Cobertura Población Urbana</p> <p>3era. Cadena Nacional: 73% Cobertura Población Urbana</p> <p>Tiene una frecuencia de televisión restringida denominada Teleformula, difundida por Cablevisión, transmite sus frecuencias por Internet.</p> <p>Y Tiene una revista llamada “Revista Formula”</p>

Cuadro 2. Empresas de televisión más importantes.

Empresa	¿Quién dirige?	
Televisa	Emilio Azcárraga Jean	<p>Televisión: Opera cuatro cadenas de televisión en México, los canales 2, 4, 5 y 9, a través de 258 estaciones afiliadas. Tiene el 71 por ciento la audiencia nacional en el horario comprendido de 6:00 a 24:00 hrs.</p> <p>La empresa produce 26 canales de TV restringida (14 marcas). En los Estados Unidos, distribuyen a través de TuTV, una asociación 50/50 con Univision, cinco canales de televisión restringida.</p> <p>Televisión Restringida: Un operador de televisión directa al hogar vía satélite en México (SKY) cuenta con 1.4 millones de subscriptores aproximadamente. Cablevisión: Compañía que ofrece servicios de televisión por cable y acceso a Internet de banda ancha con operaciones en la Ciudad de México y área metropolitana.</p> <p>Radio. Sistema Radiopolis, red 80 estaciones de radio propias y afiliadas,</p> <p>Internet: su portal de entretenimiento Esmas, con un estimado de 7 millones de personas que lo visitan cada mes.</p> <p>Juegos y Sorteos: Centros de apuestas remotas, salas de sorteos de números y negocio de sorteos de números en línea 65 centros para el año 2013 y acceso a una red nacional de terminales electrónicas</p> <p>Editoriales: Tiene una editorial de revistas en español con más de 130 títulos bajo 84 marcas con una circulación anual de aproximadamente 155 millones de ejemplares en más de 20 países</p> <p>Equipo de fútbol: América</p> <p>Estadio: Estadio Azteca con capacidad de aproximadamente</p>

		<p>105 mil espectadores.</p> <p>Producción y distribución de películas: “Videocine”</p> <p>Operaciones en México y Estados Unidos.</p>
<p>Televisión Azteca</p>	<p>Ricardo Salinas Pliego (Grupo Salinas)</p>	<p>Televisión: opera dos señales a nivel nacional a través de las estaciones canal 7 (<i>Azteca, XHIMTV</i>) y canal 13 (<i>Azteca 13, XHDF-TV</i>) y un canal en UHF, canal 40 (<i>Proyecto 40, XHTVM-TV</i>), y dos canales de Televisión Digital Terrestre (TDT) en Alta Definición (HDTV) denominados XHIMT-TDT (<i>Azteca 24 HD</i>), que transmite programación en formato nativo de Alta Definición, totalmente distinta a la de su contraparte analógica (<i>Azteca 7</i>), y XHDF-TDT (<i>Azteca 25 HD</i>), que transmite gran parte de la programación de su contraparte analógica (<i>Azteca 13</i>), cuyas emisiones "en vivo", futbol y telenovelas tienen formato nativo de Alta Definición. Azteca América que es una cadena que transmite su programación al mercado hispano de Estados Unidos (novelas, noticias, deportes y programas de entretenimiento). Desde julio de 2003 Azteca América administra y opera directamente, su canal ancla KAZA 54 en Los Angeles, en acuerdo con Pappas Telecasting.</p> <p>Telecomunicaciones: el grupo Iusacell resultante de la fusión de las empresas UNEFON Y Iusacell</p>



		<p>Servicios Financieros y comercio especializado: Grupo Elektra, Banco Azteca, seguros Azteca y Afore Azteca.</p> <p>Internet: el portal Todito.com</p>
--	--	--

Elaboración propia, fuentes: <http://www.televisa.com/>, <http://www.gruposalinas.com/> y [http://es.wikipedia.org/wiki/TV\\_Azteca](http://es.wikipedia.org/wiki/TV_Azteca).

Si bien es cierto que la televisión es el medio predilecto por la mayoría de los espectadores<sup>65</sup>, la radio sigue teniendo una presencia e importancia considerable como medio de comunicación, (ver Cuadro 3).

La inversión publicitaria en radio con respecto a la que registra la televisión es mucho menor, pero existe un considerable número de estaciones radiofónicas concesionadas (mucho mayor que la de frecuencias de televisión). Sumado a esto, las estaciones de radio no han dejado de crecer (ver cuadro 4).

Claro, actualmente y desde la década de los sesenta se observa un ocaso en cuanto al número de estaciones concesionadas para la radio entregadas por el gobierno federal<sup>66</sup>, pero lo que nos interesa destacar, es que la radio aprendió a convivir con la televisión. La radio es uno de los medios más asequibles para el auditorio, gracias a sus características, tales como su sencillez, su bajo precio, su facilidad de fabricación y operación; su simultaneidad y rapidez; así como su gran eficacia como medio informativo (el público, por ejemplo puede escuchar un programa de radio y realizar otras actividades al mismo tiempo).

Con el advenimiento de la televisión a México, la radio introdujo formulas de programación que incluían principalmente música y comerciales, con esporádicas dosis de noticias o deportes. Esto le permitió mantener audiencias durante ciertos horarios y en los

<sup>65</sup> En 1961 la televisión captaba el 6.3% del gasto publicitario, para 1963 este representaba el 35%; en 1970 era de 39.5%, y para la mitad de la década de los ochenta la televisión era el medio predilecto por los anunciantes constituyendo un 60%. Pablo Arredondo Ramírez, y Enrique Sánchez Ruiz, *Centralización, poder y comunicación en México*. México, Universidad de Guadalajara 1986 p.124

<sup>66</sup> Esto puede explicarse entre otras cosas, a las características que adquirió la industria radiofónica durante los años 40 y 50, en donde los empresarios dedicados a esta actividad, lucharon para conseguir que el Estado garantizara mediante lineamientos jurídicos expresos, márgenes de ganancia aceptables para esta industria, al restringir la creación de nuevas de concesiones.

lugares en donde tardó en llegar la televisión, la radio siguió desempeñándose como vehículo publicitario.

Cuadro 3. Inversión Publicitaria de la Iniciativa privada 1998-2005							
Medio/año	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Televisión	75%	74%	72%	71%	ND	ND	60%
Radio	10%	10%	11%	10%	ND	ND	8%
Prensa	6%	6%	7%	7%	ND	ND	7%
Revista	4%	4%	5%	5%	ND	ND	5%
Otros	4%	4%	4%	5%	ND	ND	1%
Internet	1%	2%	1%	2%	ND	ND	1%
Inversión total (miles de pesos)	17,870,151	22,158,987	23,500,000	24,300,000	ND	ND	23,546,000
Inversión total (miles de dólares)	1,879,09.5	2,342,387	2,516,059	2,512,926	ND	ND	2,168,139
Tipo de cambio (promedio anual)	\$9.51	\$9.46 (*)	\$9.34(*)	\$9.67(*)	ND	ND	\$10.86(*)
ND: Sin dato							

Fuentes:

Información Estadística de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) disponible en Internet desde: <http://www.amap.com.mx>

(\*) Centro de Estudios de las Finanzas Públicas disponible en Internet desde: <http://www.cefp.gob.mx/intr/e-stadisticas/esta38.xls>

Cuadro 4. Crecimiento de estaciones radiofónicas		
	AM	FM
1921-1930	12	
+	12	
1931-1940	74	
+	86	
1941-1950	98	
+	184	
1951-1960	138	4
+	322	4
1961-1970	170	48
+	492	52
1971-1980	123	111
+	615	163
1981-1990	67	76
+	682	239
1991-2000	65	138
+	747	377
2001-2002	11	7
+	758	384

(+): Suma

Elaboración propia, datos tomados de: [http://www.cirt.com.mx/crecimiento\\_am.html](http://www.cirt.com.mx/crecimiento_am.html) y [http://www.cirt.com.mx/crecimiento\\_fm.html](http://www.cirt.com.mx/crecimiento_fm.html) consultado octubre de 2007

### 1.8 Las reglas formales en la CIRT

Dentro del marco normativo que regula en su interior a la CIRT, hay varios mecanismos propios de la organización que posibilitan que los grandes grupos controlen la agenda de la cámara, reglas formales que facilitan que quien controle los órganos de dirección de la organización controle el rumbo de la cámara.

La CIRT legitima la acción colectiva de los empresarios adscritos a ella, pues no es lo mismo que una gran empresa como Televisa o el grupo Radiorama quieran impulsar o influir bajo su nombre en la generación de un marco regulatorio a su favor, que hacerlo a nombre de la CIRT, es decir a nombre de todos los empresarios de radio y televisión. A su vez los pequeños concesionarios tienen en la CIRT apoyo cuando una entidad gubernamental, del nivel que sea, afecta sus intereses, ellos pueden pedir auxilio a la CIRT y ésta les otorga todo tipo de asesoría.

Actualmente los órganos en que se divide la Cámara son:

1. La Asamblea General
2. Consejo Directivo
3. Consejo Consultivo
4. Las delegaciones de la Cámara
5. Las secciones de la Cámara
6. El consejo de autorregulación, los comités de radiodifusión, fomento, conciliación y arbitraje, ética, fundación CIRT, relaciones, planeación y desarrollo, Nuevas tecnologías.
7. La dirección general, las direcciones de área de la Cámara y sus respectivas gerencias.<sup>67</sup>

Según los estatutos de la CIRT el órgano supremo es la asamblea general, pero esto es solo en apariencia<sup>68</sup>, pues el consejo directivo de la CIRT es el que en los hechos funge como autoridad máxima. Esto se puede constatar en los estatutos de la CIRT en donde el consejo directivo goza de amplias facultades, este órgano se menciona en muchas ocasiones a lo largo de los estatutos. Desde 1970, con el proceso de reestructuración de la cámara, se formularon nuevos estatutos en los que se fortalecía el papel del dirigente del Consejo Directivo y del presidente de la CIRT, se otorgó a éstos la facultad de delinear la política de la cámara lo que implicaba que la asamblea no determinaría dicha política, o sea en la

---

<sup>67</sup> Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). *Estatutos*, México, 2006. p. 9

<sup>68</sup> Por ejemplo en su artículo 35 se estipula que cada afiliado tendrá un voto y las decisiones se tomarán por mayoría *Ibidem*.

Asamblea se pueden votar los asuntos que atenderá la cámara, pero el que tiene la última palabra es el Consejo Directivo.

Entre las facultades más importantes de la asamblea se encuentran:

Resolver las iniciativas o ponencias presentadas por el Consejo Directivo, el Consejo Consultivo, las delegaciones o los afiliados.

Designar a los miembros del Consejo Directivo

Designar a los miembros del Consejo Consultivo.

Aprobar los estatutos y sus modificaciones

Designar a los miembros que integran los comités en que se divide el trabajo de la cámara<sup>69</sup>.

El Consejo directivo se integra por 27 consejeros, los cuales cumplen la función de representar a los afiliados, los consejeros son repartidos de la siguiente manera: un presidente, ocho vicepresidentes, el primero nombrado primer vicepresidente y los demás solo vicepresidentes; un secretario, un prosecretario, un tesorero, un pro tesorero y 14 vocales consejeros. Según los estatutos de la CIRT las decisiones se toman por mayoría en donde cada concesionario representa un voto, pero la evidencia empírica nos indica que hay una falta de representación de los concesionarios en la organización<sup>70</sup>. (Ver cuadro 5, al final del capítulo 4 p. 133)

Entre las facultades más importantes del consejo directivo se encuentran:

- Elegir a los miembros que lo componen. Los miembros se eligen por mayoría de votos. El artículo 39 dice que, las minorías que acrediten representar por lo menos

---

<sup>69</sup> Cuando la asamblea así lo determine, esta facultad puede ser delegada al Consejo Directivo, así lo estipula el artículo 31 *Ibidem*.

<sup>70</sup> En el momento en que se estaban discutiendo las modificaciones a la ley federal de radio y televisión en 2006, el consejo directivo estaba integrado por 27 consejeros, de los cuales 23 eran concesionarios de las televisoras y de las grandes cadenas de radio, solo había cuatro consejeros ajenos a los grandes grupos, de los cuales tres eran radiodifusores independientes y uno del grupo Radio Formula, (mismos que reclamaban las estaciones Combo). Ver *El Universal*, 28 de enero de 2006.

el 20% de los afiliados, tendrán derecho a nombrar a un consejero. Las proposiciones respectivas se presentarán a la Asamblea General por los interesados o sus representantes, antes de que se proceda a la elección de Consejeros, a fin de que sean tomados en cuenta al efectuarlas.

- Representar a la cámara, por medio de su presidente o sus demás miembros
- Presentar anualmente el plan de trabajo que deberá desarrollar la cámara.
- Delinear la política general de la Cámara
- Designar a las personas que deben representar a la industria en el seno de los organismos gubernamentales, privados o de carácter internacional.
- Definir los servicios que proporciona la cámara a sus afiliados, así como los términos y condiciones bajo las cuales los afiliados tendrán derecho a ellos<sup>71</sup>.

El presidente del consejo directivo debe defender y gestionar los acuerdos del consejo directivo, así como los intereses y el buen funcionamiento de la cámara. A su vez el consejo directivo tiene una enorme concentración de funciones; éste a través de su presidente tiene la facultad de conocer los asuntos de todos los comités y comisiones de trabajo dentro de la CIRT, y el artículo 50 dice que será además miembro de todos los comités y comisiones. Los vicepresidentes fungen como representantes auxiliares del presidente en todos los comités y comisiones y lo sustituirán al presidente en caso de que éste se ausente temporalmente o definitivamente y gozaran de las atribuciones que le corresponden.

### **1.9 Televisa: el relevo generacional, liderazgo de Emilio Azcárraga Jean.**

Existe una tendencia en la industria de radio y televisión, que no se ha trastocado: el histórico liderazgo en la industria ejercido por la familia Azcárraga. A mediados del siglo XX muchos de los beneficios materializados en norma jurídica, fueron obtenidos gracias el liderazgo de esta familia.

Durante muchos años no hubo conflicto en la CIRT, pues como se mencionó antes , los beneficios alcanzados llegaban a todos los miembros. En la entrevista que realizamos a un

---

<sup>71</sup> Art. 46 p 14-15.

personaje que trabajó en la CIRT<sup>72</sup> nos explicaba que los concesionarios estaban contentos con esto, ya que Emilio Azcárraga Vidaurreta y su hijo Emilio *el Tigre* Azcárraga Milmo, lideraban a la industria cuidando (en la medida de lo posible) equilibrar los distintos intereses. A cada acción que generaba conflicto de intereses entre los concesionarios, la CIRT buscaba la forma de dirimirla y alcanzar niveles aceptables de consenso.

Azcárraga Jean quedó al frente de la empresa cuando sólo tenía 29 años. Como comenta Genaro Villamil<sup>73</sup>, la sucesión en el mando de la empresa resultó un reto para el nuevo presidente de Televisa: tenían una deuda que parecía impagable, 1480 millones de dólares, derivada de la compra de la participación accionaria de Rómulo O' Farril, su deuda con Laura Azcárraga de 320 millones de dólares, y 200 millones más que debían a los bancos<sup>74</sup>.

Las ventas netas de televisión cayeron 17.9%, entre 1994-1995. Las empresas que contrataban publicidad a este medio se replegaron ante la crisis económica. En 1995 Televisa reportó pérdidas netas por 598.5 millones<sup>75</sup>. Cuando murió *el Tigre* Azcárraga las acciones de Televisa cayeron 1.35 por ciento en un día.

A la muerte del magnate de Televisa, la empresa se caracterizaba por la ineficacia administrativa, como ejemplo vale la pena citar lo siguiente: tenía un total de 20,700 empleados, algunos de ellos figuraban en la nómina sin desempeñar una labor significativa, “como el médico personal de Azcárraga Milmo que ganaba entre 500 mil y un millón de pesos<sup>76</sup>.”

A la muerte de Azcárraga Milmo, su hijo sólo poseía el 10% de las acciones de la empresa, la familia Alemán Velasco tenía el 11%, los Burillo Azcárraga tenían el 16% y los Cañedo White el 10%; juntos dirigían el curso de la empresa.

---

<sup>72</sup> Por lo polémico del tema prefirió permanecer anónimo.

<sup>73</sup> Jenaro Villamil, “Emilio Azcárraga Jean. Las trampas del rating”, en: *Los Amos de México*, coordinado por Jorge Zepeda Patterson. Editorial Planeta, México D.F 2007. pp. 49-92

<sup>74</sup> *Ibidem* p.49

<sup>75</sup> *Ibidem*.

<sup>76</sup> *Ibidem* p. 50

En ese entonces Miguel Alemán Velasco, se perfilaba como sucesor al mando de la televisora, pero en ese momento buscaba hacer carrera política<sup>77</sup>, por lo que se decidió que Azcárraga Jean quedaría al frente de la empresa, “a la muerte del señor Azcárraga Milmo, se acordó un aumento de capital, en que la familia Alemán conservó el porcentaje, pero no lo aumentó a pesar de que tenía derecho a ello; con el propósito de permitir que el señor Azcárraga Jean tuviera una posición de control cómoda en la empresa, porque siempre hemos considerado que la familia Azcárraga ha sido la cabeza del grupo Televisa”<sup>78</sup>.

Azcárraga Jean cambió la forma en que su padre tradicionalmente conducía la empresa. Genaro Villamil comenta que lo importante para el nuevo presidente de Televisa, fue el rating, la empresa era un negocio, su principal tarea es el entretenimiento, después la información.

Para echar andar su proyecto, necesitaba el control mayoritario de la empresa. En diez años al frente de la empresa, Azcárraga Jean logró desplazar a varios accionistas para tener el control de la misma y conducirse bajo los principios referidos anteriormente<sup>79</sup>. Azcárraga Milmo se caracterizó por su adhesión al régimen priista, “somos soldados del Presidente” fue una frase que se oyó en repetidas ocasiones. Su hijo lo que buscaba era el rating y posicionar a Televisa como empresa líder, las lealtades de su padre no serían las suyas. No deja de ser importantísima esta declaración, pues nos indica un factor de suma importancia entre las relaciones entre el Estado y los concesionarios. Más allá del cambio de formas entre Azcárraga Milmo y su hijo, esta declaración nos indica que concesionarios como Azcárraga Jean se percataron de que la alianza histórica con el PRI en estos tiempos ya no le es del todo beneficiosa. A medida que se han incrustado reglas democráticas en el acceso

---

<sup>77</sup> El 13 de marzo de 1998 abandona la Presidencia de la División de Noticieros e Informativos y DHT de Televisa, S.A. de C.V. para tomar el 15 de marzo protesta como candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), a la gubernatura del Estado de Veracruz, siendo declarado Gobernador electo por el Tribunal Estatal de Elecciones el día 1° de octubre del mismo año. Tomó posesión del cargo como Gobernador Constitucional del Estado de Veracruz-Llave, el 1° de diciembre de 1998 para el periodo 1998-2004. en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel\\_Alem%C3%A1n\\_Velasco](http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel_Alem%C3%A1n_Velasco) consultado en junio de 2008.

<sup>78</sup> Op cit p 51

<sup>79</sup> Para ampliar la explicación sobre este punto ver: Jenaro Villamil. “Emilio Azcárraga Jean. Las trampas del rating”, en: *Los Amos de México*, coordinado por Jorge Zepeda Patterson. Editorial Planeta, México D.F 2007. pp. 49-92



al poder, se han ido desmantelando del aparato estatal reglas de control hacia los medios de comunicación; por ello empresas como Televisa antes de ser leales al presidente, cuidarían primero sus ganancias y harían alianzas con las fuerzas políticas en función de sus intereses y no en función de lealtades históricas.

Emilio Azcárraga Jean reestructuró la planta laboral de la empresa, despidió a 6 020 empleados de una sola vez, suprimió a personajes y programas que durante años habían caracterizado la programación televisiva de la empresa, tales como Jacobo Zabludowsky y su espacio noticioso “24 horas”, también desapareció “Siempre en Domingo” conducido por Raúl Velasco.

Este punto es en suma relevante para este trabajo, pues hace evidente la ruptura con la tradicional forma en que el liderazgo era ejercido en la industria. La prioridad para Televisa fue ampliar su presencia y convertirse en un consorcio mediático, si los socios de la empresa o los demás concesionarios eran afectados, no era problema de Televisa; a partir de ahora cada concesionario tendría que rascarse con sus propias uñas.

Con respecto al poder político, Azcárraga Jean se percató de la necesidad de acumularlo. Para lograr este propósito, a la muerte del *Tigre* Azcárraga, revalidó una regla tradicionalmente existente entre la Presidencia de la República y el consorcio Televisa (a cambio de trato preferencial por parte del Estado, habría trato preferencial en cuanto a propaganda gubernamental, como tradicionalmente se hacía). El entonces presidente Ernesto Zedillo bajo la recomendación de Miguel Alemán Velasco, fue a visitar en una ocasión al heredero del emporio a su oficina. Este simple acto afirmó el liderazgo del *Tigrillo* al frente de Televisa.

Azcárraga Jean juntó un equipo de jóvenes y ambiciosos personajes que lo ayudaron a convertir Televisa en 10 años en el emporio mediático que hoy representa. Bernardo Gómez, (amigo desde hace mucho tiempo y brazo derecho) se encargó de la reestructuración de los noticieros y la parte estratégica. Alfonso de Angoitia, se encargó de la estructura financiera, renegociación de la deuda. Y José Bastón dedicado a la parte del

entretenimiento para recuperar el rating y el liderazgo económico de la empresa. El grupo fue bautizado por ellos mismos como “Los cuatro fantásticos”. Este nuevo equipo de jóvenes contrastó con la visión de los viejos concesionarios.

Jepperson<sup>80</sup> en su trabajo incluye el concepto “acción”, como una distinción con respecto al de institucionalización. La acción es la ruptura de un proceso reproductor de patrones rutinario, es decir un individuo toma acción al negarse a participar en una forma ya institucionalizada. El ejemplo de Azcárraga, en cuanto a las nuevas formas de liderar su empresa es un ejemplo de “acción” puesto que había patrones de operación estandarizados, pero realizó varias acciones tendientes a renovar el liderazgo de esta empresa, buscó la expansión de la misma, sin importar irrumpir con la tradicional regla de tratar de armonizar los intereses de todas las empresas de la industria si los había conflicto, rompió con la lealtad tradicional al PRI (la relación de cordialidad se haría siempre y cuando fuese beneficiosa para sus intereses).

Por otro lado podemos mencionar también que el *Tigrillo*, con respecto a la alianza histórica con el presidente ratificó una regla que históricamente se ha mantenido a través de los años. La relación de cordialidad con el Presidente de la República, pues existen sanciones y recompensas que refuerzan esta regla, si hay un trato cordial con la presidencia, la empresa será beneficiada en reglamentos jurídicos, en la aprobación de proyectos así como en revalidación de concesiones, cambio de propaganda gubernamental positiva, a través de espacios noticiosos y publicitarios para el gobierno en turno.

---

<sup>80</sup> Ronald D. Jepperson. Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF 1991., pp. 200 y 201

## CAPITULO 2. La Acción<sup>1</sup> de la CIRT

### 2.1 Las relaciones entre el Estado mexicano y los concesionarios. Tendencias generales

#### Pacto entre Estado y Radiodifusores

Muchos señalan que los industriales de radio y televisión han logrado tener gran poder económico y político gracias a la actitud tolerante y despreocupada que el Estado mostró en sus inicios con respecto a la radio<sup>2</sup>, pero me inclino hacia la perspectiva que nos aporta Fernando Mejía Barquera<sup>3</sup>. Este autor argumenta que la radiodifusión comercial y su consolidación no se debieron a la falta de atención y errores por parte del Estado, sino por el contrario, el Estado estaba consciente de su papel como promotor de la industria, “fue el proyecto económico y político impulsado por el Estado mexicano en los años veinte el factor fundamental que permitió que la radio fuese utilizada con fines de lucro”<sup>4</sup>.

Jefferson nos ilustra al respecto:

*“Es menos probable que una institución determinada sea vulnerable a la intervención si se halla más incorporada en una estructura de instituciones....se halla más incorporada si está integrada dentro de una estructura por medio de explicaciones unificadoras basadas en reglas y principios comunes”.*<sup>5</sup>

Ambos actores, tanto el Estado como los industriales de radio aceptaron su papel en los planos económico y político. Los radiodifusores impulsaron el uso comercial de este medio y lo defendieron gracias a que la constitución de 1917 garantiza la existencia de la propiedad privada, por ello el Estado, en su calidad de protector de los bienes nacionales (el

---

<sup>1</sup> No se refiere al concepto de Jepperson citado líneas arriba.

<sup>2</sup> Como Fernández (1997)

<sup>3</sup> Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. I (1920-1960)*, México 1988, Fundación Manuel Buendía.

<sup>4</sup> *Ibíd*em p. 18

<sup>5</sup> Ronald D. Jepperson. Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF 1991, p. 205.

espacio electromagnético del que hace uso la radio para transmitir pertenece a la nación), otorga las concesiones para instalar y operar las estaciones de radio.

De esta manera la característica privada y comercial de la radiodifusión se fue institucionalizando hasta quedar plasmada como un elemento que durante muchos años, prácticamente nadie cuestionó, el patrón alcanzó un grado de reproducción rutinario y autoactivado por que “lo daban por hecho”<sup>6</sup>.

Mejía argumenta que el Estado jamás desatendió la radiodifusión, pues existen varios sucesos al inicio de la industria de radiodifusión que así lo comprueban, por ejemplo en 1922 el aparato gubernamental a través de la secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) estudió la forma más conveniente que pudiese adoptar la radiodifusión nacional y se decidió por un modelo mixto en donde el Estado tuviese estaciones con el fin de prestar servicios noticiosos de información meteorológica y trasmisión de propaganda oficial<sup>7</sup> y los radiodifusores privados podrían tener derecho de poseer estaciones que transmitirían noticias y conciertos con la posibilidad de obtener ingresos a través de la emisión de anuncios comerciales insertos en la programación.

Un hecho importante que da consistencia a la decisión de optar por un sistema mixto de radiodifusión, es la reunión constitutiva de la Comisión Interamericana de Comunicaciones (CIACE) de 1923. En ella el gobierno obregonista al igual que otros gobiernos latinoamericanos se opone a los intentos de empresas extranjeras por mantener dominio financiero sobre las comunicaciones eléctricas en esta región.

En mayo de 1923 en Chile se toman los siguientes acuerdos sobre los cuales el Estado encontraría justificación y una base política para la posterior elaboración de la Ley de Comunicaciones eléctricas de 1926:

---

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> En junio de 1923 Obregón aprueba un ambicioso proyecto presentado por Ramón P. Denegri, subsecretario de agricultura, que contemplaba instalar radiodifusoras en Monterrey, Chihuahua, Hermosillo, DF, Guadalajara y Mérida con el objetivo de cubrir por medio de una red radiofónica todo el territorio nacional, con la finalidad de informar a los agricultores acerca del estado del tiempo, los precios del mercado y otras noticias que fuesen convenientes para el mejor desarrollo de esas actividades, pero debido a la ineficiencia administrativa con respecto a la radio oficial esto no pudo prosperar. Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, México 1988, Fundación Manuel Buendía. p. 29

- 1) Las comunicaciones eléctricas debían ser consideradas como servicio público y por consiguiente debían estar bajo “supervigilancia” de los gobiernos y ellos debían tomar en cuenta esto al legislar sobre la materia.
- 2) Establecer una Comisión Técnica Interamericana para estudiar la cooperación entre los estados americanos en lo relativo a comunicaciones eléctricas.
- 3)

En ese periodo el gobierno estaba tan interesado por la radiodifusión que apenas se generalizó la instalación de estaciones radiodifusoras, se creó el Departamento de Radio dependiente de la Dirección General de Telégrafos de la SCOP (agosto de 1923) y se donaron aparatos receptores de radio a varias organizaciones sindicales como la CROM, la Federación Obrera Hidalguense y al Centro Obrero Progresista de Jerez Zacatecas.

El gobierno logró instalar pocas estaciones oficiales: la CZA y la CZZ en 1923 y en 1924 la CYE dependiente de la SEP.

Para que la radiodifusión existiera era necesario que el impulso hacia esta industria viniese de capitales privados nacionales<sup>8</sup>, pues el Estado no tenía la capacidad económica para instalar las estaciones en toda la república y además carecía de un aparato administrativo que las manejara eficientemente y vigilará su operación.

En ese mismo momento el Estado convocó a los ciudadanos interesados en esta actividad, comenzar la instalación de estaciones de radio, para crear condiciones jurídicas, políticas y administrativas necesarias para el desarrollo de esta industria. A partir de lo anterior nació la Ley de comunicaciones eléctricas.

Uso político de la radio: facultad exclusiva del Estado. Uso económico en manos de los radiodifusores privados.

En los años treinta el Estado impide que el potencial difusivo de la radio fuese ocupado por fuerzas que pusieran en peligro la permanencia en el poder del bloque gobernante. Así

---

<sup>8</sup>Como vimos en el capítulo anterior esto se dio solamente de manera formal pues en los hechos fueron capitales extranjeros (particularmente estadounidenses) los que dan el impulso real a la radiodifusión en México durante los años treinta.

en el reglamento capítulo VI del libro 5º de la Ley de Vías Generales de Comunicación publicado en 1933 se abre un apartado de “trasmisiones prohibidas”. Ahí se indica que las transmisiones radiofónicas no debían atentar contra la seguridad del Estado ni atacar al gobierno constituido, prohibiendo la transmisión de asuntos de carácter personal, político o religioso, así como la propaganda profesional a favor de personas que no tengan título legalmente expedido<sup>9</sup>.

El Estado trató también de ocupar la radiodifusión con fines propagandísticos, y el gobierno cardenista hace su parte con el objetivo de controlar, organizar y guiar la acción de las masas, así como de enmarcar sus luchas y fuerza política dentro del proyecto estatal.

Para ello se creó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) por decreto presidencial. Este organismo estaba vinculado directamente con el presidente de la República y se encargaba de centralizar la información proveniente de todas las secretarías de Estado y departamentos procesándola de acuerdo a la política del régimen y difundirla masivamente siguiendo los lineamientos de esta. A través de este departamento se vertía información oficial a periódicos y agencias extranjeras, la difusión radiofónica de la propaganda oficial se concentró en las estaciones XEDP Y XEXA.

Pero estos esfuerzos no fructificaron pues la radiodifusión estatal se enfrentó a la falta de coordinación entre las diferentes dependencias del gobierno que emitían información oficial, pues se corría el riesgo de que éstas pudiesen interpretar parcialmente los acontecimientos nacionales y de esta manera el sentido de la información del gobierno podría ser contrario a sus intereses; esto sucedía ante la falta de una política central que las coordinara a todas.

El general Francisco Múgica se hace cargo de la preocupación de que los mensajes oficiales fueran emitidos por las estaciones comerciales y tuvieran resonancia en las masas. Este personaje promovió un modelo de radio en donde se proponía un control absoluto sobre las

---

<sup>9</sup> Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, México, Fundación Manuel Buendía. 1988, p. 54

transmisiones, pero esto estaba lejos de la lógica que se estaba desarrollando, me refiero al pacto entre radiodifusores privados y Estado, pues en tanto que el Estado tuviese control político de las transmisiones, el uso económico de la radio se quedaba en manos de los particulares. Esta iniciativa no prosperó pues no encontró resonancia; por el contrario, los radiodifusores se opusieron tajantemente.

En la versión final de la Ley de Vías Generales de ese año se incluyeron un conjunto de disposiciones que posibilitarían la expansión acelerada de la radio comercial en los años cuarenta, como la eliminación de obstáculos para la importación de programas de radio grabados originalmente en el extranjero, el artículo 25 del reglamento de la Ley General de Vías de Comunicación de 1942 estipulaba que solo bastaba la autorización de la SCOP para realizar la retransmisión de programas desarrollados en el extranjero. Es importante hacer notar que esta disposición protegía los intereses de Radio Programas de México (RPM), en el sentido de que evitaba que cualquier estación ajena a esta cadena retransmitiera programas sin la autorización expresa de ella.

Una estación comercial podía destinar hasta la mitad de su programación diaria a la emisión de publicidad comercial, pues en cuanto a la transmisión de anuncios comerciales se estipulaba en el artículo 28 del reglamento que cada anuncio podía durar como máximo dos minutos y por cada dos anuncios se podía transmitir un número musical o de cualquier otra índole que no fuese comercial.

Durante el decenio de 1940 a 1950 la política del Estado con respecto a los medios de comunicación se distinguió por la disminución de la presencia del Estado en radiodifusión, y por un incremento en las facilidades para la expansión de esta industria. El Estado mantuvo las estaciones oficiales como la XEDP y la XEXA pero su funcionamiento no era tan intenso como en los años del gobierno cardenista, pues estas estaciones ya no funcionaban como un modelo que fuese alternativo a las estaciones comerciales, pues eran más bien los escombros de aquel proyecto radiofónico cardenista.

Las medidas estatales de protección y fomento a la industria durante los años cuarenta fueron frecuentes, por ejemplo el Estado no dudó en poner a disposición de RPM y sin costo alguno la infraestructura de telecomunicaciones estatal para que efectuaran transmisiones radiofónicas a todo el país; a su vez también se otorgaron enormes facilidades para que los industriales de radio pudiesen realizar en nuestro país todo tipo de reuniones y convenciones de representantes de radiodifusión comercial de diversas partes del mundo como la primera Conferencia Interamericana de Radiodifusión de 1944 y la reunión que dio origen a la Asociación Interamericana de Radiodifusión<sup>10</sup> en 1946.

El Estado reforzó sus controles en la información transmitida; en 1942 la SCOP dispuso que todos los noticieros de radio pasaran a la misma hora con el objeto de monitorearlos más fácilmente, durante esa década, debido al ingreso de México a la segunda guerra Mundial fueron frecuentes los encadenamientos para la transmisión de mensajes oficiales de todo tipo especialmente de propaganda “en favor de los aliados de la democracia”. En 1942 se transmitieron 52 programas encadenados a las 162 estaciones que existían en ese momento<sup>11</sup>.

Durante el gobierno de Miguel Alemán Valdés, el Estado se caracterizó por dar un apoyo irrestricto a la industria de radiodifusión, al otorgar todo tipo de exenciones fiscales, permisos de libre importación de equipo y materiales, beneficios dirigidos sobre todo a las nuevas empresas de televisión; como el permiso para introducir a nuestro país “maquillajes y cosméticos” otorgada a la empresa Televisión de México S.A concesionaria de canal 4 y propiedad de Rómulo O’ Farril.

Pero durante el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines cambia la situación, el nuevo presidente no se manifestó tan abiertamente a favor del sector privado, las relaciones entre el gobierno y los empresarios se tensaron debido a un ambiente marcado por la crisis, ya que el gobierno tuvo que llevar a la práctica diversas medidas para controlar la finanzas públicas. Para controlar la inflación se restringió el crédito, las inversiones estatales se dirigieron

---

<sup>10</sup> Dicha organización de corte latinoamericana se encargo de estandarizar los intereses de los radiodifusores comerciales así como de defender los mismos ante la amenaza de cualquier gobierno.

<sup>11</sup> *Ibidem*.



hacia el sector campesino con la idea de que el desarrollo del campo haría surgir el poder de compra masivo necesario para estimular el mercado interno de productos manufacturados.

En el caso de los industriales de radio y televisión el conflicto surge en 1955 cuando Ruiz Cortines expide un decreto que reforma los artículos 32 y 33 del Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica, el cual establecía un mayor control gubernamental sobre el contenido de las programaciones por televisión, especificando que los gastos que ello implicaran debían ser cubiertos por los concesionarios. Como respuesta a este decreto los canales 2, 4 y 5 se unifican para formar Telesistema Mexicano A.C., lo cual representó la intención de constituir un monopolio que controlara y penetrara su imagen a todo el país al tiempo de hacer un frente contra el gobierno<sup>12</sup>.

En lo sucesivo se revisaran dos aspectos fundamentales que nos ayudaran a entender los puntos centrales de esta Tesis, me refiero a la Ley Federal de Radio y Televisión y al conflicto entre medios y poder público de finales de los sesenta del cual surgió el famoso 12.5% de tiempos en radio y televisión del Estado; el primer aspecto sirve para el análisis de la influencia que tuvo la cámara en la elaboración y posterior aprobación de la ley Federal de Radio y Televisión de 2006 y el segundo para analizar la modificación de los tiempos oficiales ocurrida en octubre de 2002.

## **2.2 La Ley Federal de Radio y Televisión de 1960**

Los obstáculos para la acumulación de capital de los radiodifusores.

Desde los años cuarentas los radiodifusores comenzaron reforzar y ampliar su influencia sobre la radiodifusión comercial, pues ellos querían eliminar los impedimentos para la

---

<sup>12</sup> Jaime Cornelio Chaparro, “Televisión y Poder: Apuntes para una historia de la televisión en México 1950-1980”, en Claudia Benassini [et al.], *Comunicación, Globalización y Política*, Universidad Autónoma del Estado de México, 1995.

acumulación y expansión de capital así como los obstáculos para la transmisión de opiniones políticas para promover sus intereses económicos y políticos con el uso de sus propias estaciones radiodifusoras.

El primer punto que les interesaba era la elaboración de una ley específica sobre la industria de radio y televisión que las apartara de las demás materias que normaba esta ley<sup>13</sup>, ellos querían una ley que incluyera solo específicamente los intereses económicos y políticos del gremio de los radiodifusores.

Los industriales de radio estaban enfocados a varios aspectos que limitaban la consecución de sus intereses, el primero de ellos se refiere a la noción de “Servicio Público” que debe guardar la industria de radiodifusión, que estipula la Ley General de Vías de Comunicación (LGVC) de 1939, pues esta noción implicaba un serio obstáculo para el crecimiento de las ganancias de las radiodifusoras, al ser la SCOP la facultada en aprobar las concesiones y el monto de las tarifas que los radiodifusores podían cobrar por los anuncios comerciales. Los radiodifusores querían cambiar esta noción para que las tarifas fuesen asignadas de acuerdo a la lógica de oferta y la demanda de mercado.

La noción de servicio público según la LGVC obligaba a los radiodifusores a prestar el servicio a cualquier persona sin distinción alguna siempre y cuando pagara la tarifa correspondiente, y que los mensajes no violaran la ley. A las grandes empresas les interesaba este punto pues comercialmente tenía implicaciones económicas; porque se abría la posibilidad de elegir y discriminar a las empresas que querían publicitarse en sus medios. La noción de servicio público obligaba a prestar el servicio a cualquier persona, les interesaba mantener contratos con las grandes empresas, no con las medianas o chicas, pues estas últimas podían exigir trato igual, y demandar el cobro de las tarifas autorizadas por la SCOP.

También la noción de servicio público tenía para los radiodifusores otro problema, la relación entre tres actores: El Estado, los industriales de radio y la ciudadanía. Los

---

<sup>13</sup> Estaban regidos bajo la Ley de Vías Generales, que englobaba todos los aspectos concernientes a las comunicaciones, además la televisión como nuevo medio requería su inclusión en la ley.

concesionarios querían una noción que fuese bipartita, es decir sacar de la jugada grupos de la ciudadanía que en cualquier momento podían despertar y exigir su derecho a la libertad de expresión, esto evidentemente beneficiaba al Estado autoritario de ese entonces y por supuesto beneficiaba a los radiodifusores pues se reservaban el derecho de elegir qué mensajes serían transmitidos en sus respectivos medios.

La LGVC de 1939 estipula también el derecho de reversión que no es otra cosa que el derecho que tenía el Estado para tomar posesión de la propiedad de estaciones de radio, que no cumplieran con los requisitos para su legítima operación. Los radiodifusores argumentaban que esta disposición limitaba la certidumbre a la inversión en esta industria pues no sabían en qué momento el Estado podía expropiar sus estaciones.

La operación política que guió la actividad de los industriales de radio y televisión corrió a cargo de destacados dirigentes y radiodifusores de la CIR, como José Luis Fernández, Luis de la Rosa, ellos junto con otros jóvenes, como Guillermo E. Salas, Oscar Bravo Santos y Salvador Pliego Montes, se dan a la tarea de preparar los argumentos teóricos, políticos y jurídicos para la consecución de sus fines.

Así se propuso que se cambiara la noción de “Servicio Público” por la de servicio de “Interés Público”. Ésta eliminaba la injerencia del Estado en la determinación de tarifas y además, suprimía cualquier compromiso de los radiodifusores con el público, así las organizaciones de la sociedad civil quedan excluidas, descalificadas (incluso legalmente) a intervenir en asuntos relativos a la radiodifusión, y el Estado en su calidad de representante legítimo de las demandas de la sociedad sería el que atendería junto con los concesionarios los asuntos de la radiodifusión.

Eliminar la noción de reversión encontraba serias limitaciones, pues implicaba que el Estado renunciara controlar políticamente la industria de radio y televisión, los radiodifusores al percatarse de la dificultad de eliminar este punto, pugnaron por alargar los periodos de tiempo de las concesiones para radio y televisión, y asegurar un

compromiso con el Estado que permitiese la renovación de concesiones sin mayor problema, de esta manera ganarían mayor certidumbre a sus inversiones.

La ley federal de Radio y televisión se aprueba en un momento que favorece a los radiodifusores. El titular de la SCOP<sup>14</sup> era afín a sus intereses el Ing. Walter Cross Buchanan antiguo radiodifusor y hermano de un dirigente de la industria, el Ing. Juan Cross Buchanan.

También dentro del Congreso de la Unión se encuentran personalidades que favorecen su aprobación; en la Cámara de diputados se encontraba el Diputado Juan José Osorio que había descongelado una iniciativa que él mismo había propuesto años atrás, la cual intentaba reformar el régimen de los medios de comunicación. Esta iniciativa por supuesto no incluía casi ninguna de las demandas que intentaban meter a la nueva ley los industriales de este gremio pero el hecho de que se abriera la discusión ayudó a que se movilizaran diversos diputados ligados a los intereses de la CIR, como el ex-locutor y en ese momento concesionario Rubén Marín y Kall; también la CIR contaba con el apoyo total de otros dos diputados. Se trata de Moisés Ochoa Campos y José Guillermo Salas Armendáriz y los senadores Livas Villareal y el Sr. Aragón Rebolledo, quienes sin pertenecer al gremio defendieron los intereses de los radiodifusores como lo hubiera hecho cualquier concesionario<sup>15</sup>.

Al Estado le interesaba aumentar su presencia en la radio y televisión; y proponía un máximo de 60 minutos al día contra los 30 minutos que proponían los radiodifusores.

#### Principales Características de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960

La ley federal de radio y televisión fue aprobada el 19 de enero de 1960, sus puntos principales radican en que:

---

<sup>14</sup> A partir de 1958 la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas cambia a Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)

<sup>15</sup> Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. I (1920-1960)*, México 1988, Fundación Manuel Buendía.

- 1) Definió a la industria de radio y televisión como una actividad de “*interés público*” a la que el Estado debía proteger y vigilar (Art. 4º)
- 2) Otorgó una gran cantidad de facilidades a los radiodifusores especialmente a las grandes empresas, que en el futuro obtuvieron grandes beneficios económicos; el Estado otorga facultades para la operación de estaciones radiodifusoras que por su potencia, frecuencia o ubicación fuesen susceptibles de ser captadas en el extranjero (Art. 7º). Esto se hizo con la intención de divulgar la cultura mexicana y fomentar las relaciones de comunicación, e intensificar la propaganda turística, pero ayudó a que las grandes empresas tuvieran mayor cobertura y con esto a que esas empresas pudieran subir sus tarifas por la prestación de sus servicios. También se facultó a las empresas para fijar libremente los máximos de las tarifas cobradas por sus servicios; la SCT sólo fijaría los mínimos dejando la libertad de fijar los máximos a los concesionarios, (Art.8º Fracción IV y Art.53),

Se cedió también al libre arbitrio de los industriales la fijación del máximo de anuncios comerciales que intercalarían en su programación diaria, guiándose solo por el criterio de que debía existir un equilibrio prudente entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación (Art. 57 Fracción 1).

Esta ley también aceptó la libertad de expresión para la radio y la televisión con la cual los concesionarios podían externar sus posiciones políticas y económicas. Se fijó un nuevo ámbito de jurisdicción y nuevas competencias para diferentes secretarías que se relacionaran con la radiodifusión; a la Secretaría de Gobernación se le adjudicaba la vigilancia del contenido de las transmisiones de radio y televisión y también se encargaría de coordinar el funcionamiento de las estaciones públicas (Art. 10º). Las transmisiones serían libres en tanto no atentaran contra la vida privada, la dignidad personal y la moral, los derechos a terceros, ni provocaran la comisión de delitos que perturben el orden y la paz pública.

En el Artículo 16 el Estado aceptó el compromiso de respetar las concesiones, no hacer uso de la “reversión” sino otorgar facilidades para la renovación de las concesiones que durarían un máximo de 30 años.

El artículo 60 conserva las disposiciones que establecían la obligación de las estaciones comerciales de transmitir gratuitamente y con prioridad boletines emitidos por cualquier autoridad relacionada con la defensa del territorio, conservación del orden público o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública y la obligación de las estaciones de encadenarse a requerimientos de la secretaría de Gobernación.

Los espacios para uso del Estado no tenían una duración, ni horario establecidos, sino que se atenían a los términos en que se arreglaran las respectivas dependencias con los concesionarios o permisionarios.

Se creó el Consejo Nacional de Radio y Televisión dependiente de la secretaría de Gobernación, integrado por cuatro representantes del gobierno: representante de la Secretaría de Gobernación, que sería el presidente; un representante de la SCT; uno de la SEP, y otro de la Secretaría de Salubridad; dos más de la CIR y otros dos de parte de los trabajadores de la industria. La misión de este Consejo era promover y organizar las emisiones del Estado y servir de órgano de consulta del ejecutivo Federal.

Así a pesar de que la mayoría de las disposiciones fueron promovidas por los concesionarios, el Estado se mantuvo como representante de la Nación y mantuvo la supervigilancia y el control político de las transmisiones (aunque como se muestra de manera limitada).

### **2.3 El 12.5% de tiempos oficiales en Radio y Televisión.**

#### *Antecedentes.*

El Contexto político y económico.

Antes de abordar la aparición del 12.5% en tiempos oficiales en radio y televisión es necesario mencionar un aspecto muy importante: la crisis de legitimación estatal. En la

década de los sesentas y principios de los setentas se desarrollan tendencias sociales que evidencian las contradicciones del régimen político mexicano.

Hablemos primero del aspecto económico, durante la década de los sesenta se consolida el llamado “Modelo del Desarrollo estabilizador”, el cual pretendía conseguir básicamente un crecimiento económico sostenido, la estabilidad cambiaria del peso y una relativa estabilidad en los precios sobre la base de:

- a) Protección a la industria nacional contra la competencia extranjera.
- b) La continuación de la tradicional política económica del Estado favorable a las empresas privadas.
- c) Impulso a la actividad económica del Estado recurriendo a la captación de recursos provenientes del extranjero (no a través de la emisión excesiva de circulantes) y la canalización de ahorro hacia el sector público captado por sociedades financieras y bancos a través del recurso del encaje legal<sup>16</sup>.

Así el crédito externo funcionaría como corrector de desajustes tanto al interior como al exterior de la economía. Al interior, sería un complemento al ahorro público y privado capaz de permitirle al gobierno expandir el ritmo de su intervención. Al exterior sería un complemento al ahorro de divisas que facilitaría al gobierno hacer frente a desajustes en la balanza de pagos sin afectar el nivel de sus reservas internacionales y también sin obligarlo a diseñar una política que redujera las importaciones y con ella pusiera en peligro la expansión del propio aparato estatal.

Esto proveyó al Estado de los recursos necesarios para financiar el gasto y la inversión pública que se destinarían a los siguientes rubros: la petroquímica básica, la electrificación y la siderurgia, actividades que sostenían la política económica estatal, pues su base se apoyaría el proceso de industrialización del país.

---

<sup>16</sup> Fernando Mejía Barquera, “La industria de la radio y la televisión y la política del estado Mexicano (Orígenes y desarrollo)”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. UNAM FCPYS 1981 Pág. 632.

Pero los objetivos perseguidos tuvieron un alto costo social, al acelerar el proceso de concentración y centralización de capitales, como del ingreso, se incrementó la deuda externa y se profundizó la dependencia de la economía mexicana al exterior.

Los gobiernos de López Mateos y Días Ordaz cuidaron de no afectar las ganancias de los empresarios privados en materia de la reforma fiscal, el Estado llevó a cabo una política de precios y tarifas bajas de bienes y servicios de las empresas estatales destinada al capital privado. También durante esta época se consolidó la política del Estado consistente en favorecer el desarrollo de relaciones capitalistas en el campo, provocando que solo un reducido grupo pudiera acaparar poco a poco las mejores tierras, el agua y el crédito público.

Estos incentivos combinados con un régimen de salarios bajos fueron aprovechados por las grandes empresas a las que el uso de tecnología moderna proveía de una productividad mayor.

Esta situación provoco que no se pudieran captar los recursos fiscales que hicieran frente al gasto público y obligó al Estado a recurrir a créditos externos, de 1965 a 1970 se contrataron préstamos por 4 523 millones de dólares, lo cual incremento considerablemente la deuda externa, pues pasó de 1 809.2 millones de dólares en diciembre de 1964 a 3 762.4 millones de dólares a finales de 1970<sup>17</sup>.

Por otro lado, también creció en enormes cantidades el déficit del sector público desencadenando crisis en las empresas estatales más importantes. El país se introdujo en una lógica en la que la posición de privilegio alcanzada por los dueños de grandes capitales (al combinarse con el descenso del nivel de vida de las clases populares), dio origen a una etapa de fuertes y crecientes tensiones sociales. “No solo las pequeñas y medianas empresas industriales, comerciales y de servicios, así como las formas liberales del ejercicio profesional encontraron sus límites y en muchos casos su fin, sino que además, tuvieron que asumir como futuro para sus nuevas generaciones la categoría de asalariados”<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> *Ibidem* p. 636

<sup>18</sup> Manuel Villa Aguilera. *¿A quién le interesa la democracia en México?: crisis del intervencionismo estatal y alternativas del pacto social*, Coordinación de humanidades, UNAM, y Miguel Ángel Porrúa 1988, p 154.



Ante este malestar, los sectores de las clases medias urbanas se orientaron a la movilización social ante un ambiente en que el Estado y el mercado les daban la espalda.

Las formas de mediación entre el Estado y la sociedad así como la legitimidad del primero entraron en crisis, pero el gobierno no entendió el mensaje que le enviaba la sociedad<sup>19</sup> el cual residía en demandas por la democratización del régimen, es decir cambiar las formas tradicionales de hacer política<sup>20</sup> por otras más democráticas y participativas; pero burdamente se utilizaron los mismos procedimientos autoritarios con que contaba el sistema político mexicano de ese entonces, situación que se evidenció con los actos de represión a los movimientos de ferrocarrileros, maestros y médicos<sup>21</sup>.

El punto que evidenció la crisis fue el movimiento del 68, pues hizo mostró el hartazgo de ciertos sectores sociales de la sociedad a seguir participando a través de los canales tradicionales<sup>22</sup>, las demandas eran sobre todo de apertura democrática (libre expresión autonomía de las organizaciones de la sociedad civil frente al Estado, libre manifestación, respeto al voto popular, etc.).

Este movimiento pudo haber sido el germen de lo que podría ser la democratización de nuestro país desde la sociedad, pero desgraciadamente el conflicto se trató de solucionar

---

<sup>19</sup> A través de unas clases medias que eran producto de los procesos de modernización e industrialización del país.

<sup>20</sup> “La incorporación de las masas a la vida política institucional, (a partir de mediados de los cuarenta) trajo consigo un costo: de ahí en adelante su participación en el régimen sólo podría llevarse a cabo en el marco de las grandes organizaciones partidarias, ya fueran laboristas, socialistas, comunistas, socialdemócratas o simplemente sindicales... lo cual obligó a que sus demandas se ciñeran a las condiciones económicas con lo que se suponía que el bienestar vendría después.” *Ibidem* 156-157.

<sup>21</sup> A finales de la década de los años cincuenta y principio de la década de los sesenta el Estado mexicano reprimió a trabajadores ferrocarrileros, de PEMEX, maestros y médicos, los cuales demandaban mejoras salariales y democracia sindical.

<sup>22</sup> A principios de la década de los sesenta se vislumbra el descontento, ya existían líderes que conducían su lucha por la vía armada. En 1962 el líder Rubén Jaramillo y su familia fueron asesinados, Jaramillo encabezó las luchas agrarias en Morelos. En 1967 Lucio Cabañas, maestro de la normal rural de Ayotzinapa, miembro del Partido Comunista Mexicano lidera una protesta en Atoyac de Álvarez en contra la dirección de su escuela. Policía y guardias blancas la disuelven a balazos y persiguen a Cabañas en la sierra, junto con el Ejército. Tras el incidente moviliza a campesinos que se manifestaban contra caciquismos, miseria y abusos se internan en la Sierra de Guerrero y protagonizó diversos enfrentamientos con el gobierno local y federal. En:

[http://www.exonline.com.mx/diario/noticia/primera/especiales\\_nacional/en\\_el\\_principio\\_fue\\_la\\_represion/291072](http://www.exonline.com.mx/diario/noticia/primera/especiales_nacional/en_el_principio_fue_la_represion/291072) consultado en febrero de 2008

exacerbando el estilo tradicional de control, acentuando las tendencias oligárquico-burocráticas del sistema y rechazando las alternativas posibles a las formas de participación “a la nueva sociedad de masas urbana se les enfrentó con el arsenal anacrónico con el que, en su momento, se sometió a masas agrarias y a los todavía débiles sectores obreros”<sup>23</sup>.

El desprestigio gubernamental se hizo todavía más evidente y crónico, por lo cual era necesario introducir cambios sustanciales en las formas políticas, y también hacer algo para revertir la crisis de los aparatos de legitimación del Estado y hacer frente a la pérdida del consenso, así una de las acciones se orientó hacia los medios de difusión masiva, el gobierno tenía que limpiar su imagen, por ello a finales de la década de los sesenta el Estado comenzó a introducir una política tendiente a aumentar su influencia en los medios de comunicación sobre todo en la radiodifusión<sup>24</sup>.

#### Acciones estatales

El 31 de diciembre de 1968, dentro de la ley de Ingresos de la federación para el año siguiente, el diario oficial publicó una ley que establece reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos, en su artículo 9º estipula un impuesto sobre servicios expresamente de radiodifusión (incluida la televisión), en él eran causantes empresas, concesionarios de bienes del dominio directo de la nación.

En especie, el impuesto obligaba a un gravamen del 25% del importe total de pagos que se efectuaran por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación, en cuanto la actividad esté declarada como de interés público.

La radio y la televisión estaban consideradas bajo este régimen, y por tanto eran sujetos del impuesto, a ellos les afectaba porque eran los anunciantes los sujetos de dicho impuesto, en

---

<sup>23</sup> *Ibidem* p. 162

<sup>24</sup> Mejía Barquera, Fernando “La industria de la radio y la televisión y la política del estado Mexicano (Orígenes y desarrollo)”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, FCPYS UNAM, 1981 Pág. 642

la medida que ocuparan directamente las estaciones comerciales y todas las empresas productoras de programas o que alquilaran estudios o bien compraran tiempo para exhibirlos; las estaciones de radio y televisión eran causantes solidarios y tenían la obligación de cobrar dentro de sus tarifas el impuesto a cargo de los sujetos de dicho impuesto, para después entregar a las autoridades el 25% de cuanto pago recibieran por los servicios prestados en sus estaciones.

El gobierno también dejó abierta otra alternativa establecida en el artículo 16 del presupuesto de ingresos para el año de 1969, que consistía en un subsidio equivalente al total del impuesto mencionado, al cual podían acogerse los sujetos del mismo, siempre y cuando se reunieran los siguientes requisitos:

- 1) Que las empresas que prestaran servicios mediante concesión de un bien dominio de la nación, fueran sociedades anónimas y que un 49% de las acciones<sup>25</sup> pertenecieran a sociedades de inversión<sup>26</sup>, o bien que ese 49% de acciones estuvieran depositadas en un fideicomiso irrevocable en instituciones nacionales de crédito a fin de que pudieran emitirse certificados de participación que pudieran ser colocados por el público.
- 2) Que los miembros del consejo de administración nombrados por los titulares de las acciones de voto ilimitado, tuvieran la facultad de vetar la prestación de servicios a fin de salvaguardar a las actividades de la sociedad y de determinarlas normas a las que debía ajustarse la empresa sobre la prestación de servicios para salvaguardar el interés público que corresponde a las actividades de la sociedad.
- 3) Que la asamblea ordinaria de accionistas debía decidir la distribución de las utilidades netas que arrojaran los balances, a menos que la propia asamblea decidiera revertirlas.

---

<sup>25</sup> Sin incluir en este porcentaje a las de voto limitado, es decir aquellas que solo tienen derecho a voto en las asambleas extraordinarias y por lo tanto no tienen injerencia en la elección del consejo de administración de la empresa.

<sup>26</sup> Las cuales podían ser adquiridas por el público.

Existían dos opciones para las empresas: transformarse en sociedades de inversión o colocar el 49% de sus acciones de voto ilimitado. Con esta última opción las empresas tendrían la amenaza de que cualquier tipo de persona podría hacerse de acciones (incluso si no pertenecía al gremio). Esta opción también traía el riesgo de que el Estado pudiese adquirir acciones, ósea participar en el medio. La asamblea extraordinaria al tener que repartir las utilidades, provocaría que los dueños tradicionales de las estaciones tuvieran que compartir sus ganancias y además otorgar poder de decisión sobre la administración de las empresas.

El apartado donde se menciona que el consejo de administración tendría la facultad de vetar las transmisiones cuando incumplieran la función de “interés Público y de que determinara la forma en que debía ajustarse la operación de la radio y la televisión, implicaba que la orientación tradicional de la política de la industria de radiodifusión podía ser sujeta a modificaciones, pero además también podía atentar contra la utilización política de estos medios por parte de los concesionarios.

Al encontrarse en esta situación los concesionarios comenzaron a entablar negociaciones a fin de que sus intereses no fueran afectados.

#### Acción de los industriales de radio y televisión

El problema del Estado para la consecución de estos fines, eran las complicidades políticas, ya que los industriales tenían personajes de la burocracia estatal a favor de sus intereses, los industriales utilizaron a todos sus contactos y cuadros políticos dentro de la burocracia para consecución de sus fines, “durante el primer lustro de la década de los sesenta, las relaciones entre los radiodifusores comerciales y las autoridades fueron...sumamente cordiales”<sup>27</sup>.

En abril de 1969 se realizó una asamblea extraordinaria en la cual se analizaron los problemas suscitados por el impuesto del 25%, en ella se encontraban altos directivos de la

---

<sup>27</sup> Mejía Barquera, Fernando. “La industria de la radio y la televisión y la política del estado Mexicano (Orígenes y desarrollo)”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. UNAM FCPYS 1981, Pág. 662

CIR como Antonio R. Cabrera, José Luis Fernández, Luis Blando López, Francisco Aguirre, Carlos Flores y Arturo Martínez, ahí se informó a los concesionarios de la administración del estado de las negociaciones que habían comenzado hace una semana (con las Secretarías de Hacienda y de Comunicaciones y Transportes); a su vez también se acordó dar un voto de confianza a los directivos de la CIR a fin de continuar las negociaciones con el gobierno. Para ello se creó una comisión formada por Antonio R. Cabrera, José Luis Fernández, Clemente Serna Martínez, Francisco Pérez Alvarado, Carlos Flores, Francisco Ibarra López y José Luis Iturbe.

En mayo de 1969, la comisión dio a conocer una lista de puntos sobre los cuales giraría la negociación de los concesionarios con el gobierno:

- 1) Abordar el problema como un asunto de carácter nacional en vista de que el mismo era trascendente y entrañaba un peligro.
- 2) Consideraban que el impuesto era confiscatorio y discriminatorio y era necesario negarse a él.
- 3) Acogerse al subsidio implicaba aceptar la intervención gubernamental con facultades absolutas sobre las estaciones.
- 4) También tenían la intención de hacer notar al Estado que en la ley y en el reglamento contaba con facultades e instrumentos legales para el logro de las finalidades propuestas por él mismo, siempre y cuando los órganos administrativos encargados de su aplicación y especialmente el Consejo Nacional de Radio y Televisión, funcionaran debida y eficazmente.
- 5) Mantener contacto con los presidentes de las Confederaciones de Cámaras de Industria y Comercio, de la Asociación Nacional de Anunciantes, de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, la Asociación Nacional de la Publicidad, etc.; quienes estaban a favor de sus posturas y también estaban preparados, en caso de ser necesario, para intervenir en el asunto de la forma que se considerará conveniente<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Ibídem Pág. 669

En este documento, los secretarios de Hacienda y comunicaciones y Transportes habían informado a la comisión de la CIR, que al Estado no le interesaba el manejo de las estaciones; que urgía solucionar el conflicto pues estaba causando graves problemas a múltiples sectores y que la solución de problema estaba confiada al ingeniero José Antonio Padilla Segura, secretario de comunicaciones y transportes.

En ese mismo mes, la comisión de la CIR tuvo una entrevista con el Ingeniero Padilla Segura para pedirle una resolución al problema. Éste los citó a una reunión en la que se anunciaría la forma de resolver el problema, y les informó que no habría carácter impositivo, y quedaría abierta a la opinión y consideraciones que la industria haga valer, y se tomaría en cuenta un ajuste final que tuviera en cuenta el interés público tomando en consideración que el Estado no podía prescindir de la observancia de ciertos principios.

El ingeniero presentó la propuesta del gobierno:

- 1) Que las estaciones cedieran un mayor tiempo de emisión gratuito al Estado para programas que le permitieran cumplir con sus funciones.
- 2) Que los radiodifusores otorgaran las garantías de la efectiva supervisión de los programas en radio y televisión. El Estado se adjudicó el derecho de revisar cada 5 años a los radiodifusores, para saber si el concesionario había cumplido con sus obligaciones especialmente la relativa a la función social del artículo 5º de la LFRT. Si el concesionario incurriera en una falta al cumplimiento de sus obligaciones se le revocaría su concesión.
- 3) Cuando el ejecutivo considerara que algún asunto o tema pueda perturbar o esté perturbando la paz o el orden público provocando una alarma, desorientación, podría hacer observaciones al concesionario, y sancionar en caso de incumplimiento con lo dispuesto, y si reincidía sería causa de revocación de la concesión.

Con esto el Estado quería fortalecer los recursos, con que podía contar en radiodifusión, a través de un incremento en los espacios oficiales en los tiempos de transmisión comerciales y también un mayor control de los contenidos de las emisiones.

Ante la propuesta, los concesionarios fijaron su postura, en la que decían que aceptaban tres puntos de la propuesta, siempre y cuando se dejará sin efecto, por cualquier procedimiento legal válido, el impuesto del 25% causante del problema.

La CIR el 29 de mayo de 1969 citó a sus agremiados para discutir una nueva proposición de las autoridades, de donde saldría el acuerdo definitivo, la asamblea extraordinaria que sesionó entre el 29 y 30 de mayo de ese año y fijó su postura final y con ello se cerró el capítulo, ellos quedaban de acuerdo con las negociaciones a las que se había llegado.

Así el primero de julio de 1969 el gobierno anunció en el diario oficial, el resultado de las negociaciones, se publicó un acuerdo presidencial en el que se autoriza a los concesionarios de estaciones de radio y televisión, en su calidad de obligados solidarios del citado impuesto del 25%, a hacerse cargo del mismo y cubrirlo a través de la cesión al Estado del 12.5% de tiempo diario de transmisión de cada estación de radio y televisión, al hacer esto las agencias de publicidad, las empresas productoras de programas y anunciantes en general quedaban exentos de esta obligación.

En sí el 12.5% de tiempos oficiales, quedó como una alternativa a lo que el Estado originalmente pretendía hacer, pues obviamente ningún radiodifusor ha optado por elegir el impuesto del 25% al cobro de tarifas a los anunciantes de sus respectivos medios, ni tampoco convertir el 49% de las acciones en fideicomisos.

El Estado no tenía la capacidad para producir programas propios en radio y televisión que le permitieran ocupar efectivamente el tiempo del que fuera disponer en las estaciones comerciales, y en caso de no hacer uso de éste los concesionarios, lo podrían ocupar para sus propios fines a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión. El Estado debía negociar el horario y no debía poner en peligro la estabilidad económica de las estaciones,

debía tomar en cuenta las características de la programación de las estaciones y notificar al concesionario el uso de los tiempos de transmisión con razonable anticipación.

#### Tipos y Distribución de los tiempos oficiales

Los tiempos oficiales se dividen en dos tipos: 1) los tiempos de Estado, estipulados en *La Ley Federal de Radio y Televisión de 1960*; y 2) los tiempos fiscales, los cuales surgen en 1968 cuando el *Diario Oficial* de la Federación publicó la *Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos Federales*. Estos dos son de carácter permanente y regular a lo largo del año y no tienen un contenido predeterminado, como se explica a continuación:

- 1) Los tiempos de Estado. En el artículo 59 de la ley Federal de Radio y Televisión de 1960 se menciona que el Estado tendrá 30 minutos diarios gratuitos de transmisión “ya sea de manera continua o discontinua siendo el Ejecutivo Federal, el encargado de velar que así sea. Este tiempo se dedicaría a la difusión de temas educativos, culturales y de orientación social. Así mismo en el artículo 12 de la Ley Federal de Radio y Televisión se establece que el tiempo en que se dividiría la media hora, no será menor a 5 minutos.
- 2) Los tiempos fiscales: el Estado tendría 180 minutos diarios de transmisión en radio y televisión.

Las modalidades en que se pueden dividir ambos son las que siguen<sup>29</sup>:

- 1) La campaña. Se refiere al conjunto de mensajes que difunden la información referida a un servicio o prestación, ofrecido por una dependencia o secretaría del gobierno mexicano. Como las campañas de salud.
- 2) Programa. Es un espacio de duración determinada (no menos de 5 minutos y no superior a los 30 minutos) que difunde temas educativos, culturales y de orientación social generados por las distintas instancias gubernamentales. Como los programas

---

<sup>29</sup> Antimo Coronell Figueroa. “Los tiempos oficiales de radio: las funciones del departamento de tiempos oficiales de radio”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS 1996, pp. 64



de partidos políticos del IFE o los programas de la Procuraduría Federal del Consumidor.

- 3) El boletín gubernamental y encadenamientos nacionales. El artículo 60 estipula como obligación de los concesionarios permitir la transmisión gratuita de: los boletines de cualquier autoridad que se relacione con la seguridad del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública.
- 4) Evento. Es la transmisión en vivo o diferida de un acto gubernamental encabezado por algún funcionario y cuyo mensaje se considera fundamental dar a conocer a la población, como el informe presidencial, la ceremonia del 15 de septiembre, etc.

#### **2.4 El Derecho a la Información y la acción de la CIRT.**

Durante la década de los ochenta los conflictos entre el Estado y los concesionarios mostraron una relativa calma, mucho de esto gracias al hecho de que décadas atrás los industriales del ramo en cuestión, habían influido en el trazo institucional que atañe al régimen de radio y la televisión y se gozaba de una relativa paz institucional.

Sin embargo en esta época también ocurrieron una serie de sucesos que conviene analizar con el objetivo de evitar saltos abruptos en cuanto a la temporalidad del conjunto de este trabajo.

Por ello conviene rescatar el interesante tema del derecho a la información en México. Es de gran importancia situar las problemáticas que atañen a este ámbito. El proceso de democratización en México implicó tomar en cuenta, el derecho a la información. Puesto que éste atañe a quienes ejercer el poder y control sobre un determinado orden constitucional.

En las democracias, los ciudadanos son quienes deben ejercer este derecho, para exigir cuentas claras, un manejo transparente de los asuntos públicos y evitar que el ejercicio del poder incurra en abusos. En las democracias modernas los medios de comunicación son los

vehículos donde los ciudadanos depositan la confianza para enterarse de los asuntos públicos.

Sin embargo, en una economía de libre mercado los entes privados pueden prestar todo tipo de servicios de telecomunicaciones. Por ello surge la amenaza de que estos tracen una institucionalidad que puede incurrir en complicidades con el gobierno que favorezcan ciertos intereses y como producto de ello los ciudadanos vean mermados sus libertades.

En México el sector de las telecomunicaciones ha sido privilegiado con normas jurídicas acordes a sus necesidades de expansión empresarial y acumulación de capital. Por ello los grupos que controlan la radio y la televisión en México han ejercido presión para que el pleno derecho a la información no sea enteramente garantizado.

Esto no fue así todo el tiempo, durante el sistema político emanado de la revolución, El Estado ejerció el control de los medios de comunicación mediante varios mecanismos sutiles (y no tan sutiles) de tipo ideológico, económico, político y legal. El Estado pactó una alianza con los industriales de radio y televisión, el Estado dejó en los industriales el manejo económico de los medios a cambio de que éste se reservara el control político de los mensajes emitidos en estos medios.

Con la Reforma Política instrumentada en 1977 el tema del derecho a la información<sup>30</sup> fue uno de los temas que salieron a la luz. Debido a que no había un sistema de partidos para ejercer la información acerca del quehacer público, el Estado tuvo que garantizar este derecho. Por ello como uno de los puntos de la reforma política se reformó el artículo sexto constitucional que fue el punto de partida para garantizar el derecho a la información.

Fue en el Plan Básico de Gobierno 1976-1982 que presentó José López Portillo después de su nominación como candidato del PRI, donde se esbozo en la acepción tradicional del

---

<sup>30</sup> En toda democracia el Estado tiene la obligación de proveer a los ciudadanos y a la sociedad en general de una instancia que fomente la participación ciudadana y la protección de los derechos civiles, estos es el derecho a la información, para lo cual se requiere de información adecuada, oportuna y veraz, así todo ciudadano que lo requiera, pueda recibir en forma fácil y rápida conocimientos en la materia, ciencia o asunto que sea de su interés, para que la sociedad en su conjunto encuentre condiciones óptimas para su participación en la toma de decisiones públicas. Disponible desde Internet en: <http://www.tff.gob.mx/cont/ExpMotiv.htm>, consultado en octubre de 2009.

término de “derecho a la información”, es decir superar la concepción mercantilista de los medios de comunicación, que entiende este derecho como equivalente a la libertad de expresión, libertad que ejerce el que produce y emite la información, ignorando que este derecho también debe ser ejercido por aquel que la recibe<sup>31</sup>.

Sumado al carácter mercantilista que han adquirido los medios de comunicación en este entonces, al Estado le preocupa la participación relevante que ha llegado a detentar el grupo económico que maneja los medios de comunicación, en una cuestión tan importante como lo es la interpretación del acontecer nacional<sup>32</sup>, pues impactan de manera muy directa en el diseño de pautas culturales hacia los sectores expuestos ante los mensajes radiales y televisivos.

Cuando se incorporó al Artículo Sexto constitucional, el derecho a la información fue foco de múltiples interpretaciones y confusiones, ninguna lo abarcaba por completo, se le consideró desde garantía individual, prerrogativa de partidos, y hasta derecho social. El segundo informe de gobierno del Presidente José López Portillo anunció el fin de la polémica, ya que el derecho a la información sería reglamentado en el periodo ordinario de sesiones del Congreso. El secretario de Gobernación precisó que se trataba de un derecho social vinculado a los modernos medios de difusión masiva.

Fátima Fernández nos señala<sup>33</sup> que a partir de octubre de 1978 se inició la presión empresarial para impedir que el entonces nuevo ordenamiento fuese a disminuir los privilegios del capital monopólico que controla los medios de comunicación.

En la burocracia estatal, se dividen los bandos, unos están a favor de no perjudicar a los industriales de la radio y la televisión y otra pugna por establecer una pluralidad de emisores en los medios masivos y superar la concepción meramente mercantilista. Para enero de 1979 las posiciones se polarizan reduciéndose a si se está a favor o en contra de reglamentar o no el derecho a la información.

---

<sup>31</sup> Fátima Fernández Christlieb, *Los Medios de Difusión Masiva en México*, México, Juan Pablos Editor DF 3ª edición 1982 p.230

<sup>32</sup> *Ibidem* p. 232.

<sup>33</sup> *Ibidem* p. 234.

En los medios informativos se articulan también las alianzas: por un lado está la cooperativa periodística vinculada al partido oficial, y se pronuncian tímidamente a favor de la reglamentación sin hacer suyo el sentido último de la modificación constitucional.

En octubre de 1977 se plasmó una adición al Artículo Sexto de la Constitución la cual reside en destacar la necesidad de “garantizar en forma equitativa a los partidos políticos nacionales la disposición de los medios que les permitan difundir con amplitud sus principios, tesis y programas. Es decir se pensó que a través de los partidos políticos se contribuiría a fomentar una consciencia ciudadana en donde los individuos de la sociedad pudiesen estar mejor enterados, y por lo tanto volverse más analíticos con el fin de generar progreso social. Así el derecho a la información se plantea para su ejercicio en la práctica electoral.

Para el Estado es necesaria la participación directa en la toma de decisiones sobre el contenido de los medios de comunicación entendidos como transmisores de ideología de la sociedad de masas. Pues resulta esencial tener injerencia en un sector tan necesario para el ejercicio del poder político y la legitimidad social de cualquier Estado.

El consorcio televisivo privado, el periódico anticomunista de la derecha y la cooperativa usurpada en julio de 1979 se oponen abiertamente en contra de la reglamentación. La prensa conservadora y los industriales de radio y televisión lograron instrumentar una campaña que ayudó a silenciar lo referente a la legislación pendiente y aplazar las audiencias públicas solicitadas por el Presidente de la República.

Fue hasta febrero de 1980 cuando se retomaron las audiencias, desde ese mes hasta agosto de ese año se celebraron veinte audiencias públicas en las cuales se darían a conocer las distintas visiones y propuestas para reglamentar el derecho a la información.

En la última sesión comparecieron tres fuerzas políticamente relevantes: el movimiento obrero nacional, el Partido Comunista Mexicano y el monopolio privado televisivo.

El movimiento obrero funcionó como un vehículo a través del cual el gobierno externó su posición en el debate al derecho a la información. La CTM en un documento se pronunció a favor de la reglamentación con miras a la democratización de los medios de difusión masiva y que terminase el control capitalista y monopolístico en este sector.

El PCM se pronunció por cambiar el régimen de concesiones, proponiendo la cancelación de éstas a los actuales dueños y la expropiación de los bienes de las televisoras privadas.

Durante las audiencias Televisa manifestó su postura, en donde se deposita la confianza en la figura del *rating* televisivo como un mecanismo que asegura que la opinión del público sería tomada en cuenta para la producción y emisión de mensajes en sus respectivos medios. Argumentaron que existían ya muchas disposiciones jurídicas que garantizan el pleno derecho a la información y no se requería ninguna más. Sin embargo aceptaron que el Estado fuese la única fuente de información y que ellos funcionarían sólo como medios. Y enfatizaron su rechazo a aceptar que “todos” tengan acceso a los medios, pues según ellos sólo se producirían caos, por lo que sugirieron que fuesen organizaciones representativas las que tengan acceso a la toma de decisiones y los programas gubernamentales.

En México el grupo empresarial que comercializa los medios de comunicación hay que entenderlo como un grupo con una amplísima red de relaciones y alianzas con una buena parte del empresariado nacional, así potencia su influencia y capacidad de presión sobre un punto muy preciso de la agenda política.

Uno de los factores debido a los cuales la reglamentación al derecho a la información se pospuso fue que “en un sistema presidencialista y de partido hegemónico, los interlocutores políticos con mayor capacidad de bloqueo se ubicaban, fundamentalmente fuera del aparato formal de las instituciones de representación y de gobierno”<sup>34</sup>, como lo es el grupo empresarial de los medios de comunicación; lograron presionar para evitar la reglamentación y de este modo no permitir que nadie contrarrestara la influencia ideológica.

---

<sup>34</sup> Roberto Gutiérrez López, *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*. Ediciones Pomares. Barcelona México 2005. p. 53

El empeño por cancelar cualquier tipo de reglamentación en la materia, fue adquiriendo el discurso de que cualquier intento de reglamentación del derecho a la información atentaría contra la libertad de expresión, entendida esta como la libertad que ejerce el medio, y particularmente el propietario de la estación de radio o televisión. Bajo el supuesto de que el concesionario velaría en todo momento por mantener informado al receptor, dando por hecho que los medios en tanto entes privados garantizan la plena libertad de información, es decir son los vehículos de la libertad de expresión.

A fines de 1981, ya sepultado cualquier intento de modificación al marco jurídico de los medios, los medios de comunicación lanzaron en sus respectivos espacios una campaña de linchamiento contra algunos promotores del proyecto de reforma. La campaña tenía como referencia un reportaje publicado en la revista “Proceso” que denunciaba la existencia de un “Ante proyecto de ley” que proponía control, formas y metas de comunicación<sup>35</sup>. Esto se aprovechó para sepultar cualquier intento de reforma.

Fue hasta los años noventa cuando la discusión en torno a la reglamentación del derecho a la información cobró nuevamente fuerza, en el marco de la Reforma Política del Estado. En mayo de 1983 en el gobierno de Miguel de La Madrid se llevaron a cabo consultas públicas sobre el tema, únicamente los grupos sociales interesados fueron quienes plantearon sus propuestas<sup>36</sup>. El desenlace de este episodio dejó ver que era importante incluir este tema en la agenda política, pues la legitimidad política del régimen estaba muy debilitada y el discurso democrático ayudaría a fortalecerla.

En febrero 1995 se constituyó en la Cámara de Diputados una Comisión Especial De Comunicación Social, cuyo objetivo era plantear iniciativas de ley para actualizar el marco jurídico que norma a los medios de comunicación en nuestro país. Esta estaba formada por 36 diputados de composición pluripartidista (PRI, PAN, PRD Y PT).

---

<sup>35</sup> Ibídem p. 54

<sup>36</sup> Ibídem p. 55

Nuevamente el método elegido para verter las propuestas fue el de consultas públicas, así se llevaron a cabo diez foros regionales y más de cien reuniones con los sectores involucrados. Reglamentar el derecho a la información en el marco de la Reforma Política de Estado hubiese sido el momento idóneo para depositar la libertad de expresión como pleno derecho de la ciudadanía. Pero solo en materia electoral la LVI Legislatura dio resultados, en materia de medios de comunicación se postergó su modificación. En estos momentos fue la fracción priista la que argumentó que cualquier modificación mermaría la libertad de expresión y se deslindó de los trabajos legislativos. Nuevamente la legislación del derecho a la información fue un intento fallido.

Sin embargo esta experiencia de acuerdo a Roberto Gutiérrez<sup>37</sup>, sentó un precedente sobre el cual se basaría un sólido cuerpo legal que funcionaría como referencia central durante las discusiones y negociaciones posteriores.

La iniciativa de creación de la Ley de Comunicación Social, reglamentaría los artículos 6° y 7°, constitucionales, planteo asegurar la plena libertad de expresión y el derecho a la información, regulando la relación existente entre los emisores, la naturaleza de los mensajes, los medios de información y los receptores.

Se definió a la comunicación social, para evitar que la confusión del término provocara distintas interpretaciones que atentaran con mermar los derechos, está se definió como “el instrumento para el ejercicio del derecho a la información (por lo que quedan sujetas a la prescripción de dicha ley) todas las actividades que sean del conocimiento de la sociedad en su conjunto, *utilizando para ello los medios que se encarguen de su difusión masiva*”<sup>38</sup>.

La información que se difundiera debería ser “cierta, objetiva, plural, y clara sobre los hechos y las situaciones de interés público”.<sup>39</sup> y el encargado de vigilar que esto se llevara a cabo sería el Estado, como defensa de los ciudadanos ante los medios de comunicación.

---

<sup>37</sup> *Ibidem*.

<sup>38</sup> *Op cit* p 58

<sup>39</sup> *Ibidem*.

La libertad de expresión evitaría la censura, siempre y cuando se respetara la vida privada, la reputación y los derechos de terceros, la prohibición de propagación de odio y/o discriminación, así como la protección de la seguridad nacional, el orden, la salud y moral públicas. Consideraba el derecho de réplica, como recurso para hacer frente a cualquier tergiversación de opiniones venidas de cualquier grupo empresarial o autoridad.

Se proponía prohibir la monopolización de la información de interés público con fines particulares, así como tratar la libre competencia en materia de medios de comunicación. También se proponía a tocar un punto nodal en las relaciones entre los concesionarios de radio y televisión y el Estado: erradicar la discrecionalidad y complicidades con el gobierno en turno.

A su vez se proponía la creación de una instancia autónoma que se encargara de velar porque estos derechos se ejercieran. En la LVI Legislatura se generaron una serie de reformas y adiciones a diversos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión y La Ley Federal de Entidades Paraestatales el aspecto central radicó en la creación de un Comité de Concesiones (mediante un acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes) que se encargaría de otorgar o revocar las concesiones y permisos para la operación de los medios. El objetivo era indicar los criterios técnicos, operativos y financieros, a los que deberían ajustar su conducta a los concesionarios, y fijar mecanismos legales que a su vez sancionaría los abusos y violaciones.

La composición de dicho comité estaría de la siguiente manera:

- a) un representante de la Comisión Federal de Telecomunicaciones.
- b) Un Representante de la Comisión Federal de Competencia Económica.
- c) Uno de la Comisión Nacional de Comunicación Social, que no sea representante de los concesionarios en aquella.
- d) Dos representantes de los concesionarios, uno de los de radio y otro de los de televisión.
- e) Un miembro de la academia experto en el área jurídica de los medios de comunicación.



- f) Un miembro de la academia experto en el área técnica de medios de comunicación
- g) Un miembro de la academia experto en el área de periodismo o comunicación social.
- h) Un miembro de la academia experto en el área de educación<sup>40</sup>.

Con esta composición se puede observar que los concesionarios tienen una representación menor y se incluye a la academia, para dotar de conocimientos e información tendiente a generar controles al actuar de los concesionarios e incluir mayor presencia social en este rubro. Así mismo se proponía que los representantes del ejecutivo serían aprobados por dos terceras partes de la Cámara de Diputados.

Para los concesionarios implicaba una amenaza e incertidumbre con respecto a la institucionalidad trazada, pues tradicionalmente los dueños de los medios han tenido gran influencia en la programación e información proporcionada por las frecuencias.

A partir de este momento el organismo rector encargado de los medios de comunicación, se convertiría en una fuente de controversia en la reglamentación al derecho a la información y es aquí donde se disputó el poder real, ideológico, político y económico en cuestión.

La facción priista buscaba no alterar de modo significativo la red de alianzas y discrecionalidad existentes entre el Estado y los concesionarios, pues a través de los medios de comunicación masiva es donde se ejerce una fuerte influencia política necesaria en términos de imagen y legitimidad para el propio gobierno en turno. El Revolucionario Institucional se mantuvo en la ambigüedad. Por un lado existían sectores que se manifestaban a favor de la reglamentación en la materia, y por otro lado existían aquellos que veían beneficioso mantener las cosas como estaban.

Así el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 expresó la línea a seguir propuesta por la presidencia: “el Ejecutivo Federal considera que pretender normar las garantías

---

<sup>40</sup> *Ibidem* p. 61

individuales sobre la libertad de expresión entraña más riesgos que beneficios..... (aunque) estará en todo momento atento a las propuestas de la sociedad y del Legislativo”. Es decir en términos discursivos, los trabajos que fuesen a llevarse a cabo en este ámbito ayudarían a fortalecer la imagen del ejecutivo en términos de legitimidad política, pero implicaba un costo político muy alto para el gobierno”<sup>41</sup>.

Para evitar el orden de las cosas se buscó una alternativa viable que consiguiese abordar el tema, pero sin mayores implicaciones políticas con respecto a los concesionarios y que además remitiera la responsabilidad del tratamiento del tema. Por ello se plateó “la autorregulación” como un mecanismo con un código de ética que limitara la acción de los medios, pero la aceptación cabal de éste y su creación quedaría al juicio y voluntad de los propietarios de los medios de comunicación. Por ello no existe nada que realmente reglamente las prácticas de los medios de comunicación.

Sin embargo se llevó a cabo una campaña donde se manifestó la posición de los concesionarios y en la que cobró auge la “Ley Mordaza” como un mecanismo discursivo de tipo ideológico y retórico, que aprovechó la ambigüedad y confusión del término “libertad de expresión”, esto funcionó como una trinchera donde de los concesionarios evitarían todo tipo de modificación a los artículos 6º y 7º de la constitución. Pues cualquier intento por normar la libertad de expresión es visto por los concesionarios como una amenaza para la libertad de expresión (y una vuelta al autoritarismo), ignorando (o queriendo ignorar) que para ejercer libertad hay que fijar mecanismos de control con el propósito de evitar abusos. La LVI Legislatura no pudo dictaminar en comisiones ni votar en el pleno de la Cámara de Diputados el proyecto.

En la LVII Legislatura se retomaron los trabajos, así se inició su análisis y discusión con el objetivo de elaborar un anteproyecto de dictamen. De febrero a mayo de 1998 se llevaron a cabo seminarios internos, foros internacionales y consultas especializadas con académicos,

---

<sup>41</sup> Roberto Gutiérrez López, *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*. Ediciones Pomares. Barcelona México 2005. p 63

periodistas y organizaciones de la sociedad civil con relación al tema de los medios de comunicación.

El 28 de septiembre los representantes del PRI en la Subcomisión Revisora de la Iniciativa de Ley de Comunicación Social<sup>42</sup>, juzgaron necesario un receso para evaluar al interior del partido temas aún en discusión, unos de ellos de suma importancia, como los derechos y obligaciones de las empresas informativas y los informadores; la llamada información clasificada; las responsabilidades de los medios del Estado y las características de la Comisión Nacional de Comunicación Social. Los legisladores leales al régimen, sabían que de continuar los trabajos se llegaría a un punto de no retorno, pero los trabajos estaban tan avanzados y una decisión sobre la ley estaba en puerta.

El PRI tenía sectores que estaban a favor de la reglamentación del derecho a la información y otros en contra, pero ciertamente fue este partido él que incitó a comenzar con el proceso, pero al ver las implicaciones políticas decidieron refugiarse en la ambigüedad y en el aplazamiento del tema. Al no tener mayoría en la Cámara de Diputados (recordemos que en 1997 fue cuando las fuerzas en la Cámara de Diputados encontrar una composición pluripartidista sin mayoría priista) no podrían postergar el proceso por si mismos.

A partir de septiembre de 1998, inició una fuerte campaña mediática de desprestigio a cualquier intento de reglamentación en la materia. Y como se señaló anteriormente se hizo uso del manejo confuso y perverso del término “libertad de expresión” y aunado a esto se trató de incrustar al debate público la demanda de un sector específico como si fuese una exigencia de la sociedad en su conjunto<sup>43</sup>. A través de diarios (como El Universal, La Afición, Excélsior, Ovaciones, La Prensa, El Herald de México, unomasuno y el Sol de México) fue donde se manifestó la postura de los concesionarios. Su inconformidad según expresaron fue que no competía al Estado fijar normas éticas a los medios pues se puede

---

<sup>42</sup> Compuesta por tres miembros de cada grupo parlamentario, y que tenía como objetivo de incorporar el análisis y consulta del tema en cuestión. Roberto Gutiérrez López. *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*. Ediciones Pomares. Barcelona México 2005. p. 65

<sup>43</sup> Para generar legitimidad de las acciones a llevar a cabo los grupos de interés se basan en “la supuesta compatibilidad de sus pretensiones y los valores de la comunidad (La Palombara Joseph, 1964, citado en: *Ibidem*).

coartar la libertad de expresión, veían la amenaza de que fuerzas partidistas hicieran presa a los medios de comunicación, e incluso llegar al extremo de anunciar la muerte de la industria de radio y televisión de llevarse a cabo las modificaciones. La idea era violentar un proceso legislativo que un no encontraba fin y evitar la aprobación de una “Ley Mordaza”.

Así una vez más se serenaron las pretensiones por normar democráticamente a los medios, a través de la activación de los resortes más elementales del sensacionalismo mediático<sup>44</sup>.

Para noviembre de 1998 la Comisión de RTC acordó que la subcomisión revisora concluyera sus trabajos y los presentarla pleno de la comisión, cosa que nunca ocurrió. Los legisladores del PRI no volvieron a presentarse y la discusión fue abandonada paulatinamente.

En 2000 el clima político vislumbró la oportunidad de poner sobre la mesa el tema del Derecho a la Información, ya que la alternancia expresada en el poder ejecutivo, abrió una serie de expectativas en cuanto a democratización del régimen.

La discusión en torno al régimen de los medios de comunicación en México encontró cauce en la reedición del proyecto de Reforma Política de Estado, en el marco de la denominada Comisión de Estudios para la Reforma del estado, coordinada en ese entonces por Porfirio Muñoz Ledo.

La agenda de trabajo de dicha comisión giro en tono a los grandes tópicos de:

- Derechos humanos y libertades públicas.
- Objetivos Económicos y sociales del Estado.
- Representación política y democracia participativa.
- Forma de Gobierno y organización de los poderes públicos.
- Federalismo descentralización y autonomías.
- Constitución y globalidad.

Dentro del tercer bloque se ingresó la temática de la comunicación social, la cual incluía los siguientes temas:

---

<sup>44</sup> Ibídem

- Sistemas de Información INEGI.
- Ley de radio y televisión, régimen de concesiones.
- Derechos y deberes de los comunicadores.
- Códigos de conducta y responsabilidad informativa; defensa de los particulares, derechos de réplica y rectificación.
- Función social de los medios de comunicación<sup>45</sup>.

En lo que se refiere a cambios en la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT), se crearon las Mesas de Dialogo para la Revisión integral de los Medios Electrónicos convocada por la Secretaría de Gobernación el 5 de marzo de 2001.

Los trabajos de esta mesa se desarrollaron a partir de siete grandes temas:

1. Principios fundamentales (ámbitos de competencia, libertad de expresión, responsabilidad de los medios de comunicación y responsabilidad del Estado).
2. Jurisdicción y Competencia.
3. Participación Social y derechos ciudadanos.
4. Concesiones y permisos (otorgamiento del refrendo; nulidad, caducidad y revocación; instalación, operación, y tarifas; nuevas tecnologías y convergencia tecnológica; verificación, vigilancia y sanciones).
5. Programación (producción y distribución; responsabilidad del Estado; responsabilidad de los medios; tiempos oficiales; inspección vigilancia y sanciones).
6. Medios de estado (financiación, participación ciudadana e independencia política).
7. Competencia Económica.

Para febrero de 2002 entre los acuerdos alcanzados destacan:

- El espectro radioeléctrico es propiedad de la nación y deberá ser administrado por el Estado, pudiendo ser objeto de concesiones o permisos a través de normas que acoten discrecionalidad y privilegio en la transparencia.

---

<sup>45</sup> *Ibidem*, p. 85

- Establecimiento del derecho de réplica en los medios electrónicos.
- Eliminación del pago en especie con relación a tiempos fiscales.
- Eliminación de todo tipo de censura.
- Sustitución de la noción medios oficiales por la servicio público, integrando a la LFRyT la función Objetivo y regulación de los medios de servicio público.<sup>46</sup>

Sin embargo un hecho significativo cambio en un dos por tres la situación y los acuerdos alcanzados. La modificación de los tiempos oficiales en radio y televisión ocurrida en octubre de 2002. Hecho que tiro por la borda los mesas de trabaja en las mencionadas mesas.

---

<sup>46</sup> *Ibíd*em, p. 86.

## **Capítulo 3. La CIRT y la modificación de los tiempos oficiales en radio y televisión**

### **3.1 El Contexto.**

La modificación de los tiempos oficiales en radio y televisión ocurrida en octubre de 2002, se inscribe en un contexto en donde se han modificado varias reglas que normaban las relaciones entre concesionarios y gobierno. Ahora el peso de los medios de comunicación en política es indiscutiblemente mayor, por consiguiente muchos de los mecanismos que el Estado autoritario utilizaba para subordinar a los medios de comunicación han desaparecido.

La relación Estado-medios.

Durante el régimen autoritario las relaciones entre los concesionarios y el gobierno se basaron en reglas de operación que cada parte respetaba, pues era el modo en que se cimentaban las reglas institucionales en materia de medios de comunicación.

Entre el Estado y los concesionarios existía un mutuo acuerdo. El Estado se comprometió a impulsar y cuidar el buen desarrollo de la industria en cuestión, con el garante de que los medios de comunicación (en este caso la radio y la televisión) no serían utilizados por sus dueños para fines contrarios a los del Estado. Así el Estado dejaba la operación de las estaciones en manos privadas y los concesionarios se dedicarían a administrar y expandir sus negocios, sin inmiscuirse en política.

Como se menciona en el capítulo dos de este trabajo, durante la discusión de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, los concesionarios lucharon por que en la ley se les permitiese expresar sus opiniones, con la intención de poder utilizar sus respectivos medios para formular opiniones políticas y económicas de diversa índole.

A pesar de que en la ley se aceptó la libertad de expresión, con la cual los concesionarios podían externar sus posiciones políticas y económicas, esta nunca se ejerció como tal, pues

el Estado se reservó algunos controles para evitar un uso faccioso de los medios de comunicación. Por ello el uso político se condicionó a ámbitos jurídicos y competencias de secretarías que tuviesen relación con las telecomunicaciones, así pues, un pilar fundamental del control político que tenía el Estado residía en la Secretaría de Gobernación, la cual se encargaba de monitorear el contenido de las transmisiones de radio y televisión y en su caso de disciplinar a quién violara (o intentara violar) las reglas del juego en materia informativa.

Esto funcionaba bajo la constante amenaza del fantasma de la reversión, es decir el derecho que se reservó el Estado, de tomar posesión de la propiedad de estaciones que no cumplieran con los requisitos para su legítima operación, lo cual traducido a la práctica política significaba que el Estado podría despojar de instalaciones, equipo y concesiones a todos aquellos propietarios de medios que no acatarán las formas políticas que funcionaban en ese entonces.

Los periodos de concesiones, representaban otro rubro que igualmente constituía uno de los cimientos de la subordinación de los concesionarios hacia el gobierno, pues cuando había que renovar concesiones, los propietarios de medios debían tener un expediente libre de amonestaciones gubernamentales, de lo contrario se daba fin a su concesión.

En realidad, como argumentan muchos autores, el Estado nunca hizo un férreo uso de estos controles, pero lo importante es señalar que esos recursos estaban instituidos como reglas de operación que los concesionarios debían respetar para tener relaciones cordiales con el gobierno.

Durante el régimen priísta los medios experimentaban una relación de subordinación, pero al pasó el tiempo eso cambió. Poco a poco se fueron erosionando los mecanismos de control que el Estado ejercía sobre los concesionarios. Diversos factores lo provocaron tales como: la crisis de legitimación estatal, la apertura democrática, y sobre todo la evidente influencia adquirida y que actualmente ejercen los medios de comunicación sobre



la política, situación que facilita el sometimiento de los intereses políticos al beneplácito de los consorcios mediáticos.

De la crisis de legitimación estatal se ha comentado en el capítulo anterior; sólo resta señalar algunos puntos importantes del impacto de la apertura democrática en la relación medios gobierno, y también señalar rápidamente por qué actualmente los medios de comunicación ejercen una influencia sobre los asuntos públicos. Todos estos rubros nos ayudarán a explicar y analizar por qué ocurrió la eliminación de 12.5% en los términos en que el acontecimiento se llevó a cabo.

A partir de las elecciones de 1988 de donde surgió electo como Presidente de la República Carlos Salinas de Gortari, la apertura política se constituyó como un elemento que vino acompañado de la crisis de las instituciones del régimen priísta. Los noticieros informativos en la radio tuvieron que abrirse a la expresión de otras fuerzas políticas, pues de lo contrario, el medio perdería credibilidad y con ello rating<sup>1</sup>.

Pronto varios dueños de empresas de radio se percataron de la necesidad de incluir contenidos plurales en sus distintos espacios noticiosos y de opinión, hecho que pronto repercutió favorablemente a sus finanzas. “Los empresarios de la radio comprobaron que la democratización de sus espacios era un buen negocio porque daba prestigio, audiencias y, claro, dinero para la difusión de las campañas de todos los partidos políticos”<sup>2</sup>.

Los concesionarios se sacudieron de la obligación de dar únicamente espacios al PRI y al gobierno federal. Y se volvió un negocio rentable abrir sus micrófonos a las demás fuerzas políticas, por lo que la tradicional alianza de facto entre los gobiernos priístas y los concesionarios ya no fue una regla que normaba las relaciones entre estos dos actores; el Estado ya no podía someter directamente la política editorial de los medios de comunicación. A partir de entonces los gobiernos en turno se vieron obligados a hacer

---

<sup>1</sup> Gabriel Sosa Plata. “Crisol de expresiones Radio: apertura política, mismos oligopolios” *Revista Mexicana de Comunicación*, V16 N83 sep-oct 2003(a) P23-31 <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/crisol.htm> consultado mayo de 2007

<sup>2</sup> *Ibidem*.

alianzas coyunturales con los dueños de las empresas de radio y televisión, práctica que se observa perfectamente en el sexenio del gobierno del expresidente Vicente Fox.

### Medios y política

El aumento de la presencia de los medios de comunicación (sobre todo los electrónicos), se debe al constante avance y desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, que han facilitado todo tipo de transferencia de información, y hoy enlazan a todas las personas del mundo, sin importar en qué lugar se encuentren.

El caso de los medios electrónicos como son la radio y la televisión, no están fuera de tal lógica, la cobertura de ambos medios es cada vez mayor, hoy en día los sucesos de carácter local pueden proyectarse a una escala internacional en muy poco tiempo.

En relación con la política, los medios de comunicación de masas se han convertido en elementos indispensables de las democracias contemporáneas, esto debido a la crisis de representación política que padecen las instituciones de los Estados pos-industriales, situación especialmente observada en los partidos políticos.

Las estructuras de los Estados Nación donde la política tradicionalmente se desarrollaba han ido desapareciendo. “La nación y la clase han dejado de ser elementos articuladores de la actividad política”<sup>3</sup>.

Actualmente presenciamos cómo las técnicas de comunicación política han cobrado mayor interés, pues éstas se convirtieron en herramientas muy útiles para los políticos de nuestra época, pues los auxilian en proyectar una especie de ilusión de representación política, de la cual carecen. Lo importante es presentar a los políticos como defensores de los diferentes intereses de la sociedad y de la nación ante todos los problemas existentes. Ahora la imagen juega un papel fundamental “no es casual que la comunicación política integre con

---

<sup>3</sup> Alain Touraine. “Comunicación Política y Crisis de la Representación” en: Jean Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, España: Gedisa, 1992. P 47

gran énfasis tanto a los medios, como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés en los periodos electorales”<sup>4</sup>.

Los encargados de evaluar las iniciativas de ley o de reformas a reglamentos en materia de radio y televisión son políticos, los cuales en algunos casos están subordinados a los intereses de los medios de comunicación. Sí los políticos no aseguran beneficios y privilegios a las empresas más influyentes de la industria, corren el riesgo de que los concesionarios no den proyección a sus carreras políticas.

Esta situación se presenta de manera parecida en todo el globo, pero en México el peso de los industriales de radio y televisión es mayor, gracias a la enorme concentración de empresas de medios en unas cuantas manos.

### **3.2 Un antecedente: el reclamo del IFE por el acceso a los tiempos oficiales**

Es pertinente señalar en este espacio el episodio que se vivió en el contexto de las campañas electorales de 2000, donde el Instituto Federal Electoral (IFE) presionó para poder hacer uso de los tiempos oficiales durante las campañas.

El suceso es importante porque constata el grado de conciencia de parte de los concesionarios adscritos a la CIRT, del negocio que ya representaban las elecciones, y además de que a raíz de esta experiencia, los concesionarios se enfocaron a exaltar la carga económica, que según ellos representaba el 12.5% para sus respectivos negocios; percepción que los llevó finalmente a buscar su eliminación, seguramente creyeron que de no hacerlo tendrían que lidiar con episodios parecidos, cada vez que hubiese elecciones.

Como ya se señaló, en las campañas electorales de 2000, se da un antecedente de lo que vendría a ser la posterior derogación del 12.5%: el conflicto en donde el Instituto Federal Electoral (IFE) busca utilizar los tiempos fiscales<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Dominique Wolton. “La Comunicación Política: Construcción de un modelo” en: Jean Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público* Barcelona, España: Gedisa, 1992. P 29

Alicia Noguez<sup>6</sup> argumenta que durante las campañas electorales de ese año, hubo un marcado favoritismo hacia el candidato oficial, es decir a Francisco Labastida del PRI. Los diversos monitoreos realizados en radio y televisión, dieron cuenta de este hecho, los concesionarios de radio y televisión, proporcionaron mayor cobertura a Francisco Labastida en detrimento los demás candidatos. Según un informe final del IFE, en radio y televisión los noticieros destinaron:

Tiempo destinado en noticieros			
Partido o coalición / candidato	Tiempo total	Tiempo total %	
		Radio	Televisión
Alianza por el cambio Vicente Fox	727 hrs., 5 minutos, 54 segundos	27.8	25.9
Alianza por México Cauhtémoc Cárdenas Solórzano	534 hrs., 46 minutos y dos segundos	20.2	19.9
Democracia social Gilberto Rincón Gallardo	94 hrs., 9 minutos y dos segundos.	3.4	4.2
PARM Porfirio Muñoz Ledo	130 hrs., 24 minutos y 34 segundos.	4.8	5.4
PCD Manuel Camacho Solís	107 hrs., 42 minutos y 46 segundos	3.7	5.3
PRI Francisco Labastida Ochoa	Mil 56 hrs., 11 minutos y 54 segundos.	40.1	39.3

<sup>5</sup> Del 12.5% hay cuatro tipos de tiempos oficiales que la ley estipula: 1) los tiempos legales, 2) los tiempos fiscales, estos dos son de carácter permanente y regular a lo largo del año y no tienen un contenido predeterminado, 3) el tiempo para los partidos y tiempos para boletines gubernamentales y encadenamientos nacionales. Fátima Fernández Christlieb. "Los nuevos tiempos fiscales y legales: una responsabilidad compartida", *Revista Mexicana de Comunicación* Vol.8 núm. 41 agosto-octubre de 1993 p 13.

<sup>6</sup> Alicia Isabel Noguez Morales. "Empleo de los tiempos fiscales en radio y televisión durante el proceso electoral del año 2000 : el caso IFE vs. CIRT : origen, desarrollo, situación actual y prospectiva de los tiempos fiscales de radio y televisión", *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS 2004, 224 p.

Total	2659 horas 20 minutos 12 segundos. (1)	100	100
-------	--	-----	-----

Fuente: Alicia Isabel Noguez Morales. “Empleo de los tiempos fiscales en radio y televisión durante el proceso electoral del año 2000 : el caso IFE vs. CIRT : origen, desarrollo, situación actual y prospectiva de los tiempos fiscales de radio y televisión”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS 2004, 224 p

Los partidos políticos, según estipula el artículo 47 del COFIPE, en periodos electorales, disponen de tiempos adicionales de manera gratuita, estos son de dos tipos: complementarios y promocionales, cuyo gasto de contratación corre a cuenta del presupuesto del IFE. Le corresponde a cada partido sin representación en el Congreso de la Unión 4% del total, los partidos que cuentan con escaños en este recinto se les otorga el 30% en forma igualitaria y el 70% en forma proporcional a su fuerza electoral<sup>7</sup>.

En las elecciones de 2000 se programaron 3 mil espacios de cinco minutos en radio que representan 250 horas y 2 mil 400 de cinco minutos en televisión, equivalentes a las 200 horas establecidas, los cuales se transmitieron en 47 estaciones de radio y 41 canales de televisión.

El IFE compró un total 10 mil promocionales en radio y 400 en televisión para que los partidos dispusieran de ellos, alianza por el Cambio se le asignó el 19% en radio y 22% en televisión, al PRI 20% y 26% respectivamente, Alianza por México, 18% y 21%; y los tres partidos minoritarios dispusieron de 14% y 11% respectivamente<sup>8</sup>.

Así pues, estos espacios comprendieron alrededor de 665 millones de pesos a la compra de spots en televisión y cerca de 431 millones de pesos en radio, lo que en total equivale al 30% y 29% correspondiente del gasto electoral total<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> *Ibidem* pág. 125.

<sup>8</sup> *Ibidem* pág. 126.

<sup>9</sup> *Ibidem* pág. 133

La televisión ofreció precios diferenciados a cada partido, lo cual una vez más, marca un favoritismo de parte de los concesionarios de la industria, hacia al entonces candidato oficial.

Publicidad en Televisión						
Partido político o coalición	Televisa			TV Azteca		
	Costo promedio por Spot	Número de Spots	Monto	Costo promedio por Spot	Número de Spots	Monto
Alianza por el Cambio	\$ 48, 153	1, 687	\$ 81, 234 358	\$ 14, 509	2, 324	\$ 33, 719, 963
Alianza por México	\$100, 530	1, 239	124, 556, 169	39, 177	1, 188	46, 541, 890
PRI	\$10, 590	11, 269	119, 338, 210	9, 945	8, 433	83, 865, 074

Fuente: Ibídem pág.135

Así pues el conflicto entre el IFE y la CIRT por la utilización de los tiempos oficiales detonó, ya que el instituto pretendía utilizar de forma gratuita el 12.5%, para promocionar el buen uso del sufragio por parte de los electores, pero los concesionarios en complicidad con el gobierno sabían que esto podría perjudicar al partido en el poder.

Los industriales del ramo en cuestión argumentaron que el uso de los tiempos oficiales era una facultad reservada solo al poder ejecutivo federal, y el IFE por ser una institución autónoma del gobierno, no tenía ninguna razón para pedir que en radio y televisión se le concedieran espacios gratuitos para la promoción y la fortaleza de la cultura democrática de nuestro país. Si así deseaba, tenía que contratar espacios en los respectivos medios.

El Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales (COFIPE), señala en su artículo 69 como fines del IFE, contribuir al desarrollo y coadyuvar en la difusión de la vida democrática, así como promover el voto, y en su artículo 46 se estipula la capacidad del

IFE para hacer uso junto con los partidos políticos, del tiempo fiscal en radio y televisión en horarios preferenciales dentro de la programación general.

Los vacíos e imprecisiones legales provocaron confusión que aprovechó la CIRT para justificar su posición, y argumentó que el IFE no podía hacer uso de los tiempos fiscales ya que, la autonomía presupone la descentralización, que obliga a la autoridad electoral a tener su propia ley y no depender de una norma que no sea la suya. Pero también la Ley Federal de Radio y Televisión de 1969 especifica en su artículo 5º la función social que la industria de radio y televisión debe observar para fortalecer las convicciones democráticas y la divulgación de programas con fines de orientación social<sup>10</sup>.

El 28 de febrero de 2000, el secretario de gobernación Diodoro Carrasco se comprometió públicamente a cumplir los requerimientos del IFE. A principios de abril se tenía ya planeada la campaña de participación ciudadana y promoción del voto a nivel nacional, pero un día antes de arrancar, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) no había dado respuesta sobre la disponibilidad de los tiempos fiscales.

Ante esta situación y tras las presiones del IFE, el 14 de abril la Secretaría de Gobernación, el IFE y la CIRT llegaron al acuerdo temporal, el cual residía en transmitir a partir del 24 de abril a nivel nacional los espacios solicitados por el IFE. Sin embargo la CIRT anunció que iría a los tribunales para que un juez determinara si en verdad el IFE podía hacer uso de estos tiempos.

La CIRT siguió argumentando que la transmisión de espacios publicitarios por parte del IFE era ilegal y que estos spots serían transmitidos sólo como un compromiso por parte de los concesionarios. Por lo tanto se estableció que la solución al conflicto se debía dar después de las elecciones.

En mayo solo los canales 11 y 22 se acercaron al número de spots exigidos por el IFE: en enero 124; en febrero la cifra fue de 116; y en marzo de 248 y hasta el nueve de abril 64.

---

<sup>10</sup> *Ibidem*.

Pero las televisoras no acataron los acuerdos, Televisa estuvo muy por debajo de los niveles de las televisoras públicas, incluso llegó a no transmitir ningún mensaje en abril. TV Azteca de manera similar se mantuvo muy por debajo de las transmisiones exigidas por el IFE, mismas que con el tiempo llegaron a ser nulas.

Fox y los medios.

En el sexenio de Vicente Fox, el trato gubernamental hacia los medios de comunicación fue preferencial, este personaje creía en la idea de que el consenso de su gobierno y su presencia pública se tenían que someter al alcance propagandístico de los medios de comunicación.

Raúl Trejo Delarbre<sup>11</sup> explica que Fox hizo una mala interpretación de su triunfo, Fox creyó que había ganado gracias al poder de persuasión de los medios de comunicación por señalarlo como un candidato notorio, cuando en realidad su triunfo se debió al voto duro del PAN y al sufragio de muchos mexicanos que no le querían dar nuevamente el triunfo al PRI y su candidato Francisco Labastida.

A su vez, Trejo Delarbre amplía la explicación al indicarnos que Fox interpretó a la sociedad mexicana de la siguiente forma: pensó que la ciudadanía se podía dividir en dos grandes bloques: el primero “una pequeñísima minoría” de ciudadanos atentos a los asuntos públicos y una mayoría apática, manipulable y fundamentalmente conformista. Por lo que una constante presencia en los medios le ayudarían a conseguir y mantener el consenso de su gobierno.

### **3.3 La eliminación del 12.5%**

Cuando habían transcurrido dos años del triunfo de Fox, y su gobierno experimentaba un desgaste evidente (además de que estaban en puerta las elecciones parlamentarias de 2003),

---

<sup>11</sup> Raúl Trejo Delarbre. “Palafreneros de las Corporaciones Mediáticas. El Estado y los medios en el sexenio de Vicente Fox” 2006, en: <http://www.razonypalabra.org.mx/aleph/2006/noviembre.html> Consultado en mayo 2007



se dio el contexto propicio para que los industriales de radio y televisión pugnarán por la eliminación del incomodo impuesto.

En enero de 2001 Vicente Fox se manifestó en contra de que su gobierno utilizara el 12.5%, y enfatizó que iba a utilizar un porcentaje de estos tiempos, pero también su gobierno iba a contratar publicidad en espacios triple A<sup>12</sup>, esto para buscar un mayor impacto publicitario de los mensajes gubernamentales.

La negociación de la modificación de los tiempos oficiales ocurrió durante el proceso de Reforma del Estado en materia de medios de comunicación, con la denominada “Mesa De Dialogo para la revisión integral de la legislación de medios electrónicos” que se había inaugurado el 5 de marzo de 2001. Inmediatamente a este hecho la CIRT instaló un Consejo de Autorregulación, con la finalidad de construir una estrategia que impidiera el endurecimiento de la política de otorgamiento de concesiones.

En las mesas de dialogo participaron las coordinaciones generales de Comunicación Social, de Imagen y Opinión Pública de la Presidencia de la República; las secretarías de gobernación y comunicaciones y Transportes; las comisiones de comunicaciones y transportes; así como las comisiones de radio, televisión y Cinematografía del Senado de la República y de la Cámara de Diputados; la CIRT, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C; los Partidos Políticos PAN, PRI, PRD, PVEM Y PT, además de RTC que fungió como secretario técnico.

Así desde la segunda mitad de 2001, los concesionarios comenzaron a preparar argumentos para la posterior eliminación del 12.5%. La comercialización del tiempo fiscal de radio y televisión, que según los cálculos de los concesionarios en 2001 podría ascender a 2 mil 500 millones de pesos, se convirtió en una razón de peso para que los concesionarios se

---

<sup>12</sup> A pesar de estar considerados 180 minutos diarios como espacios gratuitos por el Estado, este nunca hizo uso total de este tiempo, por el contrario las transmisiones se confinaron a los horarios de más baja audiencia como lo era en las madrugadas.

manifestaran por un reglamento para radio y televisión que no obstaculizara sus ganancias<sup>13</sup>.

Otro de los argumentos de los concesionarios se enfocó en la libertad de expresión. Según ellos el pago del impuesto había sido producto de una sanción gubernamental, por haber cubierto los acontecimientos del 2 de octubre de 1968. Lo cual estaba muy alejado de la realidad, los medios electrónicos sabían muy bien que transgredir la política editorial dictada por el Estado autoritario para los medios informativos implicaba una fuerte sanción, además no existen pruebas de que los medios hayan dado cobertura a los sucesos de 1968.

Lo que en realidad estaba en juego con la eliminación del 12.5% era la viabilidad de las empresas de radio y televisión para cubrir sin problemas el impuesto (principal argumento que la CIRT enunciaba a nombre de todos los concesionarios, cuando en realidad era un argumento de las empresas más grandes que integran la cámara). En el momento en que se instituyó el gravamen, para las grandes cadenas de radio y televisión el impuesto no representaba una gran tajada de sus ganancias, pero actualmente gracias a su expansión sí lo es. Cuando comenzó a operar el impuesto, las empresas de radio y televisión no tenían los alcances y recursos con los que cuentan hoy en día.

Televisa anunció el 24 de octubre de 2002 una considerable reducción de sus ingresos al tercer trimestre, y perspectivas menos alentadoras para el cuarto trimestre de ese año. El caso de TV Azteca era parecido pues indicaba una caída de 8% en ingresos para el segundo semestre de este año, según un pronóstico de la casa de corretaje UBS Warburg<sup>14</sup>.

Se dice que Televisa es el indicador más sensible de la economía nacional con respecto a empresas similares que cotizan en el mercado ADR de Nueva York, “la crisis de 1994 fue precedida por una vertiginosa caída del valor de sus acciones”<sup>15</sup>. Así pues, una premisa de

---

<sup>13</sup> Durante el primer trimestre del año las empresas de radio y televisión argumentaron que tuvieron que asumir un monto equivalente a 653 millones 353 mil 186.5 pesos. El Universal 21 de mayo de 2002.

<sup>14</sup> Ramón Cota Mesa, “Oxígeno a la Televisión” El Universal 22 de octubre de 2002.

<sup>15</sup> *Ibidem*.

este tipo representaría otra razón de peso para que Vicente Fox aceptara la reducción del impuesto oficial.

Así pues al adquirir certeza jurídica con respecto a nuevos espacios publicitarios que se pudieran comercializar, las empresas de Televisa y Televisión Azteca tendrían un respiro en sus finanzas, todo ello gracias a la compra de espacios publicitarios de instancias públicas que ya no podrían hacer uso del tiempo oficial.

“El Decretazo”

Así el 10 de octubre de 2002 se dio la noticia de la modificación del Reglamento de Radio y Televisión en lo que respecta a los tiempos oficiales. El gobierno en turno y concesionarios hicieron pactos en donde cada fracción salió beneficiada. Antes, el Estado se beneficiaba y fortalecía; con los gobiernos priistas, los pactos se instituían como reglas de operación que el siguiente gobierno podía utilizar. Con el 12.5% el Estado (no solo el ejecutivo federal sino los demás poderes) tenían un mecanismo para poder participar en los medios de electrónicos.

Pero lo que sucedió en el sexenio de Vicente Fox fue que solamente el gobierno en turno se benefició, el Estado por el contrario se debilitó, los medios por el contrario se fortalecieron, pues se quitaron de encima un lastre que habían cargado por 34 años.

La modificación de los tiempos oficiales fue uno de los grandes pactos que hizo el gobierno de Vicente Fox con los concesionarios de los medios de comunicación. Al Poder Ejecutivo le tocó usar 40% de lo que resultó después del llamado “decretazo”; al Legislativo (30% dividido entre la Cámara de Diputados y Senadores, 15% para cada una); al Poder Judicial le tocó 10% y a los organismos autónomos (como el IFE, la UNAM, CNDH...) el 20% restante. Pero quedó como dependencia encargada de repartir el acceso a los medios la Secretaría de Gobernación<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Raúl Parra, “De los miedos políticos a los medios electrónicos” (s/f). Disponible desde Internet en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc89/miedos.html> Consultado en octubre de 2006

Gracias a Fox, el Estado mexicano cedió el 90% de los espacios que le conferían en materia televisión y algo así como 81% en radio, eliminando el 12.5 por ciento de tiempo oficial de transmisión a que tenía derecho el Estado, tiempo que representaba tres horas diarias de su programación, A cambio, el Estado recibió de los medios electrónicos 18 minutos diarios de programación en televisión y 35 minutos en radio.

El gobierno de fox ganó pues la transmisión de los programas oficiales ya no sería en horarios de poco rating como en la madrugada en que se transmitían la propaganda oficial, sino en horarios de más alta audiencia (entre las 6:00 y las 24:00 horas).

No hay que olvidar que la derogación de los tiempos oficiales se inscribe también en un contexto caracterizado por la proximidad de las elecciones legislativas de 2003, en las cuales se renovarían a la cámara de diputados. Fox necesitaba difundir sus acciones de gobierno para que los electores identificaran sus logros y los de Acción Nacional (tanto en radio como en televisión). Si el PAN ganaba la mayoría de los curules, el gobierno de Fox tendría mayores posibilidades de sacar adelante las denominadas “Reformas Estructurales” que tanto quiso impulsar su gobierno, cosa que nunca logró.

Además, la primera dama Martha Sahagún, también se benefició, ya que su fundación “Vamos México” tuvo amplia difusión en radio y televisión, mediante un acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión fue “donado” tiempo aire a la promoción de su labor. En el canal 2 a partir de Marzo de 2003, su programa “Guía de Padres” se transmitió los domingos a partir de las 10:30 de la mañana, horario de mayor audiencia<sup>17</sup>.

Para los industriales adscritos a la CIRT, la decisión fue un lastre menos, y efectivamente, para ellos significaba una nueva etapa en las relaciones entre el Estado y los concesionarios. El acuerdo borró un valioso recurso del Estado hacia la radio y la

---

<sup>17</sup> Alejandra Lajous. *Vicente Fox. El Presidente que no supo gobernar*. Editorial Océano 2007, 546 pp. Pág 177.

televisión. La idea original que motivó el establecimiento del 12.5%, fue ganar mayor presencia del Estado en los medios de comunicación para revertir la creciente debilidad en términos de legitimidad de sus instituciones; pero a la luz de la actualidad el 12.5% pudo haber sido visto como la posibilidad de gastar menos recursos públicos en spots políticos que van a parar a manos privadas.

Los concesionarios salieron ganando pues el acuerdo trajo consigo ganancias en términos monetarios, la radio y la televisión dejarían de regalar valioso tiempo de transmisión al aire, por ejemplo “Para una televisora que transmite hasta 24 horas al día, el tiempo fiscal significaba otorgar 180 minutos al Estado, lo cual tenía un valor estimado de 76, 576 pesos diarios”<sup>18</sup>, con la modificación de los tiempos oficiales las televisoras dejarían de gastar 90% de ese monto. Para la radio el gasto en tiempos oficiales implicaba un costo de 2.530 pesos al día, pero después de ello el costo fue de 457 pesos, 81 por ciento menos.

Los operadores

Se dice que Televisa ya tenía todo un plan para que se llevará a cabo este asunto, por ello no es casual que Bernardo Gómez Martínez (alto empleado de Televisa y hombre muy cercano a Emilio Azcárraga Jean) haya llegado a la presidencia de la CIRT, en octubre de 2001 justo días después de que su presidente saliente (Joaquín Vargas Guajardo) se hubiera pronunciado a favor de la eliminación del impuesto del 12.5%<sup>19</sup>, ni tampoco es fortuito que la presidencia de Bernardo Gómez haya terminado justo un año después: en octubre de 2002, días después de anunciarse la reducción de los tiempos oficiales. A partir de marzo de 2002 Gómez inició el cabildeo con los concesionarios de la radio y la televisión para ser el sustituto de Vargas Guajardo, presidente de MVS.

---

<sup>18</sup> Juliana Fregoso Bonilla. “México Controversia entre Medios de Comunicación y gobierno”, *Revista Chasquí* (Ecuador) N80 dic 2002, P24-29. [http://chasqui.comunica.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=206&Itemid=83](http://chasqui.comunica.org/index.php?option=com_content&task=view&id=206&Itemid=83) mayo de 2007

<sup>19</sup> El Universal, 6 de octubre de 2001

Bernardo Gómez presentó un plan de trabajo que hizo circular entre los miembros de la industria en donde se comprometió a trabajar en las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión, lograr la seguridad jurídica para concesionarios de radio y televisión<sup>20</sup>.

Durante el sexenio de Vicente Fox, Bernardo Gómez fue un hombre influyente en las relaciones políticas con los Pinos, logró amplia cercanía con Martha Sahagún, organizó junto con ella y con el desaparecido Ramón Martín Huerta, la reducción de los tiempos oficiales. Estas fueron las personas más cercanas al entonces presidente que ayudaron a que se concretara este crítico episodio. Esto nos dice que la modificación de los tiempos oficiales, fue una medida organizada y llevada a cabo entre las altas esferas de poder.

Un hecho de gran significado político, fue que el primer personaje en anunciar las modificaciones al impuesto haya sido Bernardo Gómez. Santiago Creel que hasta entonces se había encargado de coordinar las Mesas de Dialogo para la Reforma de los medios de comunicación y que llevaba las negociaciones entre los actores implicados, no tuvo mayor participación en la reducción del 12.5%, salvo la de anunciar su entrada en vigor.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibidem.*

<sup>21</sup> Ricardo Alemán. "Itinerario Político" *El Universal* 15 de octubre de 2002.

#### **Capítulo 4. La CIRT y las leyes Federales de Radio y Televisión; y Telecomunicaciones.**

El primero de diciembre de 2005, la cámara de diputados aprobó un dictamen de reformas a las leyes federales de Radio y Televisión, así como de Telecomunicaciones. Posteriormente tras cuatro meses de amplio debate, el 30 de marzo de 2006 se aprobó lo que varios especialistas llamarían “La Ley Televisa”.

Fue el diputado Miguel Lucero Palma, el encargado de incluir la iniciativa de reformas en la Cámara de Diputados el 22 de noviembre de 2005<sup>1</sup>, él fue empleado de Televisa, por lo que la iniciativa traía la firma del poderoso consorcio mediático.

Entre los principales y más polémicos asuntos de la ley se encontraban:

- Conservar todo el ancho de banda de cada frecuencia, gracias a los adelantos tecnológicos en materia digital, a través de una frecuencia se podrían transmitir varias señales, es decir no solo audio y video, sino telefonía e Internet.
- Las frecuencias que se abrieran se someterían a licitación a través del método de subasta, si este método se aprobaba, lo que en realidad generaría, sería una mayor concentración del espectro; pues sólo algunas empresas, las más poderosas, serían las que obtendrían la licitación.
- Se proponía también que fuese la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), la encargada de licitar las frecuencias, lo cual (según los defensores de la ley) esto terminaría con la discrecionalidad en el otorgamiento de las concesiones, pero no existían mecanismos que dotaran de autonomía real a la comisión contra los tradicionales métodos presión, chantaje y captación de las grandes empresas de radio televisión y telecomunicaciones.
- Los medios públicos, prácticamente no figuraban en la ley, (nada raro) pues en el modelo de radiodifusión que tenemos esta instituido como característica principal el criterio privado y comercial en los medios de comunicación.

---

<sup>1</sup> Alejandra Lajous. *Vicente Fox. El Presidente que no supo gobernar*. Editorial Océano 2007. Pág 378

- La ley dejaba desamparados a muchos radiodifusores que transmiten en Amplitud Modulada, al no garantizarles la obtención de una frecuencia en FM, necesaria para transitar a la radio digital.

#### **4.1 La convergencia digital**

La actualización del marco normativo que nos ocupa, no se puede entender sin mencionar el proceso de convergencia tecnológica en la industria del conocimiento, y los avances en materia democrática que se han dado durante los últimos treinta años. Ambos temas se presentan durante el proceso de reforma a los marcos jurídicos de radio y televisión, así como de telecomunicaciones aquí estudiados.

Durante los últimos treinta años, el mundo entero ha presenciado cambios en diversos soportes tecnológicos que facilitan la comunicación en todos sentidos. Sin duda, estos han sido avances sorprendentes; actualmente podemos enviar o recibir todo tipo de datos, audio, video a través de un equipo de cómputo, o de un teléfono móvil. Al preguntarnos cómo se hace esto, el concepto de convergencia adquiere sentido.

La convergencia se refiere a la homogeneización de los soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de industrias infocomunicacionales, incluidas la prensa escrita, las telecomunicaciones, la informática y la industria audiovisual<sup>2</sup>. Es decir, por la necesidad de agilizar la comunicación y disminuir las distancias, la convergencia tecnológica es una necesidad primordial en lo referente a la comunicación.

La convergencia digital como tal, es la unión de texto, gráficos, audio y video, transmitidos a un solo aparato, “la tecnología digital proporciona un mecanismo para integrar medios

---

<sup>2</sup> Alina Pérez Martínez y Heriberto Acosta Díaz (s/f). “La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información” Revista *ACIMED* en línea, sep.-oct. 2003, Vol.11, no.5 Disponible desde Internet en:  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S102494352003000500003&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494352003000500003&lng=es&nrm=iso&tlng=es)  
Consultado Mayo 2007.



que hasta ahora necesitaban canales diferentes”<sup>3</sup>. La convergencia digital, transforma toda señal en un solo lenguaje, de ceros y unos, es decir compatible con cualquier ordenador.

El proceso de convergencia tecnológica tiene sus inicios en 1977 cuando Koji Kobayashi, el cual era un especialista japonés al servicio de la *Nec Corporation*, anunció en EU que en el futuro su compañía trabajaría sobre la base de la combinación de medios de comunicación con equipos de cómputo. Es decir, su augurio suponía la conversión de todo tipo de información analógica<sup>4</sup> en digital<sup>5</sup> lo cual haría más fácil su manejo.

Uno de los ejes centrales de la política del ex-presidente de Estados Unidos Bill Clinton y su vicepresidente Al Gore, consistió en el impulso a las tecnologías de la comunicación. Estados Unidos apostó por un ambicioso proyecto: la creación del ”National Information Infrastructure (NII)” que debía coordinar las acciones entre áreas económicas, tecnológica y social, esto se completó con la “Global Information Infrastructure (GIII)” que pronto desembocarían en el desarrollo de Internet<sup>6</sup>.

El Internet es el recurso y herramienta sobre el que descansa la convergencia digital, pues facilita la transmisión de información en tiempo real. Hay tres tipos de transmisiones que coinciden en Internet, estas son de tipo de ondas Hertzianas (transmisiones televisivas) cable (televisión restringida) o bien la vía satelital y las comunicaciones telefónicas.

La convergencia digital a su vez trae intrínseca otra lógica: la de la concentración de propiedad. El proceso de convergencia trae aparejada una constante fusión de todo tipo de empresas dedicadas a la información, “La transición de prácticamente la totalidad de los medios y las formas de comunicación al formato digital hace continuos progresos y estará

---

<sup>3</sup> *Ibidem*.

<sup>4</sup> Lo analógico supone un valor que tiene una representación física, por ejemplo los relojes de manecillas representan la hora a través de manecillas y números en un dispositivo mecánico, en: *Wickionario*, diccionario en línea de Wikipedia disponible en: <http://es.wiktionary.org/wiki/an%C3%A1logo>

<sup>5</sup> Lo digital se refiere a la sistematización de señales con el propósito de facilitar su procesamiento (codificación, compresión, etc.) y hacer una señal resultante (más inmune al ruido y otras interferencias a las que son más sensibles las señales analógicas). Wikipedia en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Conversi%C3%B3n\\_anal%C3%B3gica-digital](http://es.wikipedia.org/wiki/Conversi%C3%B3n_anal%C3%B3gica-digital)

<sup>6</sup> Emili Prado y Rosa Franquet “Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución” en *Revista de Estudios de Comunicación #4* p 15-40 1998. Versión electrónica en: [www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html](http://www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html) consultado en mayo de 2007.

concluida en un futuro próximo, pero más impresionante aún es la convergencia de la propiedad de los medios de comunicación de masas, que en muchos aspectos la precede”<sup>7</sup>.

En los últimos años, varias empresas comenzaron a fusionarse debido a la creciente necesidad de transmitir y recibir varios contenidos informativos a través de una sola tecnología. Una de las fusiones más recordadas fue el caso de AOL-Time Warner “el proveedor de Internet más grande del mundo se unió en el 2000 a uno de los conglomerados mediáticos (cine, televisión, noticiarios, revistas, periódicos, disqueras, editoriales, equipos deportivos, cadenas de radio, servicios de cable, etc.) con mayor presencia social”<sup>8</sup>.

La convergencia en México.

La inserción de nuevos soportes tecnológicos en la radio y la televisión, agudizó la concentración en la propiedad en medios electrónicos. Desde finales de los años ochenta y toda la década de los noventa, diferentes consorcios mediáticos han experimentado procesos de fusión de capital, pues se abren mayores posibilidades para la explotación comercial tanto de la televisión (abierta o restringida), la radiodifusión y las telecomunicaciones.

Uno de los puntos más criticados de las modificaciones a los marcos normativos ya sea en radio y televisión, o bien en materia de telecomunicaciones, es que permite la concentración. El problema es que en México los actores implicados que van desde el gobierno, concesionarios, permisionarios, partidos políticos y actores de la sociedad civil, no se han puesto de acuerdo en conjunto que tipo de medios de comunicación son los idóneos para México en la era digital. El proceso una vez más, es y ha sido bilateral, entre el gobierno y los concesionarios.

---

<sup>7</sup>Entrevista realizada por Ivan Briscoe, periodista del *Correo de la UNESCO* a Robert McChesney, Profesor de Comunicaciones en la Universidad de Illinois, disponible desde Internet en: [http://www.unesco.org/courier/2001\\_10/sp/medias2.htm](http://www.unesco.org/courier/2001_10/sp/medias2.htm)

<sup>8</sup> Maricruz Castro Ricalde. “Convergencia digital en México: estrategias y problemática” en *Razón y Palabra* #27 junio-julio 2002, versión electrónica: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/mcastro.html> consultado el 31 enero de 2007

Una de las empresas más grandes de medios de comunicación, el Grupo Televisa comenzó a experimentar con varios modelos de televisión de alta definición del mundo, con la pretensión de investigar sus potenciales usos comerciales.

1990 es el año en que Televisa comienza a hablar de la televisión del futuro, el 3 de septiembre de ese mismo año, esta empresa y la Nippon Hōsō Kyōkai (NHK)<sup>9</sup> de Japón, anunciaron un plan de negocios para introducir la Televisión de Alta Definición (TVAD) a México<sup>10</sup>. Se realizaron pruebas con el sistema Hi Vision de TVAD, para llevar a cabo el plan, el cual consistía en la fabricación país de aparatos receptores de señales de alta definición, tanto para el mercado mexicano como para su exportación.

Tras anunciar que en un lapso de 12 a 18 meses la TVAD estaría operando en nuestro país, la empresa negoció con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) la expedición de normas técnicas sobre las cuales debía operar la televisión de alta definición. Así en 1992 en el Diario Oficial de la Federación se publicó el Acuerdo en el que se establecen las condiciones para la instalación y explotación de redes públicas de radiocomunicación fija, facilitando el servicio público de televisión restringida con formato de alta definición<sup>11</sup>, en el que se establecieron las condiciones técnicas a las que debería sujetarse la transmisión de señales de alta definición por vía terrestre.

Para poder realizar las pruebas sin problemas se necesitaba un título de concesión, el cual fue otorgado por la SCT en ese mismo acuerdo. Pero la tecnología NHK de la empresa japonesa no pudo funcionar pues presentaba varios problemas, el primero relativo a los altísimos costos de fabricación de los aparatos receptores, y gracias a que para efectos del

---

<sup>9</sup> La NHK (en español Corporación Emisora de Japón) es una emisora pública. Actualmente opera dos servicios de televisión terrestres (NHK General TV y NHK Educational TV, respectivamente: Television General NHK y Televisión Educacional NHK), tres servicios satelitales (NHK BS-1, NHK BS-2 y NHK Hi-Vision-transmisión de alta definición), y tres emisoras de radio (NHK Radio 1, NHK Radio 2 y NHK FM). Para el extranjero emite también NHK World TV, NHK World Premium y NHK World Radio (que en español significan, en ese orden: TV Mundial NHK, Mundial Superior NHK y Radio Mundial NHK).

<sup>10</sup> Fernando Mejía Barquera. “Televisa Convergencia y Madruguete” Revista Etcétera versión electrónica 2006. Disponible desde Internet en: <http://www.etcetera.com.mx/pag03ane64.asp> consultado en Mayo de 2007.

<sup>11</sup> *Ibidem*.

avance tecnológico, el tipo de imagen (análogo) no era compatible con la tecnología digital que se requiere para poder competir en el mercado con transmisiones de alta calidad.

Así Televisa buscó un sistema que tuviera las características mencionadas. En Estados Unidos, se venían haciendo experimentos con un nuevo sistema: el de ATSC el Comité de Sistemas de Televisión de Avanzada (Advanced Television System Comitee) el cual era un organismo establecido por el sector privado que pretendía desarrollar estándares técnicos en la materia. Al ATSC pertenecen las importantes empresas de televisión por cable de EU, los consorcios de industria electrónica y centros de investigación autónomos de universidades de ese país<sup>12</sup>.

El sistema desarrollado por la ATSC permite la transmisión de audio con la calidad de disco compacto y video digital con formato de alta definición a través de las bandas de televisión abierta (VHF de los canales del 2 al 13 y de UHF del canal 14 al 69), y a su vez permite servicios de telecomunicación adicionales o sea el envío de datos y señales de comunicación, otorgando la oportunidad para el uso de Internet, información de bolsa de valores, y varios servicios adicionales, en pocas palabras ampliamente compatible con la convergencia digital.

En el año de 1996, TV Azteca se sumo al objetivo de Televisa: incorporarse a la convergencia digital. Así en agosto de ese año, la CIRT tras llevar a cabo reuniones con ambas empresas, decidió seguir de cerca el desarrollo de la televisión digital en el mundo e integrar una comisión permanente junto con el gobierno para analizar la posibilidad de introducción de esta nueva tecnología a México. Mejía<sup>13</sup> explica que desde 1991 ya existía una comisión llamada “Comando SCT-CIRT” que se dedicó a seguir la evolución de las pruebas en materia digital en México.

Para 1999 la SCT y la CIRT decidieron dar rango legal al comité que ya estaba trabajando, por lo que se instituyó el Comité Consultivo de Tecnologías Digitales, integrado por seis

---

<sup>12</sup> *Ibidem*.

<sup>13</sup> Fernando Mejía Barquera, “Ley Televisa: las traiciones y el silencio” *El Universal*, Finanzas, 28 de marzo de 2006.

elementos, tres de la CIRT y tres de la SCT. Las facultades de dicho Consejo serían llevar a cabo estudios sobre los sistemas de radio y televisión digitales del mundo, recomendar que tecnología digital en radio y televisión se adoptarían en México y sugerir los procedimientos, condiciones y plazos para la adopción e implantación de tecnologías digitales.

Así dos de las grandes empresas de televisión que integran la CIRT, prepararon el terreno para la llegada de la digitalización en los medios electrónicos, a través de un acuerdo del entonces titular de la SCT Carlos Ruiz Sacristán, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 27 de marzo del 2000 se reservaron bandas de frecuencias que serían utilizadas para las tecnologías de radio y televisión digitales. Esto se oficializó con la justificación "de realizar trabajos de investigación y desarrollo relativos a la introducción de la radiodifusión sonora y televisión digitales"<sup>14</sup>.

Se puso como fecha límite el año 2006 para que la convergencia digital diera sus primeros frutos a las televisoras comerciales en las principales ciudades del país, y posteriormente entre 2010 y 2012, las televisoras culturales y educativas tuvieran ya las primeras señales digitales.

Actualmente los empresarios han propuesto el 2021 como año límite para el término de la transición digital. Para ello se creó un acuerdo en el que los empresarios deberán solicitar el refrendo de sus concesiones y comprometerse a llevar a cabo transmisiones digitales en esa misma fecha; esto es cuestionable pues de este modo los concesionarios aseguran su permanencia otros 20 años más.

Entre agosto y septiembre de 2004, sin ningún tipo de licitación o proceso público, la SCT renovó 225 concesiones para Televisa y 169 de TV Azteca<sup>15</sup>. Como comparativo basta señalar lo siguiente: hasta 2004 se habían entregado solo 2 nuevas concesiones televisivas,

---

<sup>14</sup> Gabriel Sosa Plata. "Tecnologías digitales y reforma del Estado", Revista Mexicana de Comunicación 2004. Disponible desde internet en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc90/tecnologias.html> consultado en mayo de 2007.

<sup>15</sup> Jenaro Villamil "En Sigilo el Gobierno consolida el duopolio" Revista *Proceso* núm. 1468 diciembre 2004.

entre 1991 y 2000 fueron 248, entre 1981 y 1990 se entregaron 93, entre 1971 y 1980 50, y entre 1951 y 1970 se otorgaron las primeras 70 concesiones<sup>16</sup>.

El estándar tecnológico de televisión digital terrestre que se adoptó fue el A/53 de ATSC, anunciado por la SCT en el Diario Oficial de la Federación en el “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”<sup>17</sup>. Con el sistema adoptado se pueden transmitir tres tipos de televisión digital: el HDTV (High Definition Television): imagen de alta definición equiparable al cine con una resolución de 1920 píxeles x 1080 líneas; el Edtv (Enhanced Definition Televisión): similar al DVD con resolución de 1280 píxeles por 720 líneas; y el SDTV (Stándar Definition Television) resolución de 701 píxeles x 480 líneas.

Mejía<sup>18</sup> resalta que el acuerdo a través del cual se adopta el estándar tecnológico de televisión digital y se establece la política para la transición de la misma, incluye un término que está muy acorde con la posible explotación de las frecuencias en la era de la convergencia digital y explica el interés por defender férreamente las modificaciones al marco regulatorio. El autor nos explica que en el acuerdo para la digitalización de los medios electrónicos se incluye la palabra Multiplexeo, término que se refiere a la posibilidad de prestar servicios de diferentes medios: la distribución vía satélite, vía terrestre, televisión por cable, Internet o microondas todo tipo de transmisión de datos, texto, audio y video.

## **4.2 La radio digital en México**

La constante innovación tecnológica de los últimos treinta años, ha repercutido en muchos aspectos de la vida y hábitos de consumo de millones de personas. En materia de

---

<sup>16</sup> *Ibidem* p. 31.

<sup>17</sup> Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, “Radio digital y televisión de alta definición en México” *Intermedios* No. 5, (dic-ene.) 1992. Disponible desde Internet en: <http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=browse&id=1432> Consultado agosto de 2007.

<sup>18</sup> Fernando Mejía Barquera, “Ley Televisa: las traiciones y el silencio” *El Universal*, Finanzas, 28 de marzo de 2006.

radiodifusión, muchas estaciones de todo el mundo se han percatado de la necesidad de introducir innovaciones tecnológicas, pues de no hacerlo se condenan al atraso y en consecuencia a la desaparición.

La radio, tradicionalmente como la conocemos, esta por desaparecer, en los últimos decenios, en cuanto a modalidad auditiva se refiere, se han observado, la irrupción de nuevas tecnológicas, la individualización de los contenidos auditivos preferidos por el público, en este sentido hemos asistido la aparición de dispositivos reproductores de música, tales como los *Walkman* o los *Discman*; y hoy en día los llamados reproductores portátiles de archivos comprimidos de música (en formato mp3, wav, mp4, etc.), como son los *IPOD*.

Con la irrupción de este tipo de tecnologías, la radio ha perdido audiencias y si a ello sumamos la tendencia de los radioescuchas por elegir y aficionarse cada vez en mayor medida a transmisiones con mejor calidad (como lo es el sonido estereofónico<sup>19</sup> característico de las estaciones de FM), podemos explicar la preocupación de los radiodifusores por incursionar cuanto antes a la radiodifusión digital, pues esta se erige como una opción viable para atraer el gusto del público.

Los Modelos de Radio Digital para México.

Hasta la fecha, momento en que se escriben estas líneas, en México no se ha elegido un modelo estándar para la radiodifusión digital, en el lapso de poco menos de veinte años radiodifusores y gobierno han hablado de la introducción de dos modelos idóneos para México. El primero en que nos ocuparemos es el desarrollado en Europa: el modelo Eureka 147, y en seguida mencionaremos el modelo IBOC (In Band On Channel) conocido como HD Radio, desarrollado en Estados Unidos. Todo parece indicar que el modelo más idóneo

---

<sup>19</sup> El sonido estereofónico se distingue del monoaural utilizado por las estaciones AM. La diferencia entre ambos es que el sonido estereofónico permite la transmisión de audio por varios canales. Por ejemplo si se esta escuchando una canción con guitarra, bajo, batería y voz, el sonido estereofónico permite que la guitarra se escuche en el parlante derecho junto con la batería, el bajo puede escucharse en el parlante izquierdo, junto con la voz, o las combinaciones que puedan resultar de esto, con el sonido monoaural todos los instrumentos y la voz se escuchan de igual manera en los dos parlantes.

para México será HD Radio, debido a la cercanía de nuestro país con Estados Unidos donde ya se utiliza.

Ya que no es propósito de este trabajo hacer mención exhaustiva de las características técnicas de ambos modelos (pues son complejas y se requiere de un conocimiento experto en telecomunicaciones para entenderlas a profundidad), me limitaré a señalar las características más importantes de ambos, señalando sus similitudes y diferencias.

El modelo de radio digital Eureka 147 tiene sus orígenes en 1987 cuando 18 empresas procedentes de Alemania, Francia, Inglaterra y Holanda<sup>20</sup>, se percataron de la necesidad de innovar sus radiodifusoras ante la amenaza de ser desplazados del mercado radiofónico por los nuevos servicios de audio digital (servicio restringido a suscriptores).

Y desarrollaron lo que se llamó Radiodifusión Sonora Digital o Radiodifusión de Audio Digital (DAB) por sus siglas en inglés. Así la DAB se planteó como un servicio gratuito al que pudiera acceder todo tipo de público en general, sin suscripción, con la sola condición de poseer un aparato radiofónico que pudiese captar las señales de radio digital<sup>21</sup>.

El Modelo IBOC (In Band On Channel), también conocido como HD Radio, es una tecnología desarrollada por el consorcio Ibiqity Digital (unión de Lucent Digital Radio y USA Digital Radio) de los Estados Unidos. Este modelo fue aprobado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) a fines de 2001.

Similitudes de los modelos<sup>22</sup>:

---

<sup>20</sup> Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, "Radio digital y televisión de alta definición en México" Intermedios No. 5, (dic-ene.) 1992. Disonible desde Internet en: <http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browse&id=1432> Consultado agosto de 2007.

<sup>21</sup> El modelo Eureka actualmente opera en países europeos y está en periodo de pruebas en más de 10 países de Europa y Asia, incluidas China y la India. Los porcentajes de cobertura en estos países europeos son: Bélgica (98%), Francia (25%), Alemania (70%), Italia (30%), España (50%), Suecia (35%) y Reino Unido (80%). Wikipedia la enciclopedia Libre, disponible desde Internet en: [http://es.wikipedia.org/wiki/EUREKA\\_147](http://es.wikipedia.org/wiki/EUREKA_147) Consultado en septiembre de 2007.

<sup>22</sup>Para HD Radio se consultó: (Comisión Interamericana de Telecomunicaciones, 2005), y para Eureka 147, Fernando Mejía Barquera y Gabriel Sosa Plata, "Radio digital y televisión de alta definición en México" Intermedios No. 5, (dic-ene.) 1992. Disonible desde Internet en: <http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browse&id=1432> Consultado agosto de 2007.



- Los modelos están diseñados para permitir la compresión de datos. Ya que la radio digital se plantea la posibilidad de enviar datos adicionales a las transmisiones radiofónicas, es necesario que la información transmitida ocupe menor espacio. La radio digital trabaja bajo el término multiplexión. Esto significa que los radiodifusores pueden ofrecer nuevos programas y también trabajar con datos relativos a los mismos, tales como la información sobre el artista y el título de la canción, y servicios de datos, desde alertas meteorológicas, cotizaciones de la bolsa hasta informes en tiempo real sobre el tránsito, estos son transmitidos por estaciones locales y presentados visualmente.
- Ambos modelos tienen una calidad muy similar a la del *Compact Disc*.
- Señal resistente a distorsiones y desvanecimientos, las cuales son la causa de baja en la calidad sonora de las transmisiones.
- Pueden operar tanto a través de transmisiones terrestres como por la vía satélite y puede emitirse a servicios móviles y fijos

#### Diferencias:

- El sistema Eureka 147 funciona en una banda de frecuencia diferente a la convencional, opera en la banda L<sup>23</sup>, por lo que es necesaria una frecuencia adicional (en FM) para transitar de la radio analógica a la digital, las famosas frecuencias “*Combo*”.
- A diferencia de Eureka 147, el modelo HD Radio permite a las emisoras de AM y FM digitalizarse sin necesidad de cambiar la banda de frecuencias.
- En el modelo HD Radio, las transmisiones en FM tienen calidad igual a la del CD, y las de AM llegan a la misma calidad de las estaciones de FM.
- Y por último en HD Radio, los oyentes pueden seguir sintonizando las estaciones AM/FM locales en las radios analógicas existentes, así como en los nuevos receptores de HD Radio, con todos los servicios y ventajas adicionales que ofrece este sistema.

---

<sup>23</sup> En Estados Unidos la banda L es utilizada por los sistemas de radiocomunicación de los aeropuertos, por lo que su utilización podría causar interferencias.

La introducción de la radio digital en México, ha sido impulsada por la CIRT. En 1992 se comenzó a plantear el desarrollo de la digitalización de la radio, para ello se creó una comisión mixta entre la CIRT y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, también se firmaron convenios de cooperación y desarrollo con la Asociación de Radiodifusores de Canadá y con el consorcio Europeo Eureka 147; y se formó una sociedad anónima en la que se ha invitado a participar a todos los afiliados de la CIRT, con el objetivo de llevar a cabo trabajos de investigación y desarrollo tecnológico de sistemas de radiodifusión digital.

Como miembro del proyecto encabezado por el consorcio europeo Eureka 147, la CIRT promovería la venta del equipo de este consorcio en Estados Unidos, Canadá y México y según el acuerdo compartirían las ganancias de las ventas<sup>24</sup>.

Los radiodifusores mexicanos a través de la CIRT coordinaron sus programas junto con Canadá (que es el principal impulsor del sistema Eureka 147 fuera de Europa), así mismo la CIRT se comprometió a dar asistencia técnica a radiodifusores de Argentina, Brasil, Venezuela, Ecuador, Uruguay y Guatemala, países que seguían de cerca la evaluación y el desarrollo de la radiodifusión digital en el mundo.

En 1999 se decidió dar rango legal al comité mixto en materia de nuevas tecnologías, este comité tendría entre sus facultades, realizar estudios sobre los sistemas de radio y TV digitales en el mundo<sup>25</sup>. En ese año se creó para la radio, el Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión (CCTDR), el comité cuenta con seis miembros; tres de ellos designados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y tres por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), se puede invitar a las sesiones del CCTDR a las personas o instituciones que el mismo comité considere necesario.

---

<sup>24</sup> Op. Cit..

<sup>25</sup> Fernando Mejía Barquera. “Televisa Convergencia y Madrugete” Revista Etcétera 2006 versión electrónica disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/pag03ane64.asp> consultado en Mayo de 2007.

Entre las acciones más importantes que este comité ha tenido hasta la fecha, se encuentran la emisión de recomendaciones al titular de la SCT:

Una, sobre la reserva de bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para realizar trabajos de investigación y desarrollo relacionados con la introducción de la radiodifusión digital, de la que se emitió el Acuerdo Secretarial correspondiente, el cual fue publicado por el Diario Oficial de la Federación el 27 de marzo de 2000.

La otra, se refiere a las obligaciones de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión relacionadas con las tecnologías digitales para la radiodifusión, de la que se emitió el Acuerdo Secretarial correspondiente, el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de octubre de 2000<sup>26</sup>.

Bajo esta lógica los grandes grupos radiofónicos gestionaron ante las autoridades la asignación de frecuencias adicionales, pues de esta manera se haría más fácil el tránsito de sus estaciones hacia la tecnología digital.

En noviembre de 1994 el entonces secretario de Comunicaciones y Transportes, Emilio Gamboa<sup>27</sup> otorgó 83 estaciones de frecuencia modulada (FM) a radiodifusores, que según él tenían dificultades económicas para seguir operando en (AM), y modificó títulos de concesión para ampliar el canal de AM a FM en menos de dos meses.

La adquisición de este tipo de frecuencias fue gestionada por Javier Pérez de Anda entonces presidente de la CIRT, y por supuesto, entre los beneficiarios de los canales espejo (estaciones combo) estuvieron el grupo Radiorama de su propiedad, en ese año Radiorama ya controlaba 100 concesiones 67 de AM y 33 de FM, entre otros de los beneficiarios se encuentra el grupo ACIR de Francisco Ibarra López, el Corporativo Promedios y MVS Comunicaciones de Joaquín Vargas.

---

<sup>26</sup> Dirección general de Radio y Televisión, disponible desde Internet en: <http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=485> consultado agosto de 2007

<sup>27</sup> Durante el proceso de reformas a las leyes federales de radio televisión y telecomunicaciones fue uno de los senadores más que promovieron su aprobación bajo los términos propuestos por las grandes empresas de radio y televisión.

#### **4. 3 La acción de la CIRT en la aprobación de la leyes de radio, televisión y telecomunicaciones.**

La aprobación de la Ley Federal de Radio y Televisión así como de la Ley Federal de Telecomunicaciones, se dio en un contexto dominado por un clima pre-electoral suscitado por las elecciones para renovar tanto al Presidente de la República, como al Congreso de la Unión, posiciones políticas muy importantes que doblegaron a muchos legisladores a los intereses de las más grandes empresas de radio y televisión del país.

Por ello no fue casual que la aprobación a los dictámenes de las mencionadas leyes se llevara a cabo en diciembre de 2005 y que el proceso de cabildeo se haya desarrollado con tanta insistencia antes de terminar el segundo periodo de sesiones de la LIX legislatura el 30 de Marzo 2006, previamente a la realización de las elecciones de ese mismo año.

Fue Televisa quien utilizó varios mecanismos a su alcance para ir sumando adeptos. Ya sea a través de cabildeo, presiones chantajes o engaños, se logró agregar a varias empresas (sobre todo a las más grandes) a la postura de esta televisora.

Así pues, a las grandes empresas les interesaba la aprobación de la ley antes de que terminara el sexenio de Vicente Fox, un gobierno que mostró un trato privilegiado y preferencial a las grandes empresas de medios. La preocupación principal de los impulsores de la “Ley Televisa”, residía en la dificultad de aprobar una ley de esta magnitud en el siguiente sexenio, ante la incertidumbre que generaba la llegada de un nuevo gobierno. Y en efecto, el clima electoral de 2006 fue muy agitado, en ese momento no se sabía a ciencia cierta si el candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD) Andrés Manuel López Obrador resultaría ganador, o si por otro lado el candidato del Partido Acción Nacional (PAN) Felipe Calderón Hinojosa, lo conseguiría. Los propietarios de medios electrónicos, claro, no arriesgarían el futuro de los enormes negocios que la convergencia digital promete para las empresas que decidan hacer grandes inversiones en este rubro.

Por otro lado los políticos encargados de legislar en el rubro de radio, televisión y telecomunicaciones, ante el clima electoral apostaron por el futuro de sus carreras políticas y su proyección en los medios, pues los legisladores aceptaron esta certeza: estar fuera de los reflectores mediáticos es estar fuera de las posibilidades de continuar con una carrera política.

En los días anteriores a la aprobación por parte de la Cámara de Diputados de la iniciativa, varios legisladores de los partidos políticos más importantes, señalaron intentos de Televisa por ganar votos a favor, como la diputada federal del PRD, Dolores Gutiérrez, secretaria de la Comisión de Radio y Televisión, expuso que Javier Tejado Dondé<sup>28</sup> les ofreció a sus partidos políticos, a sus fracciones parlamentarias y a sus candidatos presidenciales, espacios gratuitos en las frecuencias de radio y televisión de Televisa, para su uso en campaña<sup>29</sup>.

El Cabildeo y las presiones.

Como se mencionó paginas atrás, fue el diputado del Partido Revolucionario Institucional Miguel Lucero Palma, el que presentó en diciembre de 2005, la iniciativa que reforma adiciona y deroga diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión<sup>30</sup>. A pesar de que este diputado no tiene ningún antecedente que indique un conocimiento profundo del tema de las telecomunicaciones. Lo único que lo acerca a los medios de comunicación es su anterior desempeño como director general del periódico “La República” en 1997 (sin precisar cuánto tiempo duró en el cargo) y su cargo como director del programa de televisión “A Primera Hora” de Telemundo en Ciudad Juárez<sup>31</sup>.

---

<sup>28</sup> Director de información y asesor jurídico de Televisa, en esos momentos además fungió como asesor jurídico de la CIRT.

<sup>29</sup> Ricardo Alemán. “Itinerario Político” en El Universal 2 de marzo de 2006.

<sup>30</sup> El Universal, 6 de diciembre de 2005.

<sup>31</sup> Julio Chávez Sánchez. “El lucero”, Etcétera suplemento especial 2005 <http://www.etcetera.com.mx/pagVIIIbne62.asp> Consultado en agosto de 2007.

El dictamen presentado por este diputado con el aval de Televisa y de la empresa Teléfonos de México (TELMEX), fue, según el entonces senador del PAN Javier Corral Jurado “...parte de una negociación política llevada a cabo por el candidato presidencial del PRI, licenciado Roberto Madrazo Pintado”.<sup>32</sup> Como muchos saben la votación y aprobación del dictamen se dio de manera apresurada; cabe mencionar que muchos de los diputados que votaron a favor no tenían conocimiento de lo que estaban aprobando, muchos ni siquiera leyeron la iniciativa.

Como se mencionó líneas arriba, Televisa llevaba desde la década de los noventa investigando y experimentado sobre el posible uso comercial de la televisión digital. Para el día 5 de diciembre en que se aprobó la iniciativa que reformaba las leyes de radio televisión y telecomunicaciones, ni las grandes cadenas de radio ni TV Azteca fueron tomados en cuenta en la elaboración del proyecto aprobado<sup>33</sup>.

La última afirmación puede ser probada al revisar las declaraciones de concesionarios de radio en días posteriores. El 6 de diciembre en la CIRT se llevó a cabo una reunión extraordinaria, de la cual no surgió consenso entre todos los integrantes de esta cámara para defender una postura común frente al Senado de la República<sup>34</sup>. Fue a partir del 6 diciembre de 2005 cuando los cabilderos de Televisa se dedicaron a ganar adeptos a las modificaciones, principalmente a TV Azteca y los grandes Radiodifusores.

Según Jenaro Villamil, el viernes 23 de diciembre de 2005, en la CIRT se reunieron los concesionarios más importantes para “cerrar filas” en torno a las reformas legislativas que permitirían explotar comercialmente las posibilidades de la convergencia tecnológica, reunión a la que asistieron los grandes concesionarios tales como, Javier Sánchez Campuzano (de Grupo Siete Comunicación<sup>35</sup>) los hermanos Francisco y Carlos Aguirre (de

---

<sup>32</sup> Javier Corral. “El regreso de los Gómez” editorial, *El Universal* 6 de diciembre de 2005.

<sup>33</sup> El universal, 6 de diciembre de 2005.

<sup>34</sup> El Universal, 7 de diciembre de 2005.

<sup>35</sup> “Conglomerado de negocios, entre los que se encuentran diez radiodifusoras, cinco redes públicas de telecomunicaciones, ubicadas en Tulancingo y Pachuca, Hidalgo, en Tijuana, Baja California y en Coacalco y Toluca, estado de México, una imprenta, una empresa organizadora de eventos masivos y una comercializadora de medios” Jenaro Villamil “Sospechoso aval de la CIRT a la Ley Televisa” Proceso 2006,

Grupo Radio Centro), Edilberto Huesca (Núcleo Radio Mil Comunicaciones), Javier Pérez de Anda (de Radiorama), Joaquín Vargas (de MVS Radio), representantes de Ricardo Salinas Pliego, así como el director jurídico de Televisa; y al mismo tiempo, el director de Asuntos Legislativos de la CIRT, Javier Tejado Dondé<sup>36</sup>.

El martes 23 de enero se realizó una reunión extraordinaria en la CIRT, con la finalidad de terminar de convencer y presionar a los radiodifusores inconformes como a Rogerio Azcárraga e incitarlo a respaldar las modificaciones. Javier Tejado Dondé acusó a Radio Formula propiedad de Rogelio Azcárraga, de concentrar 47% de los spots del IFE, a Radiorama se le amenazó con quitarle el encadenamiento con la señal de W Radio en casi 50 de sus 189 emisoras del país; a Multivisión le sugirió que si mantenía su negativa a apoyar la ley, Televisa podría sacar del sistema SKY al canal 52 propiedad de MVS, así como quitar el paquete MASTV de los sistemas de Cablevisión en provincia<sup>37</sup>.

Joaquín Vargas en un comunicado dirigido al Senado el 8 de diciembre de 2005 señaló: “desde nuestro punto de vista el dictamen de los diputados, no contempla temas de fondo y que tienen que ser tomados en cuenta para modernizar el régimen de Radio y Televisión en nuestro país”, sin embargo a cinco días después de emitir este mensaje las presiones de Televisa rindieron efecto, y declaró: “entendemos que la coyuntura obliga a considerar la conveniencia de lo ya aprobado en la Cámara de Diputados y en ese contexto apoyamos la postura de la Cámara”<sup>38</sup>.

Como resultado de esa reunión, fue el oficio enviado a la Cámara de Senadores, con fecha 24 de enero el cual establece que las reformas aprobadas por unanimidad en la Cámara de Diputados el pasado 1 de diciembre contienen “avances regulatorios de gran relevancia” y “desaparece la discrecionalidad para la entrega de concesiones de radio y televisión”<sup>39</sup>.

---

Disponible desde Internet desde: <http://www.proceso.com.mx/noticia.html?nid=37293&cat=0> Consultado en mayo de 2007

<sup>36</sup> Jenaro Villamil “Sospechoso aval de la CIRT a la Ley Televisa” *Proceso* 2006, Disponible desde Internet desde: <http://www.proceso.com.mx/noticia.html?nid=37293&cat=0> Consultado en mayo de 2007

<sup>37</sup> Jenaro Villamil. “Consenso a la fuerza” *Proceso* 12 de febrero 2006.

<sup>38</sup> *Ibidem* pág. 25.

<sup>39</sup> *Ibidem* pág. 25.

Para febrero las siguientes cámaras industriales ya se habían sumado a la postura de Televisa y las grandes empresas de radio: la Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI), y la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (CANITEC).. A la CANIETI se les amenazó con suspender compras de equipo, y a varios industriales de la CANITEC se les retiró momentáneamente la señal de transmisiones abiertas en los sistemas de cable. La medida fue una fuerte presión para ellos, ya que muchos de los suscriptores de provincia se quedaron sin la señal del canal 2 de Televisa<sup>40</sup>.

Los encargados de realizar las cartas con que amenazaron a las cámaras fueron Javier Tejado Dondé, Federico Gonzáles Luna (Consultor de la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados) y Eduardo Ruiz Vega (de la Universidad Iberoamericana).

Por otro lado, El Universal dio a conocer algunas grabaciones en donde hay conversaciones entre ejecutivos de Televisa y empresas telefónicas. En ellas se expone la fuerza de la televisora y el chantaje a varios legisladores de todos los partidos políticos, como Diego Fernández de Cevallos del (PAN), Emilio Gamboa Patrón (PRI) Y Héctor Osuna (PAN).<sup>41</sup>

Los acuerdos con los partidos políticos

Las presiones a los partidos políticos tuvieron que ver con lo que estaba en puerta: las elecciones de julio de 2006. El 3 de febrero de 2006 Emilio Azcárraga Jean y Bernardo Gómez invitaron a los tres principales candidatos a la presidencia (Andrés Manuel López Obrador, Felipe Calderón Hinojosa y Roberto Madrazo) a un fin de semana en el hotel restaurante “Rodavento”.

En dicho evento, concluido el acto de la cantante “Shakira”, Gómez alentó a los candidatos a presenciar una pelea de gallos. Al llegar al improvisado palenque Gómez declaró ante los invitados: “De este lado está el gallo de Televisa y en el otro, el gallo de TV Azteca”, el

---

<sup>40</sup> Javier Corral, “La rendición” editorial El Universal 14 de febrero de 2006.

<sup>41</sup> Ver El Universal: 11, 13 de febrero; y 1, 2, de marzo de 2006.



presidente de Televisa Emilio Azcárraga Jean al escucharlo lo incitó a ser más reservado, pero Gómez prosiguió: “Aunque Emilio no quiere que se mencione a nadie, si quiero decirles que esto puede suceder a quién se meta con Televisa”, momentos después un gallo fue degollado<sup>42</sup>.

En los siguientes días de ese fin de semana fuentes periodísticas<sup>43</sup> sugieren que el principal punto a tratar en privado, ante los tres candidatos fue la Ley Televisa y la invitación a apoyar su aprobación por parte de sus respectivos partidos. Televisa de esta manera presionaba con quitar su apoyo a las campañas (que buscaban repuntar) de Madrazo y Calderón de no ser aprobada la ley en los términos que Televisa sugería. En el caso de López Obrador (que en esos momentos repuntaba en las encuestas) la amenaza funcionó como un aliciente a evitar roces con la mencionada empresa.

En el PAN:

El 20 de marzo Manuel Espino, presidente del PAN se reunió con representantes de Televisa y ellos pusieron de inmediato el dedo en la llaga, los ejecutivos de Televisa presionaron con cobrar los adeudos de este partido por concepto de spots de la campaña de Felipe Calderón, y con la amenaza de que los próximos spots saldrían en pantalla, sólo bajo la condición de pagarlos de contado. Así el día 22, Espino en una reunión cerrada convenció a legisladores de Acción Nacional a sumarse a la aprobación de esta la “Ley Televisa” en los términos en que se promovía (sin modificaciones), con este hecho 40 legisladores del PAN avalaban la minuta sólo 11 legisladores se manifestaban en contra<sup>44</sup>.

La medida tomada se produjo después de que hubo una baja considerable en el número de spots televisivos de la campaña de Calderón, que en dos últimas semanas de Marzo se redujeron a un 75% en las televisoras, principalmente en Televisa<sup>45</sup>.

En el PRI:

---

<sup>42</sup> Jenaro Villamil “El servilismo” *Proceso*. núm. 1534 Marzo 2006

<sup>43</sup> *Ibidem*

<sup>44</sup> Reforma 23 de Marzo de 2006.

<sup>45</sup> El Universal (Bajo Reserva), “Calderón desapareció de las pantallas”, 27 de marzo de 2006.

El 23 de marzo, senadores del PRI tuvieron una reunión plenaria previa a la sesión en el pleno donde fijarían postura. El resultado fue el siguiente: 26 priístas a favor y 14 en contra, así en el PRI decidieron impulsar la aprobación (sin correcciones) de la referida ley.<sup>46</sup> De los 26 que estuvieron a favor se encontraban senadores ligados a Roberto Madrazo y que se postularon a la Cámara de Diputados, tales como: César Camacho, Sadot Sánchez, Yolanda Eugenia González, Mariano Gonzáles, Joel Ayala, Carlos Chaurand y Oscar Luebbert, o quienes aspiran a una gubernatura como el caso de José Antonio Aguilar Bodegas.

José Bonilla Robles senador del PRI, que en un principio rechazó las modificaciones y trabajó políticamente en el Senado y en el interior de su bancada para abrir espacios de interlocución con opositores a la reforma, voto a favor, a pesar de ser pequeño radiodifusor de Zacatecas, y coincidir con otros empresarios que de aprobarse las modificaciones se pondría en riesgo la permanencia de centenas de radiodifusoras en el país. Tal vez esta actitud tuvo que ver con que él, y uno de sus hijos, Francisco Javier Bonilla, estaban en la lista plurinominal de candidatos a diputado federal, y decidió no arriesgarse a ser borrado del listado, mismo que se utilizó como instrumento de presión y de chantaje político<sup>47</sup>.

Gracias al trabajo a favor de la ley, Emilio Gamboa Patrón, aseguró una candidatura plurinominal en la cámara de diputados. Logró entrar a la lista de diputados plurinominales en el PRI. Mariano González Zarur: apoyo en comisiones la iniciativa y subió a la tribuna para hablar de las bondades de la ley en los mismos términos que la CIRT. Logró ocupar el séptimo lugar en la cuarta circunscripción en la Cámara de diputados.

En el PRD:

Como se señaló antes, la presencia mediática de Andrés Manuel López Obrador no fue un factor que influyó en la postura de los legisladores perredistas, el candidato se abstuvo de

---

<sup>46</sup> Reforma 23 de Marzo de 2006.

<sup>47</sup> Ibidem.

manifestar una postura abiertamente en contra de las reformas, solo dijo que estaba en desacuerdo con el contenido de la misma, y negó que estar informado acerca de la votación que los diputados de su partido habían realizado el 1 de diciembre de 2005<sup>48</sup>.

Pero durante el proceso que se dio en el Senado, el candidato no condenó su contenido, sólo sugirió el aplazamiento de la cuestión y alertó sobre el eventual acuerdo de sus contrincantes con las empresas televisoras para apoyar las reformas a cambio de un buen trato en sus pantallas<sup>49</sup>.

Los entonces 15 legisladores del Partido de la Revolución Democrática en el Senado manifestaron su inclinación a votar en contra, pero existía la tentativa de que cerca de la mitad de estos legisladores podrían abstenerse o votar a favor de la minuta. “López Obrador no se quiere pelear con Televisa” aseguró un senador allegado a Jesús Ortega, entonces coordinador de la campaña del candidato de la alianza “Por el Bien de Todos”<sup>50</sup>.

Las reformas a las leyes federales de radio, televisión así como de Telecomunicaciones se aprobaron en la madrugada del 31 de Marzo de 2006, fue ratificada con 81 votos en favor, 40 en contra, cuatro abstenciones y tres ausentes<sup>51</sup>.

<b>Resultados en la votación en el pleno del Senado</b>				
<b>Partido</b>	<b>A favor</b>	<b>En Contra</b>	<b>Abstención</b>	<b>Total</b>
PRI	44	12	1	57
PAN	31	11	3	45
PRD	0	15	0	15
PVEM	5	0	0	5
Independientes	2	1	0	3
Ausentes	Sin datos para especificar.			3
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>39</b>	<b>4</b>	<b>128</b>

Elaboración propia<sup>52</sup>

<sup>48</sup> Miguel Ángel Granados Chapa. “La dictadura televisiva”, *Reforma* 21 de abril de 2006.

<sup>49</sup> Ibidem.

<sup>50</sup> Jenaro Villamil “El servilismo” *Proceso*. núm. 1534 Marzo 2006.

<sup>51</sup> El Universal, 31 de marzo de 2006,

#### **4.4 El Conflicto por las estaciones “COMBO”**

El avance tecnológico, la concentración de la radio en unos cuantos grupos, los cambios en hábitos de consumo de los radioescuchas, han ido confinando a las estaciones de AM a una situación de atraso, esto ha puesto a algunos de los radiodifusores de AM, en la necesidad de vender sus estaciones (ya sea de manera parcial o total), o de plano afiliarse a algún grupo radiofónico importante, tanto por las dificultades de inversión para la modernización de sus equipos, como por la baja que han sufrido en términos de audiencia.

Pero hay unos radiodifusores que intentan sobrevivir y adaptarse a los nuevos tiempos, por ello surgió la demanda de incluir en las modificaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión, un apartado en donde el Estado se comprometiera a otorgar temporalmente una estación en la banda de FM a las estaciones de AM (estaciones “combo”), para que algunos radiodifusores de AM pudiesen sobrevivir.

Tras la aprobación de reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión en la Cámara de Diputados en diciembre de 2005, la Asociación de Radiodifusores Independientes Organizados (Radio AC) liderada por Roque Chávez López comenzó a participar activamente, pues con la nueva ley se afectaba sus intereses. Entre los objetivos de esta organización figuran: establecer límites a la concentración de concesiones, luchar por que se les entregue un canal adicional en FM, evitar la inversión extranjera directa o neutra en la industria de radio.

La organización disidente propone que de las 400 estaciones de AM que existen se autorice el uso del canal FM a 150 en el primer año y en un periodo de tres años más, se concluya con las estaciones restantes. Con esa propuesta cada una de las estaciones de los 80 concesionarios que están agrupados en esta asociación tendría en promedio una estación “combo”.

---

<sup>52</sup> En base a la información proporcionada en: “Cómo votaron los senadores la Ley de Radio y Televisión” disponible desde Internet desde: [http://www.javiercorral.org/article.php3?id\\_article=1397](http://www.javiercorral.org/article.php3?id_article=1397) , consultado en febrero de 2009

La organización aglutina 216 emisoras de AM (que representan el 70% de las emisoras de AM) propiedad de alrededor de 80 concesionarios de los estados de Sinaloa, San Luis Potosí, Michoacán, Tamaulipas, Chihuahua, Nuevo León, Jalisco, Yucatán, Chiapas, Tabasco y Sonora, (Sosa, 2003b). Muchos de los radiodifusores independientes que integran Radio AC son hijos de radiodifusores que participaron en el conflicto de los años 50's por la instalación de repetidoras.

Los integrantes de Radio AC no pretendían salirse de la CIRT, la organización hace un llamado a la unidad, pues se propone apoyar las acciones y actividades de la CIRT en la defensa de los intereses generales de la industria y que la cámara sea también un órgano de consulta del Estado para las cuestiones de radiodifusión. Los inconformes con la nueva ley arguyen lo siguiente: "La Cámara es de nosotros, porque somos los radiodifusores de primera generación, nuestros abuelos la constituyeron"<sup>53</sup>

Este objetivo aunque suene incongruente tiene mucho sentido, pues estos radiodifusores argumentan que uno de los problemas al interior de la CIRT es que en el consejo directivo solo figuran personajes afines a los grandes grupos, "el consejo directivo no representa todo el gremio de radiodifusores, ni lucha por defender los intereses de todos los radiodifusores pertenecientes a la CIRT"<sup>54</sup>.

Rogelio Azcárraga (Presidente del grupo Radio Formula), Francisco Gonzáles de grupo Multimedia, y Alejandro Burillo Azcárraga de Pegaso Radiocomunicaciones mencionaron que desde hace años no se les ha dejado ocupar un solo lugar de los 27 que tiene el consejo directivo; objetan que desde que murió Emilio "el Tigre" Azcárraga Milmo, se renovaron los cuadros directivos de la cámara y no existe ninguna intención de ver por toda la industria de radiodifusión, "Antes, cuando estaba el Tigre Azcárraga, tenía gente más sensible que lo representaba, pero desde que él ya no está, han llegado jovencitos que no conocen la realidad de nuestra industria"<sup>55</sup>.

---

<sup>53</sup> Entrevista en Radio Formula a Roque Chávez López. Disponible desde Internet en: <http://www.radioformula.com.mx/rf5000.asp?page=4&anio=2005&mes>, consultado en septiembre de 2007

<sup>54</sup> *Ibidem*

<sup>55</sup> El Universal, 14 de diciembre de 2005.

Munduata y Martínez<sup>56</sup> señalan que:

*Las organizaciones son sistemas compuestos por grupos e individuos con diversos intereses, por lo que el conflicto entre las partes que constituyen una organización es un aspecto inherente a la vida propia y dinámica organizacional.....En las organizaciones confluyen diferentes intereses y al mismo tiempo existen mecanismos normativos que sustentan la unidad organizacional.*

Con respecto al conflicto argumentan que:

*La tensión y el conflicto pueden ser estrategias organizacionales deseables, puesto que un conflicto puede resultar estimulante para impedir el estancamiento, la liberación de tensiones, fomentar la autocrítica y promover un cambio organizacional positivo; pero un conflicto también puede desencadenar en consecuencias dañinas o destructivas para la organización, pues un conflicto puede minar la cohesión de un grupo<sup>57</sup>.*

En las organizaciones, cuando un grupo considera que sus intereses no están siendo representados, pueden hacer uso de dos opciones, *la salida o la voz*<sup>58</sup>; la salida es un recurso que se puede ejercer en un contexto marcado por la inexistencia de otras opciones organizacionales a las cuales adherirse. En el caso de los radiodifusores independientes este recurso no tiene mucho sentido, pues la cámara se ha posicionado como una organización de escala nacional, y no hay otras organizaciones que luchen por la defensa de la industria de radio y televisión.

Así pues la voz se muestra como un recurso valioso, para todo aquel miembro que considera que sus intereses no están siendo bien representados y que la organización se esta

---

<sup>56</sup> Lourdes Munduate Jaca, y José M. Martínez Riquelme, *Conflicto y negociación*, Editorial Pirámide, Madrid 1998. pág. 25.

<sup>57</sup> *Ibidem* pág. 27

<sup>58</sup> Albert Hirschman. *Salida, voz y lealtad*, México Fondo de Cultura Económica 1977, 189 pp.

conduciendo de forma errada, así para este tipo de miembros la voz es un recurso más viable que la salida, pues en principio consideran que pierden más al salirse la organización que seguir adscritos a ella, así se activa el mecanismo que Hirschman denomina *lealtad*:

La lealtad o las barreras institucionales específicas a la salida, resultan particularmente funcionales siempre que el uso eficaz de la voz requiera gran inventiva social, mientras que la salida es una opción totalmente abierta pero no eficaz<sup>59</sup>.

La lealtad pospone la salida, pero su existencia se basa en la posibilidad de salida. El hecho de que aún el miembro más leal pueda retirarse, es a menudo parte importante de su poder de negociación frente al organismo “amenaza de salida”, así la voz puede funcionar eficazmente como mecanismo de recuperación<sup>60</sup>.

Estos conceptos serán de gran utilidad líneas más adelante cuando se aborden los soportes de unidad que existen entre los agremiados a la CIRT.

Dentro del marco normativo que regula en su interior a la CIRT, hay varios mecanismos propios de la organización que posibilitan que los grandes grupos controlen la agenda de la cámara, reglas formales que facilitan que ellos afiancen los órganos de dirección de la organización y dicten así el rumbo de la cámara. Los dos órganos más importantes de la cámara son la Asamblea y el Consejo Directivo.

Según los estatutos de la CIRT el órgano supremo es la asamblea general, pero esto es solo en apariencia, pues el consejo directivo de la CIRT es el que en los hechos funge como autoridad máxima<sup>61</sup>, en los estatutos de la CIRT el consejo directivo goza de amplias facultades.

---

<sup>59</sup> *Ibidem* pág. 82.

<sup>60</sup> *Ibidem* pág. 83.

<sup>61</sup> En 1970 el consejo directivo de la CIRT se fortalece como resultado de un proceso de reestructuración de la cámara, en él se formularon nuevos estatutos en los que se fortalecía el papel del dirigente del Consejo Directivo y del presidente de la CIRT, se otorgó a estos la facultad de delinear la política de la cámara lo que implicaba que la Asamblea no determinaría dicha política, o sea en la Asamblea se pueden votar los asuntos que atenderá la cámara, pero el que tiene la última palabra es el Consejo Directivo. Fernando Mejía Barquera, “La industria de la radio y la televisión y la política del estado Mexicano (Orígenes y desarrollo)”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. FCPYS México 1981

El Consejo directivo se integra por 27 consejeros, los cuales cumplen la función de representar a los afiliados, los consejeros son repartidos de la siguiente manera: un presidente, ocho vicepresidentes, el primero nombrado primer vicepresidente y siete restantes son sólo vicepresidentes; un secretario, un Prosecretario, un tesorero, un pro tesorero y 14 vocales consejeros. Según los estatutos de la CIRT las decisiones se toman por mayoría en donde cada concesionario representa un voto, pero la evidencia empírica, que desarrollaremos líneas más adelante, nos indica que hay una falta de representación de los concesionarios en la organización.

El presidente del consejo directivo debe defender y gestionar los acuerdos del consejo directivo, así como los intereses y el buen funcionamiento de la cámara. A su vez el consejo directivo tiene una enorme concentración de funciones. Su presidente tiene la facultad de conocer los asuntos de todos los comités y comisiones de trabajo dentro de la CIRT, el artículo 50 de sus estatutos dice que el presidente de la cámara será miembro de todos los comités y comisiones. Los vicepresidentes fungen como representantes auxiliares del presidente en todos los comités y comisiones.

En ese sentido existe un doble nivel de representación de los agremiados a la CIRT. Así pues, en realidad la toma de decisiones de los asuntos más importantes no se toma en un órgano en el cual todos los concesionarios están representados y que tienen derecho a voz y voto, como lo es la asamblea, sino en el consejo directivo, esto es de suma importancia ya que:

“En el proceso de toma de decisiones las organizaciones definen el curso de la organización, es decir lo relativo a sus fines, su agenda y sus políticas; sus reglas de operación interna, el uso de sus recursos y la selección de sus dirigentes, en la toma de decisiones se fijan también los planes y acciones estratégicas para lograr lo que la organización se propone”<sup>62</sup>.

---

<sup>62</sup> Matilde Luna y Ricardo Tirado, “Modos de toma de decisiones en las asociaciones y desempeño político” *Revista Mexicana de Ciencia Política* V47 #193 mayo 2005 Pág. 61



La toma de decisiones al ser el espacio en donde se establecen metas y se asegura su cumplimiento, tiene que ver con la constitución de la legitimidad interna de la organización, la toma de decisiones suscita una dinámica y una tensión en la que se ponen en juego además de la movilización de recursos, los conflictos, en cuanto a los intereses y valores que privan en la asociación<sup>63</sup>.

En diciembre de 2005 al ser público el rechazo de varios radiodifusores de AM a la nueva ley, la CIRT acordó no reanudar el cabildeo con la Cámara de Senadores hasta que no existiera una postura unánime entre todos los radiodifusores<sup>64</sup>, la cual se fijaría en sesión del Consejo Directivo el 10 de enero de 2006.

Pero al llegar ese día, la reunión se canceló de última hora sin explicación alguna; así lo señaló Roque Chávez López, dirigente de Radio AC, y no se explicaron razones. La reunión se volvió a programar para el 17 de enero, pero se volvió a cancelar por lo que se reprogramó para el día 24 de ese mes y año.

La dirigencia de la CIRT aplazó la reunión para agotar el tiempo en que ésta fijaría postura y para que se acercara más la fecha en que el Senado comenzaría su periodo de sesiones (15 de febrero) y la discusión de las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión. Pues de esa forma los radiodifusores inconformes tendrían menos tiempo de incorporar sus demandas en las discusiones del Senado. Los radiodifusores independientes no cuentan con la experiencia en cabildeo y los contactos políticos que ellos gozan.

Para el 28 de enero, la CIRT anunció a legisladores y funcionarios que los concesionarios habían llegado a un acuerdo y avalaban la minuta enviada al Senado. Como resultado del acuerdo la dirigencia de la CIRT se comprometió solamente a “buscar garantizar” que los radiodifusores de AM accedieran a la digitalización con estaciones de FM. Según ellos en la reunión del 24 de enero, el consejo directivo de la CIRT acordó por unanimidad respaldar la minuta aprobada por los diputados en diciembre de 2005<sup>65</sup>.

---

<sup>63</sup> *Ibidem*. Pág 62.

<sup>64</sup> El Universal, 12 de enero de 2006.

<sup>65</sup> El Universal, 28 de enero de 2006.

Pero esta fue una estrategia un tanto tramposa de parte de la dirigencia de la CIRT, puesto que en realidad no todos estuvieron de acuerdo con esta resolución. El consejo directivo está integrado por 27 consejeros, de los cuales 23 son concesionarios de las televisoras y de grandes cadenas de radio, por lo que solamente hubo cuatro consejeros que estuvieron en contra, de los cuales tres son radiodifusores independientes y uno del grupo Radio Formula.

Lo que sucedió fue que a los radiodifusores independientes se les mostró una carta en donde se hacía mención a las estaciones combo, lo cual dio gusto a éstos, pero sin existir ningún mecanismo que obligara a la CIRT a luchar por la inclusión de las estaciones combo en un artículo transitorio de la ley.

Días más tarde Roque Chávez dirigente de Radio AC, informó que cayeron en una trampa. En la reunión del 24 de enero, primero se planteó votar por avalar las reformas aprobadas en la Cámara de Diputados, en esa votación 23 votaron a favor, dos en contra y dos más se abstuvieron. Al no obtener unanimidad, se replanteó la votación y se pidió hacer explícito un apoyo a los radiodifusores de AM, situación que logró unanimidad.

Pero la dirigencia de la CIRT después de esa reunión, y durante el cabildeo con integrantes del Senado, no luchó por ese punto, los radiodifusores al no observar apoyo por parte de la CIRT, comenzaron a cabildar con miembros del Senado para que se incluyera un artículo transitorio en donde se otorgaran las frecuencias “combo”.

La ley se aprobó sin incluir la asignación de frecuencias combo a los radiodifusores independientes. Pero hubo un intento por corregir deficiencias a la ley, que llamaron “Reformas paralelas”, en ellas se incluye la posibilidad para que los radiodifusores independientes de AM adquieran un canal adicional en FM. El artículo tercero transitorio establece, la posibilidad para que por medio de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), se asigne temporalmente, frecuencias adicionales a los operadores de radiodifusión para llevar a cabo la "introducción de nuevas tecnologías"<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup> Ver El Universal, 11 de abril de 2006

Lo anterior nos muestra que la premura por la aprobación de las leyes federales de radio, televisión y telecomunicaciones era en primer instancia, la elevación a rango de norma jurídica, las pretensiones (por parte de las grandes televisoras, particularmente Televisa y los grupos radiofónicos) de asegurar las condiciones para que estas empresas pudieran realizar los negocios que la convergencia tecnológica permite, además un motivo político estuvo inmerso: era de gran importancia aprobar las leyes antes de que se llevarán a cabo las elecciones presidenciales de julio de 2006, obviamente las televisoras no se iban arriesgar a tratar posteriormente este asunto con el presidente entrante, pues durante el sexenio de Vicente Fox los concesionarios de radio y televisión gozaron de enormes privilegios.

Así todos los demás asuntos que se hubiesen quedado pendientes sobre la ley, incluido la cuestión de las estaciones combo se arreglarían después con las “Reformas Paralelas”.

El conflicto por las estaciones combo evidencia que al interior de la CIRT se ha llevado a cabo una renovación en sus cuadros<sup>67</sup> favoreciendo a las empresas televisoras y los grupos de radio mas importantes (Ver cuadro 4), durante el conflicto en cuestión, (según los radiodifusores independientes) de los 27 lugares que tiene el consejo directivo de la CIRT, solo cuatro lugares fueron ocupados por concesionarios que no pertenecen a las grandes empresas.

La CIRT y los grandes grupos pusieron mucho empeño en representar una imagen de unidad del gremio para que las reformas a la ley federal de radio y televisión se aprobaran en los términos en los que se aprobó la minuta en la cámara de diputados en diciembre de 2005. Es importante hacer notar que los estatutos de la Cámara fueron modificados en octubre de 2006, y en uno de los puntos modificados se observa que hacen mucho énfasis a la cuestión de unidad del gremio. Esto seguramente tiene relación con el conflicto entre

---

<sup>67</sup> Resulta interesante mencionar la salida de César Hernández Espejo quien era el director general. Se cree que su salida se debió a diferencias con altos funcionarios de Televisa, quienes se han apropiado de los puestos directivos de la CIRT. Gabriel Sosa Plata “El engaño de las Reformas Paralelas” En *El Universal* 11 de Abril de 2006.

radiodifusores suscitado en el contexto de la reciente reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, veamos algunos de ellos:

Por ejemplo, existe una diferencia entre los estatutos aprobados en 2001 y los estatutos reformados en 2006; en el artículo 21 de los estatutos que se refiere a las obligaciones de los afiliados, se añadió un inciso a los siete estipulados en los estatutos de 2001, el inciso que se agrega dice: "Son obligaciones de todos los afiliados.....VII. Preservar la unidad de la industria, reconociendo que la cámara es la institución que representa y defiende los intereses de sus afiliados".

Las reformas paralelas contienen un artículo transitorio en donde al parecer se retoman las demandas de los radiodifusores independientes. Pero esto no es más que una estrategia de los grandes grupos para calmar a los disidentes, crear la imagen de que el conflicto se resolvió y de que existe unidad del gremio. Esto muestra un uso tendencioso, si bien en el artículo transitorio se habla de la asignación de frecuencias adicionales a los operadores de radiodifusión para llevar a cabo la "introducción de nuevas tecnologías", esto sólo muestra un uso tramposo de la redacción de la ley. Los radiodifusores independientes con este artículo creen que se solucionó su problema pero en realidad no es así.

Con ello los radiodifusores independientes creen haber conseguido la posibilidad de sobrevivir y competir en el mercado de radio en México, pero posiblemente no sea así. Originalmente se hablaba de adoptar el sistema estándar europeo Eureka 147, en el cual las estaciones AM se volverían obsoletas y se necesitaba una frecuencia en FM para transitar a la convergencia digital sin problemas. Pero elegir esta opción obligaba a los operadores de radio a someterse a una licitación para ser beneficiarios de los "canales espejo" (frecuencias Combo), en los cuales llevarán a cabo las transmisiones digitales. De esta manera se pondría en igualdad de condiciones a los operadores de radio con los de la televisión<sup>68</sup>. Todo parece indicar que el modelo que se adaptará en México será el modelo estadounidense.

---

<sup>68</sup> Gabriel Sosa Plata, "Ley Televisa: las traiciones y el silencio", *El Universal* 28 de mayo de 2006.

El modelo estadounidense IBOC, conocido como “HD Radio”, no necesita que los concesionarios y permisionarios cuenten con "canales espejo", pues esta tecnología permite transmisiones digitales de calidad en las mismas frecuencias asignadas en las bandas de AM y FM, esta tecnología es asequible para quien pueda pagarla.

Sosa<sup>69</sup> nos explica que los grandes grupos radiofónicos nunca estuvieron de acuerdo con la política de impulso a las emisoras de AM, ya que para ellos significaría colocar a un importante número de emisoras en igualdad de condiciones técnicas, el fomento de una mayor competencia y una nueva correlación de fuerzas en el mercado radiofónico.

El conflicto solo se diluyó temporalmente, pues las diferencias al interior de la CIRT siguieron. La promesa de las estaciones combo a través un artículo transitorio en las reformas paralelas quedó congelado. Hasta la primera mitad de mayo de 2007, los radiodifusores independientes se mantuvieron en descontento, pero a finales de ese mes los radiodifusores dieron un voto de confianza al líder de la cámara Enrique Pereda “hemos decidido cerrar filas y mantener la unidad en torno nuestro líder”<sup>70</sup>.

Pero en agosto de 2007 el conflicto y la división volvieron a brotar, pues directivos de Radio AC, Roque Chávez y Heriberto Guizar Ayala, conformaron una convocatoria abierta entre todos los concesionarios de radio de la República para formar una Cámara Nacional de la Industria de la Radio (CIR), al principio se constituiría el 15 de agosto de ese mismo año<sup>71</sup>, pero se determinó esperar a los meses siguientes, hasta estar seguros de alcanzar el 25% de los industriales requerido para llevar a cabo esa acción. Hasta el momento en que se escriben estas líneas, Radio AC tenía solo el 18% de la industria.

Lo que motivó esta decisión fue que los radiodifusores independientes siguen percibiendo que al interior de la cámara están siendo representados sólo los intereses de las televisoras y de los grandes grupos. Funcionarios de las televisoras llegaron a argumentar “la televisión

---

<sup>69</sup> Ibidem.

<sup>70</sup> Op. Cit.

<sup>71</sup> Javier Corral Jurado, “Descontento en la CIRT”, *El Universal* 7 de agosto de 2007.

no tiene problemas, ya consiguió la transición digital, que se preocupen los radiodifusores, ya que su digitalización está en duda”<sup>72</sup>.

Aún no se sabe como desembocará el conflicto, si los radiodifusores independientes lograran conformar una nueva cámara nacional de radio y harán uso del recurso de salida.

Pero, ¿por qué la insistencia de ambos bloques enfrentados por mantener la unidad? La unidad de la CIRT estaba basada en reglas instituidas a lo largo de la historia de la industria de radio y televisión, los agremiados reproducían una práctica institucionalizada: el consenso.

El consenso se basó en el objetivo que dio vida y permanencia a la CIRT: defender los intereses generales de la industria, pues a pesar de que los grandes grupos de radio y televisión han dirigido la agenda de la industria, a los radiodifusores pequeños también les tocaban algunos beneficios comunes. Como lo vimos en el conflicto por las estaciones repetidoras toda acción que desplegaba la organización tenía que ser respaldada. Por este hecho, los grandes grupos se preocupaban por no trastocar la unidad gremial.

Pero el avance tecnológico, las crisis económicas, los cambios en los hábitos de las audiencias han impactado en el modo de operar de las empresas de la industria, y las contradicciones propias de las organizaciones empresariales se han agudizado, como señala Cristina Puga<sup>73</sup>:

“en la acción colectiva de los empresarios hay una contradicción implícita: el empresario se caracteriza por una actividad orientada por la competencia y el trabajo individualizado. Pese a ello, en ocasiones busca la acción colectiva en la defensa o persecución de sus intereses, pero por lo mismo, probablemente su

---

<sup>72</sup> Ibidem.

<sup>73</sup> Cristina Puga. “Desempeño de asociaciones en esferas sociales distintas. Tres estudios de caso” en: Luna Matilde y Cristina Puga *Acción colectiva y organización: estudios sobre desempeño asociativo*, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM 2008.

identidad mayor es hacia su empresa. La asociación es ante todo una construcción útil a sus intereses y no un espacio de trabajo colectivo”

Así pues las grandes empresas de radio y televisión antes de ver por lo intereses generales de la industria tienen que velar los intereses de sus empresas. Los pequeños radiodifusores que durante años se vieron beneficiados de algunos beneficios comunes, ahora se encuentran en la total desprotección.

La CIRT se mantuvo unida porque servía para los fines de los distintos tipos de empresarios que la componen:

Para las grandes empresas fungió como un órgano que les dotaba de legitimidad externa ante el gobierno, a través de la cámara se podían presentar propuestas de modificación a los marcos jurídicos que rigen a la industria, que tenían el peso de ser propuestas de todo el gremio, y de esta manera podían controlar la agenda de la industria y de la cámara.

A las pequeñas empresas, la CIRT otorgaba una serie de beneficios tales como: asesoría técnica, legal, fiscal y administrativa; es decir la CIRT ayudaba al buen funcionamiento de sus empresas. Ellas al tener una participación marginal en la organización<sup>74</sup>, aceptaron implícitamente que las grandes empresas dirigieran la agenda de la industria y la organización, siempre y cuando les tocaran beneficios comunes.

A las grandes empresas les convenía tener en la organización a la gran mayoría de concesionarios de radio y televisión, y a los pequeños les convenía estar adscritos a una organización donde figuraran grandes empresas como Televisa, porque a ambos les daba mayor peso y capacidad de negociación ante las autoridades. A los grandes para construir marcos regulatorios favorables a la expansión de sus industrias y a los pequeños porque así se podían defender ante autoridades locales o estatales ante lineamientos o políticas que afectaran la operación de sus empresas.

---

<sup>74</sup> Para un pequeño radiodifusor es muy difícil dedicar tiempo a las actividades gremiales, pues el tamaño de su empresa requiere que invierta una gran cantidad de tiempo en el buen funcionamiento de ésta.

La división en la CIRT se ha dado porque cada vez es más difícil para las grandes empresas armonizar sus pretensiones expansivas con los intereses generales de la industria. Los avances tecnológicos han impactado en la industria llevándola a procesos cada vez más acentuados de concentración de propiedad y fusión de capital, esto hace que las empresas no respeten el consenso cimentado en la unidad en la CIRT. Las grandes empresas controlan los puestos claves de la CIRT y no han dejado que haya mayor representatividad por parte de concesionarios independientes (ver cuadro 5).

Si no se generan nuevas reglas de convivencia entre las grandes empresas de radio y televisión y entre los radiodifusores independientes, no será posible que la cámara se mantenga unida. Las diferencias, los intereses y las demandas de los distintos grupos son cada vez más divergentes, lo cual ha dejado poco margen para que una organización empresarial como esta subsista.

Cuadro 5. Consejo directivo CIRT 2007-2008		
Nombre	Cargo en la CIRT:	Empresa a la que pertenece:
Enrique Pereda Gómez	Presidente del Consejo Directivo de la CIRT	Es hijo de uno de los dueños de Radiorama Adrián Pereda López
Javier Tejado Dondé	1er Vicepresidente Consejo Directivo de la CIRT	Es director de información y asesor jurídico de Televisa
Francisco Ibarra Fariña	Vicepresidente	Vicepresidente de Grupo ACIR es hijo de Francisco Ibarra López (Presidente de Grupo ACIR Nacional),
Carlos Aguirre Gómez	Vicepresidente	Director General de Grupo Radio Centro, SA
Ernesto Vidal Córdova	Vicepresidente	Vicepresidente de Relaciones Institucionales de TV Azteca, durante el sexenio de Vicente Fox fungió como enlace entre la



		presidencia y TV Azteca al ser funcionario de alto nivel en la Coordinación General de Comunicación Social en Los Pinos.
Rogelio Azcárraga Madero	Vicepresidente	Presidente de Grupo Radio Formula
Edilberto Huesca Perrotín	Vicepresidente	Director General Asociado de Núcleo Radio Mil
Alejandro Vargas Guajardo	Vicepresidente	Presidente de Frecuencia Modulada Mexicana, S.A. de C.V. / MVS RADIO.
José Bonilla Robles	Vicepresidente	Técnico en Electrónica ha sido locutor y es propietario de una cadena de radiodifusoras en Zacatecas.
Alberto Sáenz Azcárraga	Secretario	Es hijo de Rogelio Azcarraga dueño de Grupo Radioformula
Karen Sanchez Abbot	Tesorero	Comisario Asesor de la Asociación de radiodifusores del Valle de México, Vicepresidente de operaciones de Grupo Siete (pertenecen a esta empresa EXA FM, Universal Estéreo, el canal 2 de hermosillo, que transmite la programación de Galavisión y el canal 7 de Nogales Sonora, que transmite programación híbrida de Televisa.

Enrique Canales Cerón	Protesorero	Trabaja para Televisa cargo no especificado.
Arturo Zorrilla Martínez	Consejero	Representante Legal del concesionario Ultravisión, SA de CV, esta empresa pertenece al Grupo Zoma Telecom
José Antonio Padilla Longoria	Consejero	Trabaja con TV Azteca y en el Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones, (IDET) <sup>75</sup> .
José Manuel Aguirre Gómez	Consejero	Consejero administrativo del Grupo Radio Centro.
Andrés García Gamboa	Consejero	Director General Adjunto de Grupo Servicios Informativos y Publicitarios del Sureste (SIPSE), tiene presencia en Campeche (La Comadre 98.5 FM y KISS FM 98.9 FM y con transmisión simultánea en 1280 AM) Yucatán (Amor 100.1, KISS FM 97.7 FM; SIPSE TV canal 2 con programación de Televisa) en Cancún la televisora TV CUN canal 13
Rolando González Treviño	Consejero	Núcleo Radio Mil y Televisión de Monclova;
Antonio Grajales Farías,	Consejero	Concesionario de la estación Radio Oro de Puebla

<sup>75</sup> Este instituto se caracterizó por plantear misma opiniones que las grandes empresas en relación a la “Ley Televisa”

Gustavo Astiazarán Rosas	Consejero	Grupo Uniradio, estaciones radiodifusoras con presencia en Tijuana Nogales, Hermosillo y Cd. Obregón
Sara Laris Rodríguez	Consejero	Grupo RASA (Radiodifusoras Asociadas) 61 frecuencias afiliadas y mantiene nexos comerciales con más de 140 emisoras a lo largo y ancho de la República Mexicana,
Javier Mérida Guzmán	Consejero	Televisa Radio
Carlos Sesma Mauleón	Consejero	Miembro Fundador del Instituto del derecho de las Telecomunicaciones
Luis Arnoldo Cabada Alvidrez,	Consejero	Director general de Canal 66, televisión Independiente en Mexicali, Baja California; este canal pertenece al Grupo Intermedia es el único representante autorizado por la empresa Google
Eduardo Andrade Sánchez	Consejero	Político, jurista y locutor mexicano (Radio Hispana 1470 XERCN), antiguo miembro del PRI ha sido en varias ocasiones Diputado Federal y Senador. Ha ocupado cargos directivos en Televisa, fue Jefe de Información Deportiva, en Televisa, del año 1973 a 1976 Vicepresidente de la Asociación Nacional de Locutores

		de México, de 1974 a 1975, y Secretario de Radio y Televisión del Comité Ejecutivo Nacional de la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP) del PRI, de 1975 a 1978, participando muy intensamente en la actividad sindical de la televisión.
Mario Pintos Gutiérrez	Consejero	Director de Relaciones Institucionales En Excelsior
Javier Pérez de Anda	Auditor propietario	Presidente de Radiorama

## Conclusiones

La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión es una agrupación de corte gremial, heterogénea, compuesta por grandes grupos de radio, y las dos empresas de televisión más grandes de México: Televisa y TV Azteca, pero en su interior figuran también (al menos hasta que no se salgan y formen una nueva cámara) una gran cantidad de radiodifusores independientes, empresas radiofónicas que no pertenecen a ningún grupo radiofónico.

El primer tipo de empresas, las más grandes, los que se denominan aquí como *concesionarios líderes de la agenda*; se caracterizan por tener recursos propios que las diferencian de otro tipo de empresas, tienen recursos económicos, como el capital, estas empresas están bien informadas acerca de los adelantos tecnológicos en la rama e incluyen esas mejoras para captar mayores audiencias. Y cuentan con amplios recursos políticos, ellas tienen acceso a las más altas esferas de gobierno para incidir favorablemente a sus intereses. El llamado *derecho de picaporte*<sup>1</sup>. Este tipo de empresas han consolidado el liderazgo en la industria, en ellas reside una preocupación primordial: la expansión de sus empresas y la acumulación de capital.

El segundo tipo de empresas *los concesionarios independientes*, son pequeños concesionarios que tienen una o pocas frecuencias, carecen de recursos, capital, de tiempo, de atención, de información y de cultura asociativa, pero últimamente tuvieron participación más activa al interior de la cámara, factores que las identificaron como el hecho de no pertenecer a grupo radiofónico alguno y ser radiodifusoras de Amplitud Modulada lo cual les ayudó a formar la organización denominada Radio AC. Este tipo de concesionarios tienen que sortear mayores obstáculos pues no tiene gran capital, por lo que sus estaciones funcionan con tecnología obsoleta sus programas no tienen gran alcance y funcionan más bien en el plano local.

---

<sup>1</sup> Los directivos de estas empresas, pueden reunirse con altos funcionarios, figuras políticas o con el Presidente de la República sin mayores problemas.

Una de las preguntas que me orientaron el desarrollo de esta tesis fue ¿para qué sirve la cámara a sus asociados? Lo que encontré fue que:

- Para *los concesionarios líderes de la agenda*, la CIRT es un instrumento legitimatorio de un modelo de industria de radio y televisión que privilegia el criterio comercial, donde están presentes la expansión empresarial y la acumulación de capital. La cámara le da a este tipo de empresas voz para influir sobre las políticas de radio y televisión que el Estado materializa en lineamientos jurídicos, pues las propuestas son presentadas como propuestas de todo el gremio, no de una sola empresa. En coyunturas cuando las grandes empresas quieren impulsar a través de la cámara un asunto en particular, movilizan sus recursos políticos, tienen legisladores afines a sus intereses en el Congreso de la Unión. Los altos empleados de éstas ocupan los cargos directivos de la CIRT, y se movilizan para construir alianzas con el objetivo de que sean aprobados los lineamientos jurídicos favorables a sus intereses.
- A *los concesionarios independientes*, la CIRT otorgaba una serie de beneficios tales como: asesoría técnica, legal, fiscal y administrativa; es decir la CIRT ayudaba al buen funcionamiento de sus empresas. Su pertenencia a la cámara les otorga peso ante el gobierno, pues si una autoridad gubernamental afecta sus intereses la CIRT puede interceder por ellas dotándoles de asesoría legal. Esa autoridad lo pensará dos veces antes de echarse encima a todo el gremio de radiodifusores.

Por ello ambos tipos de concesionarios mantuvieron la unidad gremial ya que tradicionalmente ambos salían beneficiados. A las grandes empresas les convenía incluir en la organización a la gran mayoría de concesionarios de radio y televisión, y a los pequeños les convenía estar adscritos a una organización donde figuraran grandes empresas como Televisa, porque ambos lograban mayor peso y capacidad de negociación ante las autoridades. A los grandes para construir marcos regulatorios favorables a la expansión de sus industrias y a los pequeños porque así se podían defender ante autoridades locales o estatales ante lineamientos o políticas que afectaran la operación de sus empresas.

Durante el conflicto entre radiodifusores del centro y de las regiones en los años cincuenta fue cuando se evidenció una tendencia que caracterizaría al gremio de radiodifusores hasta los años ochenta, y que también cimentó su unidad, es decir se consolidó una práctica entre los radiodifusores: *los concesionarios líderes de la agenda* por estar mejor posicionados tanto económica como políticamente se adjudicaron la facultad de dirigir la agenda de la industria, sus intereses se armonizaban con la lógica de la industria: conseguir marcos regulatorios favorables para el crecimiento de la industria aseguraba el crecimiento de sus empresas. *Los concesionarios independientes aceptaron* implícitamente que las más grandes empresas dirigieran, pues los beneficios que conseguían los primeros beneficiaban también a los segundos.

Hasta los años cincuenta la Cámara sirvió también como un instrumento que se dedicaba a armonizar los intereses de las grandes empresas con los de las pequeñas, esto era posible pues la industria de radiodifusión hasta los años ochenta fue un vehículo eficaz que permitía la circulación de capitales, y todos los radiodifusores tenían asegurados márgenes de ganancia atractivos, obviamente si hacían un manejo eficiente de sus empresas claro está.

Pero ahora es muy difícil que la CIRT siga cumpliendo ese papel. A partir de los ochenta cuando cambiaron las reglas del juego, cuando el modelo económico se orientó en mayor medida hacia fuera, las diferencias entre las empresas se hicieron más evidentes. Ahora la contradicción que trae implícita la acción colectiva empresarial se hace más evidente; a *los concesionarios líderes de la agenda* no les importa conseguir marcos regulatorios favorables para el crecimiento de la industria en general, ellos ya tienen un crecimiento tal, que sólo les interesa expandir sus respectivas empresas, por lo que luchan por marcos regulatorios que aseguren sólo el crecimiento de las empresas mejor posicionadas.

La división en la CIRT se ha dado porque cada vez es más difícil para las grandes empresas armonizar sus pretensiones expansivas con los intereses generales de la industria. Los avances tecnológicos han impactado en la industria, llevándola a procesos cada vez más acentuados de concentración de propiedad y fusión de capital; esto hace que las empresas

no recurran al consenso. Ahora hacen un uso más frecuente de la imposición más que de la negociación, y de la práctica de disciplinar a sus miembros, mediante chantajes o amenazas.

Entre las principales estrategias que ha seguido la CIRT, se encuentran:

Insertarse eficazmente a los debates y proponer ante el Estado las líneas que debe de seguir a la política de radio y televisión.

Hacer uso de su influencia ante los órganos del Estado que tienen relación con las telecomunicaciones en México. Muchas veces altos directivos de la CIRT han sido empleados de la burocracia estatal.

A través de la presión o el chantaje ha logrado cooptar a empleados de la burocracia federal que defienden férreamente sus intereses en órganos facultados para estudiar, normar o vigilar cuestiones relativas a la radio y televisión. Además de que tradicionalmente ha sido común que personajes que participan en política, a su vez sean concesionarios o toman parte en la industria.

La cámara maneja eficazmente los conflictos al interior. La CIRT funge como conciliador de intereses. Sí surge algún conflicto, busca la manera de solucionarlo, armonizando los intereses entre los concesionarios que sientan agredidos sus intereses, pero es notable que su prioridad es sacar adelante los puntos de acción propuestos por los concesionarios líderes de la agenda. Es decir disciplina a sus miembros, marcando la ruta a seguir y convenciéndolos de que esa es la mejor ruta a seguir, porque es mejor ir todos juntos que estar divididos, pues la capacidad de acción colectiva puede perder fuerza, pero la disciplina de sus miembros está enormemente apoyada de una regla histórica que tiene que ver con la unidad: que haya beneficios reales para todos o la gran mayoría de los miembros.

En cuanto a las relaciones entre los concesionarios y el Estado encontramos que:

Durante el México pos revolucionario, los medios de comunicación servían al Estado y a todas sus instituciones para fines propagandísticos. Bajo el garante de que si los



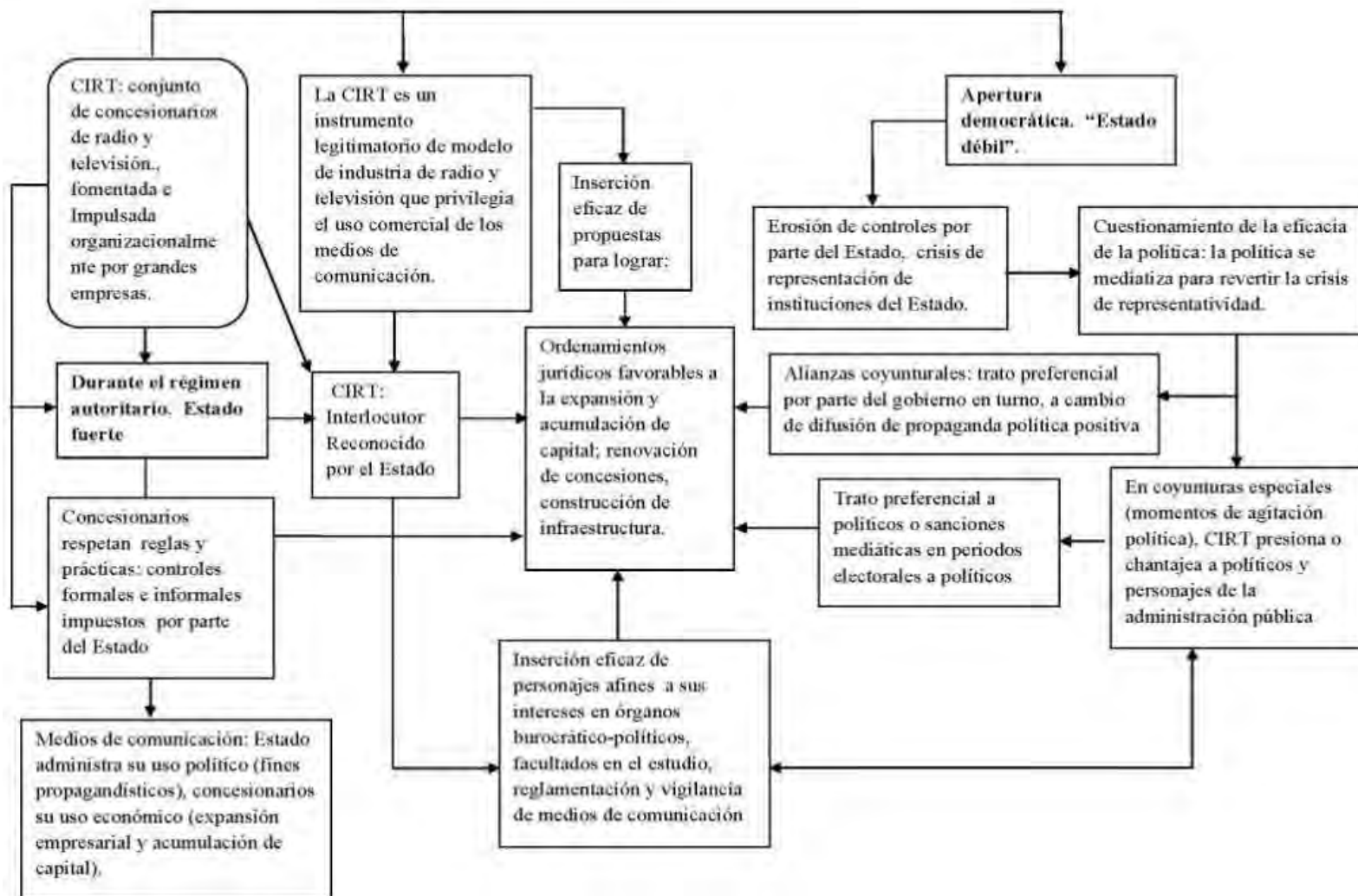
radiodifusores no se metían en política tenían asegurados beneficios y privilegios de índole económica que les traerían jugosas ganancias.

Pero el cambio político impactó las reglas del juego. La alternancia política en la Presidencia de la República, es decir el triunfo de un partido diferente, quitó a los concesionarios la obligación de establecer pactos sólo con el PRI, en Televisa ya no somos soldados del presidente, diría Emilio Azcárraga Jean. Todo parece indicar que las alianzas son coyunturales, se tienen que renovar cada seis años o según convenga a los intereses de los grandes consorcios mediáticos. El actual gobierno de Felipe Calderón está comprobando esta tendencia. El trato debe ser de presidente a presidente, le comunicaba Calderón a Azcárraga Jean, al comienzo de su mandato.

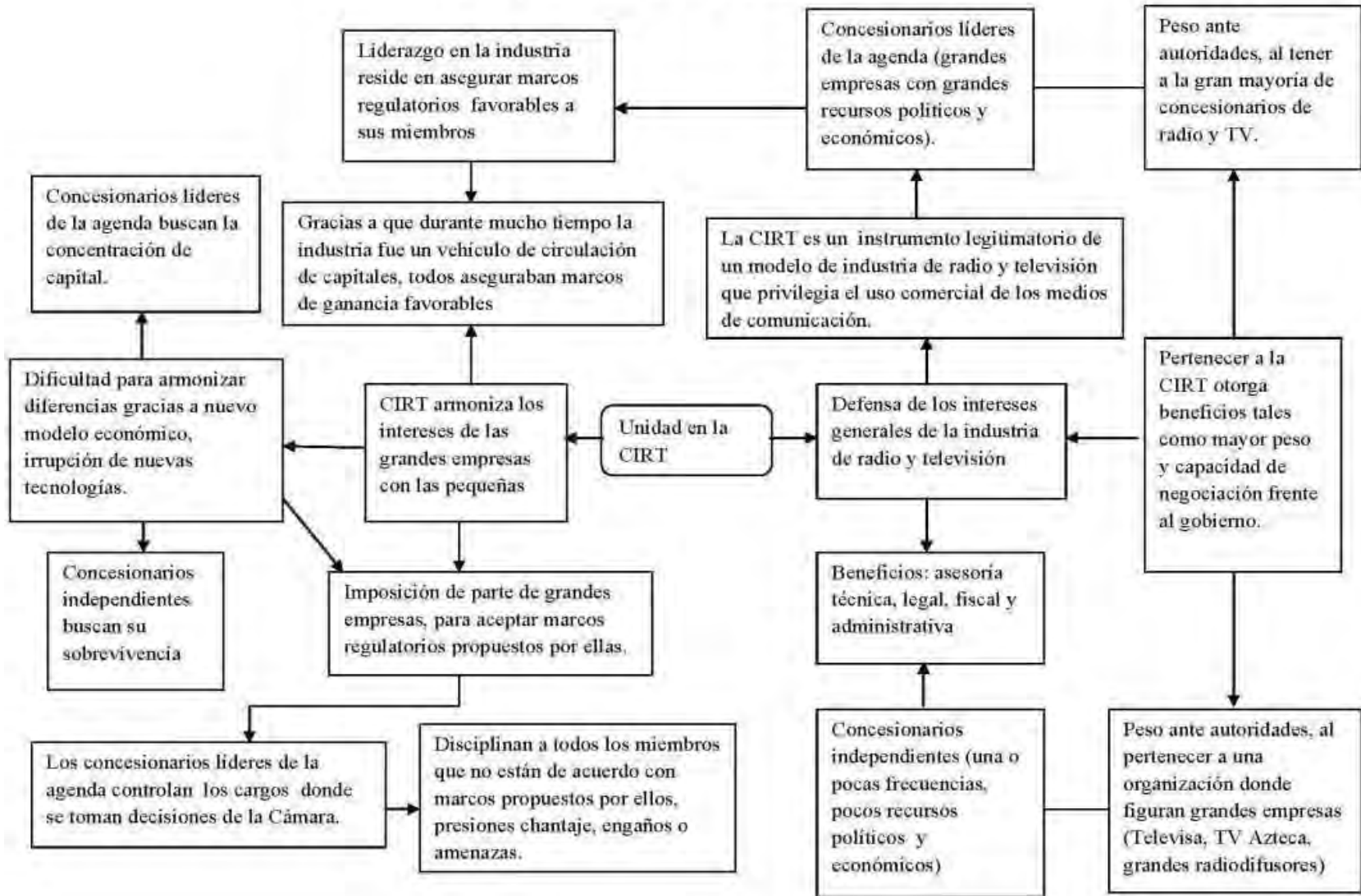
Así los concesionarios se sacudieron de la obligación de dar únicamente espacios al PRI y al gobierno federal. Y se volvió un negocio rentable abrir sus micrófonos a las demás fuerzas políticas. Aunque cuando se necesita y conviene a sus intereses, los empresarios (sobre todo los de la televisión) cierran filas en torno al presidente.

La tradicional alianza de facto entre Estado y concesionarios, ya no es la regla que norma las relaciones entre ambos; el Estado ya no puede tener injerencia directa sobre los medios de comunicación. Actualmente los gobiernos en turno se han visto obligados a hacer alianzas coyunturales con los dueños de las empresas de radio y televisión, práctica que se cristalizó en el sexenio del gobierno de Vicente Fox.

### ACCION POLITICA DE LA CIRT AL EXTERIOR



### FACTORES DE UNIDAD AL INTERIOR DE LA CIRT



## **Bibliografía.**

- Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz. *Centralización, poder y comunicación en México*. México: Universidad de Guadalajara, 1986.
- Bobbio, Norberto y otros. *Diccionario de política*, Tomo 1, Editorial Siglo XXI México, D.F, 1981.
- Camacho Lidia “Primera prueba de transmisión digital a través de DRM en la radio pública. Radio digital al oído” *Revista Mexicana de Comunicación* #91 febrero–marzo 2005. Disponible en internet: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc91/analogico.html> consultado en Agosto de 2007.
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión (s/f). “Tiempos de Estado y del Tiempo fiscal en Radio y Televisión”, en: <http://www.cddhcu.gob.mx/sia/polint/pdf/dpi45.pdf#search='tiempo%20del%20estado%20y%20tiempo%20fiscal%20en%20radio%20y%20televisión'>
- Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT). *Estatutos*, México, 2006.
- Castro Ricalde, Maricruz. “Convergencia digital en México: estrategias y problemática” en *Razón y Palabra* #27 junio-julio 2002, versión electrónica: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n27/mcastro.html> consultado el 31 enero de 2007
- Chávez Sánchez Julio. “El lucero”, Etcétera suplemento especial 2005 <http://www.etcetera.com.mx/pagVIIIbne62.asp> Consultado en agosto de 2007.
- Cornelio Chaparro, Jaime. “Televisión y Poder: Apuntes para una historia de la televisión en México 1950-1980”, en Claudia Benassini [et al.], *Comunicación, Globalización y Política*, Universidad Autónoma del Estado de México, 1995.
- Coronado Ponce, Alán René. “La radiodifusión familiar en México y su inserción en la dinámica de concentración de medios: un estudio de caso en Guadalajara” *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, Universidad de Guadalajara México, 2004.
- Coronell Figueroa, Antimo. “Los tiempos oficiales de radio: las funciones del departamento de tiempos oficiales de radio”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS 1996.

- Fregoso Bonilla, Juliana, “México Controversia entre Medios de Comunicación y gobierno”, *Revista Chasquí (Ecuador)* N80 diciembre de 2002 pp. 24-29. [http://chasqui.comunica.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=206&Itemid=83](http://chasqui.comunica.org/index.php?option=com_content&task=view&id=206&Itemid=83) mayo de 2007
- Fernández Christlieb, Fátima, *Los Medios de Difusión Masiva en México*, México, Juan Pablos Editor DF 3ª edición, 1982.
- Fernández Christlieb, Fátima. “Los nuevos tiempos fiscales y legales: una responsabilidad compartida”, *Revista Mexicana de Comunicación* Vol.8 núm. 41 agosto-octubre 1995, p.13.
- Fernández Christlieb, Fátima *La Radio Mexicana Centro y Regiones*, México, Juan Pablos Editor, 1997.
- Gutiérrez López, Roberto. *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*. Ediciones Pomares. Barcelona México, 2005.
- Jepperson Ronald D. Instituciones, Efectos institucionales e institucionalismo. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF 1991., pp. 193-215.
- Hernández Lomelí Francisco. "Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950-1955)" en: *Comunicación y Sociedad* No 28 (septiembre-diciembre) 1996. pp. 147-162.
- Hirschman, Albert. *Salida, voz y lealtad*, México Fondo de Cultura Económica, 1977.
- Lajous, Alejandra. *Vicente Fox. El Presidente que no supo gobernar*. México Editorial Océano 2007.
- Luna Matilde y Ricardo Tirado. “Modos de toma de decisiones en las asociaciones y desempeño político” *Revista Mexicana de Ciencia Política* V47 #193 mayo 2002, pp.57-7
- Mejía Barquera, Fernando. “La industria de la radio y la televisión y la política del estado Mexicano (Orígenes y desarrollo)”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. México FCPYS, 1981.

- Mejía Barquera, Fernando. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano Vol. 1 (1920-1960)*, México, Fundación Manuel Buendía, 1988.
- Mejía Barquera, Fernando “Historia mínima de la radio mexicana” (1920-1996) Disponible en Internet en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html>
- Mejía Barquera, Fernando “Historia mínima de la radio mexicana parte III” (1971-1996) Disponible en Internet: <http://radioactivo.spaces.live.com/blog/cns!6CDB6F388FAD1868!1966.entry>
- Mejía Barquera, Fernando “Televisa Convergencia y Madruguete” Revista Etcétera versión electrónica disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/pag03ane64.asp> consultado en Mayo de 2007.
- Mejía Barquera Fernando y Gabriel Sosa Plata, “Radio digital y televisión de alta definición en México” Intermedios No. 5, 1992 (diciembre-enero.) 1992, disponible en versión electrónica: <http://ccdoc.iteso.mx//cat.aspx?cmn=browse&id=1432> Consultado Agosto de 2007.
- Mejía Prieto, Jorge. *Historia de la radio y la televisión en México*. México: Octavio Colmenares, editores, 1972.
- Munduate Jaca, Lourdes y José M. Martínez Riquelme, *Conflicto y negociación*, Editorial Pirámide, Madrid. 1998.
- Noguez Morales, Alicia Isabel. “Empleo de los tiempos fiscales en radio y televisión durante el proceso electoral del año 2000 : el caso IFE vs. CIRT : origen, desarrollo, situación actual y prospectiva de los tiempos fiscales de radio y televisión”, *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPYS, 2004.
- Parra Raúl “De los miedos políticos a los medios electrónicos” en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc89/miedos.html>
- Pérez Martínez, Alina y Heriberto Acosta Díaz. “La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información” Revista *ACIMED* en línea, sep.-oct. 2003, Vol.11, no.5, Disponible desde Internet desde:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S102494352003000500003&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494352003000500003&lng=es&nrm=iso&tlng=es) consultado mayo de 2007

- Prado, Emili y Rosa Franquet. “Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución” en *Revista de Estudios de Comunicación* #4 1998, pp 15-40. Disponible desde Internet en: [www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html](http://www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html) consultado en mayo de 2007.
- Pérez Wong Celso Enrique. *Los Grupos de Presión el caso Televisa en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Tesis de Licenciatura en Ciencia Política*, UAM, Iztapalapa, 1999.
- Puga, Cristina “Desempeño de asociaciones en esferas sociales distintas. Tres estudios de caso” en: Luna Matilde y Cristina Puga *Acción colectiva y organización: estudios sobre desempeño asociativo*, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM 2008.
- Romero, Jorge Javier. “Los nuevos institucionalismos: sus diferencias, sus cercanías” en *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF 1991, pp. 7-75.
- Scott, W Richard. “Retomando los Argumentos Institucionales”, en *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. Compilado por Walter W. Powell y Paul Dimaggio. Fondo de Cultura Económica. México DF 1991, pp. 216-236.
- Sosa Plata Gabriel, “Crisol de expresiones Radio: apertura política, mismos oligopolios” *Revista Mexicana de Comunicación*, V16 #83 sep-oct 2003, pp. 23-3, Disponible desde Internet en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/crisol.htm> consultado mayo de 2007
- Sosa Plata Gabriel, “Nuevos liderazgos en la industria de radio y TV” *Revista Mexicana de Comunicación*. (s/f) disponible en Internet: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc93/liderazgo.html>
- Sosa Plata Gabriel, “Tecnologías digitales y reforma del Estado”, *Revista Mexicana de Comunicación* en:

- <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc90/tecnologias.html> consultado en mayo de 2007.
- Tirado Ricardo, “El poder en la Confederación de Cámaras Industriales” en: Luna Matilde y Cristina Puga *Acción colectiva y organización: estudios sobre desempeño asociativo*, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM 2008.
  - Touraine, Alain. “Comunicación Política y Crisis de la Representación” en: Ferry Jean Marc, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, España: Gedisa, 1992.
  - Trejo Delarbre Raúl “Palafreneros de las Corporaciones Mediáticas. El Estado y los medios en el sexenio de Vicente Fox” en:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/aleph/2006/noviembre.html> Consultado en mayo 2007
  - Velásquez Estrada, Rosalía, “El Nacimiento de la Radiodifusión Mexicana” en: <http://www.iih.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc09/9111.html>
  - Villa Aguilera, Manuel. *¿A quién le interesa la democracia en México?: crisis del intervencionismo estatal y alternativas del pacto social*, Coordinación de humanidades, UNAM, y Miguel Ángel Porrúa, 1988.
  - Villamil Jenaro “En Sigilo el Gobierno consolida el duopolio” Revista *Proceso* núm. 1468 diciembre 2004.
  - Villamil Jenaro. “Sospechoso aval de la CIRT a la Ley Televisa” *Proceso* versión electrónica en: <http://www.proceso.com.mx/noticia.html?nid=37293&cat=0>
  - Villamil Jenaro. “Consenso a la fuerza” *Proceso* 12 de febrero 2006.
  - Villamil Jenaro. “El servilismo” *Proceso* . núm. 1534 Marzo 2006
  - Villamil Jenaro. “Emilio Azcárraga Jean. Las trampas del rating”, en: *Los Amos de México*, coordinado por Jorge Zepeda Patterson. Editorial Planeta, México D.F 2007. pp. 49-92
  - Wolton, Dominique “La Comunicación Política: Construcción de un modelo” en: Jean Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El Nuevo Espacio Público* Barcelona, España, Gedisa 1992..
  - Wikipedia “Las Primeras Trasmisiones de radio en el mundo” en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Primera\\_transmisi%C3%B3n\\_radial\\_del\\_mundo](http://es.wikipedia.org/wiki/Primera_transmisi%C3%B3n_radial_del_mundo)



Páginas Web:

Grupo ACIR: <http://www.grupoacir.com.mx/>

CIRT: [www.cirt.org](http://www.cirt.org)

MVS: <http://www.mvs.com.mx/#>

Grupo Radio Formula: <http://www.radioformula.com.mx/>

Radorama: <http://www.radorama.com.mx/>

Grupo Salinas: <http://www.gruposalinas.com/>

Televisa: <http://www.televisa.com/>

TV Azteca: <http://www.tvazteca.com.mx/>