

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**“Cómo afecta a la democracia el
mercantilismo del duopolio televisivo
mexicano”**

Tesis que para obtener el grado de licenciado en
Ciencias Políticas y Administración Pública,
opción Administración Pública presenta:

Carlos Abraham Amín Mohamed García

Asesor: Samuel León González

Ciudad Universitaria, México 2014.



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.

Índice

Introducción.....	4
Capítulo 1	
Democracia, Grupos de interés y Más media.	
Un marco teórico-conceptual.....	8
1.1 Democracia.....	9
1.1.1 Gobierno democrático.....	10
1.1.2 Democracia y mercado.....	12
1.2 Medios de comunicación masiva.....	13
1.2.1 Características de los medios de comunicación.....	14
1. 2.2 Aspecto mercantil de la información.....	15
1. 2.2. a) Competencia entre los más media.....	17
1.2.3 Relación democracia y medios de comunicación masiva.....	19
1.2.3 a) Democracia y TV.....	21
1.2.3 b) El futuro de la relación.....	22
1.3 Grupos de presión.....	24
1.3.1 Más allá del interés.....	25
1.3.2 Métodos de presión.....	27
1.3.3 Lobbying.....	28
1.3.4 Características generales.....	30

Capítulo 2

El inevitable ascenso e injerencia de los medios de comunicación en la Agenda Política del país.....32

2.1 Alternancia en el ejecutivo y relación con los mass media.....32

2.2- Últimas modificaciones al régimen de telecomunicaciones:

un breve marco legal y jurídico.....35

2.2.1 Decretazo.....35

2.2.1 a) En defensa del decreto.....37

2.2.2 Ley televisa.....41

2.2.2 a) proceso.....42

2.2.2 b) Modificaciones.....45

2.3 El poder mediático del duopolio televisivo después
de las reformas.....50

2.4 Cabildeo y negociación no regulado, instrumentos para
la entrada a los medios de comunicación como grupos de poder.....54

2.4.1 ¿Por qué llamarla Ley televisa.....56

Capítulo 3

Daños al naciente régimen democrático.

Una *República mediática*. ¿Hacia una posible hegemonía?.....60

3.1 Hacia una posible mediocracia.....61

3.2 Duopolio vs democracia.....66

3.2.1 Alternancia y democratización de los medios masivos de comunicación	71
3.3 Poder económico como eje rector en la otorgación de las concesiones.....	72
3.4 Nueva relación en las concesiones. La ausencia de la ciudadanía.....	78
3.5 Concentración excesiva y coerción de la libertad de expresión.....	80
3.5.1 Medios plurales.....	82
3.6 La función social de los medios de comunicación masiva.....	85
Conclusiones.....	87
Fuentes de consulta.....	92

Introducción

En el contexto actual podemos observar cómo la forma de hacer política en México ha cambiado radicalmente, tratando de hacer preámbulo, el problema inicia cuando el ideal de la democracia se ve afectada, y no se puede hacer ejercicio correcto de ella; el mal manejo de la propaganda política de manera mediática, las concesiones, y las libertades del uso de los recursos públicos destinados a este tipo de cuestiones, son todo el bagaje que conjunta un eje complejo en sí.

Para aterrizar la problemática es necesario realizar las siguientes preguntas ¿En verdad existe un duopolio televisivo? ¿En qué momento se consolidó este? ¿Por qué afecta a la libertad de expresión? Y por supuesto ¿Cómo afecta a la democracia el mercantilismo del duopolio televisivo mexicano y su injerencia en la agenda política del país?

Como se puede apreciar, las preguntas de investigación son ambiciosas, aunque no por ello ambiguas, sino que siguen una lógica que va de lo general a lo particular. Se conoce ya, la pregunta que guía esta investigación, y se conocen las preguntas secundarias, pero aún falta por conocer las delimitaciones y objetivos que pretende alcanzar este tesis.

Para contextualizar y central las preguntas se propone hacer un revisión en un primer momento descriptiva (de manera rápida y concisa) del llamado “decretazo” del año 2002 durante el sexenio de Vicente Fox, seguido de las las modificaciones a la llamada “Ley Televisa” que acaban por concretarse en el 2006. Esto lleva, necesariamente, a poner

sobre el análisis el saber ¿Cuáles son los principales objetivos de estos poderes fácticos, las transformaciones que han logrado hacer al aparato político democrático del país, y qué consecuencias traerá que se configure una posible hegemonía por parte de estos grupos? Aclarado el contexto y delimitación de la investigación se pasa a la describir como estará estructurada la tesis, para lo cual se proponen tres capítulos.

El primer capítulo será destinado a la creación de un marco teórico que comienza de general a lo particular. Se parte de un marco general que va desde un gobierno democrático, que es dónde se dan las relaciones del mercado y de los medios de comunicación, se busca con ello denotar la relación entre la democracia y los grupos de poder, y específicamente los medios de comunicación masivos, para lo cual, se utilizarán a autores clásicos para sólo después poder entrar en el contexto nacional con el caso específico de las reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley de Radio y Televisión, que se describirán en el capítulo segundo, se aspira a describir cabalmente el proceso de cómo se llevaron a cabo dichas reformas, así como conocer el contenido de las mismas. El tercer, y último capítulo, es el lugar dónde se hará un análisis más crítico y en dónde se propone conocer las consecuencias de la consolidación del duopolio no sólo para los medios de comunicación, sino para el ideal del funcionamiento de la democracia misma. Para poder aportar un enfoque correcto y anhelar a conocer a fondo este problema; así como satisfacer las inquietudes que se tienen acerca de unas de las diferentes trabas con las que se encuentra la vida política del país y el supuesto correcto funcionamiento de la democracia, que debería ir más allá de lo procedimental y aspirar a tener una agenda política propia sin intereses de grupos de poder.

Siguiendo con la línea anterior, ya se podrá intuir que esta tesis también busca y pretende desarrollar el tema de cómo la democracia se ve afectada duramente por las malas decisiones legislativas, y la libertad que se le otorga a los concesionarios de las televisoras, así como los intereses y objetivos particulares de estos corporativos, haciendo de ellos un grupo más de poder penetrando al Estado mismo y haciendo que los procesos electorales se tornen inequitativos dada a importancia que han adquirido los mass media en las campañas electorales.

Recapitulando, se busca que al final de esta investigación se pueda responder a las preguntas antes mencionadas y cumplir a cabalidad con los siguientes objetivos:

- Identificar lo que implica las últimas reformas que se le han hecho las leyes de radio y televisión, aunadas a la reforma electoral comprendiendo los años del 2002, del 2006-2007 y 2009.
- Evaluar el papel del Estado en torno al cumplimiento de la ley y el derecho, al igual que su postura ante las penas, como Estado constituyente.

En la actualidad, se ha visto un cambio radical en cuanto a la manera de hacer política en el país, la participación y relación de los medios de comunicación con el poder y vida política mexicana es crucial para comprender cómo puede llegar a ser afectado el proceso de la democracia que se intenta llevar a cabo en el país. El atentado en contra de los derechos básicos políticos, y en contra de lo elementos esenciales de la democracia, que nos ofrece el régimen democrático merece ser problematizado, debido a las consecuencias que acaece. En ese sentido se pone a observación la participación de los grupos de poder,

en específico los medios de comunicación que al mismo tiempo la mayor parte está acaparado por dos consorcios privados y dirigidos por un conjunto de intereses que van en contra de los intereses comunes del país, fungiendo como poderes fácticos que evidentemente provocan un daño al desarrollo y progreso de la democracia.

Sin más, es oportuno pasar al análisis concreto.

Capítulo 1

Democracia, Grupos de interés y Mass media. Un marco teórico-conceptual

El presente apartado tiene por objetivo la creación de un marco teórico que presente las categorías que servirán como límite al desarrollo de la investigación.

Se pretende la discusión de conceptos, no con el afán de caer en la simple repetición de conceptos, sino que con la confrontación y análisis de estos, poder esclarecer las dudas de su significado y la comprensión del porqué son apropiadas en el contexto que se pretende estudiar. El marco teórico comienza de general a lo particular, es decir se parte de un marco general como un gobierno democrático, que es dónde se dan las relaciones del mercado y de los medios de comunicación, se busca pues denotar la relación entre la democracia y los grupos de poder, y específicamente los medios de comunicación masivos, para lo cual, se utilizarán a autores clásicos para sólo después poder entrar en el contexto nacional con el caso específico de las reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley de Radio y Televisión.

1.1 Democracia

El contexto en el cual se desarrolla el presente análisis es un régimen democrático¹; el andamiaje jurídico se creó para posibilitar las condiciones para que se dé el desarrollo de una vida democrática.

Parafraseando a Gianfranco Pasquino al respecto de una definición de la democracia, es difícil llegar a una que tenga satisfecho a todos los aspectos, pero si es posible la búsqueda de una definición “operativa” que sirva como fundamento de lo que se entenderá por democracia: “El método democrático es esa conformación constitucional para llegar a decisiones políticas, en el cual, algunas personas adquieren el poder de decidir mediante una lucha competitiva por el poder popular.²”

Después del primer acercamiento, y siguiendo el deber ser, se debe hacer notar que más que dar una definición de la democracia, se hace necesario hacer explícitas las condiciones que favorecen a la democracia. Rafael Del Águila enumera una serie de instituciones que debe requerir una democracia a gran escala:

- 1) Cargos públicos electos
- 2) Elecciones libres, imparciales y frecuentes
- 3) Libertad de expresión
- 4) Fuentes alternativas de expresión
- 5) Ciudadanía inclusiva

¹ No se pretende una discusión de si en el presente tenemos una democracia acabada ni realizar una evaluación de ella. Lo que se busca, es partiendo que el país se inscribe en un régimen democrático, y como tal debe aspirar al correcto funcionamiento de ella.

² Shumpeter, J. A; 1947, *Capitalism, Socialism and Democracy*, Londres, Allen & Unwin [1983 *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, Barcelona, Orbis].

Cinco instituciones que se requieren para poder hablar de una democracia, no requieren una explicación exhaustiva, pero para efectos de la presente investigación, es necesario explicar el cuarto punto, las fuentes alternativas de expresión:

“Los ciudadanos tienen derecho de solicitar fuentes de información alternativa e independiente de otros ciudadanos, expertos, periódicos, revistas, libros, telecomunicaciones y similares. Además existen efectivamente fuentes de información alternativas que no están bajo el control del gobierno ni de cualquier otro grupo político individual que intente influir sobre los valores y actitudes políticas públicas, y esas fuentes alternativas están efectivamente protegidas por la ley³.”

Necesario que se ponga atención en este punto, ya que en la parte analítica se contrarrestará con las reformas llevadas a cabo a las telecomunicaciones y si con ellas se permite la presencia de fuentes alternativas de información o si por el contrario se tiende a un duopolio.

1.1.1 Gobierno democrático.

Un gobierno que adopta un régimen de carácter democrático debe cumplir con algunos aspectos fundamentales. Al respecto Robert Dahl⁴ apunta cinco condiciones fundamentales, para un gobierno democrático:

- 1) Participación efectiva. Antes de adaptar una identidad política, los miembros de una asociación deben tener oportunidades iguales y efectivas para hacer que sus puntos de vista sobre cómo haya de ser la política sean conocidos por otros miembros.
- 2) Igualdad de voto “todo miembro debe tener una igual y efectiva oportunidad de votar, y los votos deben contarse como iguales”

³ Dahl, Robert, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*, Taurus, México, 2006. P.100

⁴ Dahl, Robert, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*, P.48

- 3) Comprensión ilustrada. Todo miembro debe tener oportunidades iguales “efectivas para instruirse sobre las políticas alternativas relevantes y sus consecuencias posibles” si bien no es, tratar de comunicar la información a los votantes, “calidad de información”.
- 4) Control de la agenda. Los miembros de la poliarquía deben tener la oportunidad de decidir los asuntos que deberán incorporarse a la agenda.
- 5) Inclusión de los adultos. Todos o al menos la mayoría de los adultos residentes permanentes deben tener los plenos derechos de ciudadanía implícitos en los cuatro criterios anteriores.

La inclusión de la agenda es una “condición” sobre la que valdría la pena aterrizar el problema de estudio ¿Las reformas a la Ley de radio y televisión y a la Ley federal de telecomunicaciones eran un tema prioritario en tiempos electores del 2006? Cabe, aún, otra pregunta ¿Por qué se reformó de esa forma? Preguntas a las cuales se tratará de responder al finalizar esta investigación; pero por lo pronto queda en entredicho si este tipo de casos no afectan el establecimiento o florecimiento de un marco democrático respetable. En un régimen democrático el gobierno debe contar con la capacidad y voluntad de responder de forma equitativa a las demandas de los ciudadanos. En otras palabras; todos los ciudadanos deben contar con oportunidades similares (mínimo en el marco jurídico) de poder ser incluidos.

Siguiendo la línea de Dahl al respecto de un gobierno democrático, se puede decir que: “El gobierno democrático se caracteriza fundamentalmente por su continua aptitud para responder a las preferencias de los ciudadanos, sin establecer diferencias políticas entre

ellos.⁵”; es decir, que es indispensable para todo gobierno que aspire a ser democrático, la no diferenciación entre las demandas de los integrantes de la comunidad política. Característica que va de la mano con la posibilidad real y tangible de poder incluir en la agenda los temas que se consideren de importancia primordial para la comunidad política.

1.1.2 Democracia y mercado

No es el objetivo de este apartado hacer una apología extensa de estas dos instituciones presente en la cotidianidad e inseparables de la realidad político-económica. Se pretende subrayar la relación y hacer evidente la conexión entre democracia y mercado.

“La democracia y el mercado están relacionados con el individualismo, la defensa de los derechos del hombre, los límites del Estado y la salvaguarda de la propiedad (...) El binomio propiedad-libertad suele estar tan estrechamente vinculado como lo está el binomio mercado-democracia liberal.⁶”

Si se piensa histórica y filosóficamente se llega a la conclusión de que son inseparables los valores y fundamentos de la democracia y el mercado: la libertad. De acuerdo con Márquez Muñoz, la primera propiedad de la que un hombre libre disfruta, es su propia libertad. De allí que la libertad es fundamental para la propiedad - mercado. El ejemplo claro lo tenemos en el contexto latinoamericano y precisamente en el caso mexicano, ya que no se puede considerar como casual que la “consolidación” se haya dado a la par de la liberación

⁵ Dahl Robert, *La poliarquía. Participación y oposición*. Tecnos, segunda edición. 1997. P. 13

⁶ Márquez, Muñoz, Jorge, *Los empresarios y la democracia*, en: Ayala Blanco Fernando, Mora Velázquez Salvador, *Grupos de poder. La toma de decisiones en un modelo democrático*, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2010. P. 286

económica, es decir, que al mismo tiempo que se entró en una economía de mercado, también se daban pasos importantes para el establecimiento de un régimen democrático.

1.2. Medios de comunicación masiva

No podría quedar fuera de las categorías ordenadoras los medios de comunicación masiva. En la vida democrática diaria han adquirido un papel fundamental, no solamente como medios de información sino que la mercantilización de esta última ha posicionado al capital en torno a los medios de comunicación masiva, dándoles un auge especial e invadiendo otras esferas de la vida política. En un primer acercamiento se tiene que se pueden entender por medios de comunicación masiva: “En un sentido amplio podemos concebir la comunicación de masas como la producción institucionalizada de bienes simbólicos por conducto de la trasmisión y la acumulación de información/comunicación⁷.”

Sin embargo, a este enfoque aún es necesario aclararle unos aspectos; por una parte que: lo que ahora se describe como comunicación masiva es “una serie de fenómenos y procesos que surgieron históricamente a través del desarrollo de instituciones que buscaban explotar nuevas oportunidades para fijar y reproducir las forma simbólicas⁸”. Es decir, que los medios de comunicación nacieron con la coyuntura de la expansión de la información, nacieron buscando nuevas formas de propagar la información. Importante será subrayar si con las condiciones actuales de la democracia y el mercado, los medios de comunicación masiva siguen preponderando esa visión.

⁷ Thompson, John B. *Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco; segunda edición, México. 1998. P.319

⁸ Thompson, John B. *Op Cit.* p. 319

1.2.1 Características de los medios de comunicación

John Thompson (1998), describe cuatro características atribuibles a los medios de comunicación masiva:

- 1) Producción y difusión institucionalizada de bienes simbólicos,
- 2) La ruptura instituida entre la producción y recepción;
- 3) Extensión de la disponibilidad en el tiempo y en el espacio;
- 4) Circulación pública de las formas simbólicas

Los medios de comunicación masiva no solamente producen información sino que la difunden de forma pública en un tiempo considerable para suponerlas como estables.

Sin embargo es importante hacer mención de un problema de los medios de “comunicación” masiva en años recientes, es decir, se hace imperante aclarar que los medios de comunicación masiva dentro del proceso comunicativo, se encuentran insertos en una lógica de comunicación unidireccional, es decir que:

“...la comunicación de masas implica en general un flujo unidireccional de mensajes que pasan del transmisor al receptor. A diferencia de la situación ideológica de una conversación, donde el escucha es también emisor potencial, la comunicación de masas instituye una ruptura fundamental entre el productor y el receptor, de tal manera que los receptores tienen relativamente poca capacidad para aportar algo al curso y al contenido del proceso comunicativo. Por lo tanto, quizá sea más apropiado hablar de la “trasmisión” o “difusión” de mensajes que de comunicación como tal. Sin embargo, aun en las circunstancias en que se da la comunicación de masas, los receptores tienen cierta posibilidad de participación, en tanto, que como receptores son también consumidores que a veces pueden escoger

entre diversos productos de los medios y cuyos puntos de vista a veces son solicitados o tomados en cuenta por las organizaciones dedicadas a producir y difundir tales productos.⁹

Por lo que se ha mencionado, sería pues conveniente aclarar que el proceso comunicativo en los medios de comunicación no es cíclico ni recíproco; ya que se emite información hacia espectadores, pero la información que regresa es casi nula (por no decir que es nula). Lo cual implicaría un sólo camino en la comunicación, el flujo de información en este ámbito es meramente unidireccional, es de los medios de comunicación masiva hacia los espectadores y nunca de forma inversa más que en sondeos de opinión, encuestas, etc.; lo que no se podría llamar en sí un flujo de información con el mismo peso del que se emite.

1.2.2 Aspecto mercantil de la información

Si bien es cierto que la información siempre fue una herramienta de suma importancia en la vida política, es también innegable que a finales del siglo XX la información recobró un valor fundamental, a tal grado de convertirse en mercancía y tener un valor imprescindible en el poder real y palpable, es decir, en la cotidianidad del poder.

Su valor se convirtió en mercancía y ello en buena medida influyó para que la información se convirtiera en empresa y se rigiera no por reglas de lo verdadero o falso sino que se guiará por el mercado y la ganancia. El gran auge de los medios de comunicación masiva, y el desarrollo de un poder real, ha trasladado consigo a estos a una esfera que no es meramente de carácter informativo, sino que ahora tiene un valor en el mercado. De allí que en los últimos años, el capital allá volcado sus ojos en los medios de comunicación masiva.

⁹ Thompson, John B. Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco; segunda edición, México. 1998. P.319

“Desde que está considerada como una mercancía, la información ha dejado de verse sometida a los criterios tradicionales de la verificación, la autenticidad o el error. Ahora se rige por las leyes del mercado. Esta evolución es la más significativa entre todas las que han afectado al terreno de la cultura. Consecuencia: se ha sustituido a los antiguos héroes del periodismo por un número imponente de trabajadores de los media, prácticamente todos hundidos en el anonimato. La terminología utilizada en Estados Unidos es reveladora de este fenómeno: el media torcer suplanta, frecuentemente, al periodista.¹⁰”

El mercado ha cambiado la tarea de los medios de comunicación masiva; la información no es lo esencial, como lo es la mercancía. El mercado y las nuevas formas de llevar a cabo la política han traído consigo que los medios de comunicación, no se guíen por principios rectores de objetividad en la información sino por la ganancia:

“Estamos ante la información-mercancía, que se produce en un escenario en el que la información es un producto como cualquier otro, y el mercado representa la última ratio, la instancia que legitima y justifica todo, con estudios de mercado que se imponen a instituciones creadoras, productos de marketing que remplazan la creatividad intelectual, eso que en estas páginas llamamos el pre-a-pensar mediático.¹¹”

Fenómeno peligrosos para el correcto andar de un régimen democrático. Ya se ha hablado de la importancia de los *mass media* en las sociedades contemporáneas y como influyen a tal punto de convertirse un poder paralelo:

“El ascendiente que tienen sobre la sociedad ha hecho de los medios de los medios un poder paralelo, e incluso superior, al que ejercen las instituciones políticas. Igual que todo poder pero con mayor razón tratándose de la (por lo tanto, la) comunicación, requiere normas que modulen su relación con la sociedad. Además de prerrogativas individuales y sociales como el derecho e réplica y el respeto a la

¹⁰ Kapuscinski Ryszard *¿Reflejan los media la realidad del mundo?* Nuevas censuras, sutiles manipulaciones en: Este texto retoma, en lo esencial, el discurso pronunciado por el autor, en Estocolmo, durante la ceremonia de entrega de los premios de periodismo Stora Journalistpriset y fue publicado en Le Monde Diplomatique, julio-agosto de 1999. Agradecemos a Le Monde Diplomatique, edición mexicana, la autorización para publicar este texto. <http://www.etcetera.com.mx/pag87ne25.asp>, en: <http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf> p. 3

¹¹ Del Rey Morató Javier, *Poliarquía y comunicación política: un nuevo paradigma cultural* en: Democracia y posmodernidad, Teoría general de la información y comunicación política. Editorial Complutense, Madrid. 1996. P. 446

vida privada, es preciso que en el desempeño de los medios sean regulados asuntos como la concentración de empresas.¹² P. 37

1.2.2 a) Competencia entre los mass media

Ya se hecho mención líneas arriba de la estrecha relación entre el mercado y la democracia, no es pues de extrañar que al competencia, que la lucha por los intereses se de también entre los propios más media. Los defensores del libre mercado argumentan que una competencia llevará necesariamente a un mejor producto para ofrecerles a los espectadores, sin embargo, es necesario aclarar con un ejemplo que:

“Se dirá que las televisiones privadas son una cosa y la competencia es una cosa diferente. Y es cierto, pero en este aspecto América doce. Pues si hay un país que nunca ha tenido televisión estatal y en el cual la televisión se ha desarrollado y funciona en condiciones de independencia y de plena competencia, ese país es Estados Unidos. Y sin embargo, Estados Unidos representa, en cuanto a la información política y la formación de la opinión pública, el peor de los casos. ¿Por qué? La perplejidad está justificada desde el momento en que la competencia es considerada por todos como un mecanismo de autocorrección. Según la teoría de la competencia, el consumidor debería castigar la deficiente producción de noticias, exactamente igual que castiga la deficiente producción de frigoríficos y de automóviles. Pero no sucede así, así no es.¹³”

La liberalización de la economía, sostiene que una competencia entre lo distintos productores (una vez que se parte de que en la actualizad la información es una mercancía más) traerá por lógica un mejor producto, acabado con el monopolio estatal de la información; sin embargo, la realidad es distinta, ya que los intereses propios y el paso del paradigma

¹² Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Ediciones Cal y Arena, México, 2004. P.37

¹³ Sartori, Giovanni, Homo Videns, La sociedad teledirigida, Taurus, Argentina. 1998. P. 141

informativo a simple mercancía han modificado las relaciones, a tal punto, que los medios de comunicación masiva (portadores de la mercancía-información) se han alzado como un poder real y tangible, como un monopolio privado de la información con capacidad para presionar sus intereses en la agenda política. Uno de los contras de la mercantilización de a información, es el siguiente:

“En este sentido, sólo podemos tomar nota del hecho de que la competencia entre los medios de comunicación no produce beneficios concurrentes, sino más bien un deterioro de los productos. Este deterioro tiene numerosas causas, y entre ellas una unidad de medida de la audiencia indiferenciada.¹⁴”

Ejemplo de los daños de la competencia desmedida entre los medios de comunicación, es lo que Sartori (1998) llama “la audiencia indiferenciada”, en dónde lo que importa es el número de espectadores que sean capaces de recibir lo que generan los medios de comunicación. Lo grave es que los medios de comunicación se alejan cada vez más, e importa solamente incrementar el número de receptores, sin importar la calidad.

En el presente marco teórico - conceptual es necesario apuntar que si bien se ha dado una mercantilización de la información, es también menester señalar que:

“La información no puede ser tratada como mera mercancía; por desgracia, no solamente en México, sino en el mundo, la información se asume como un insumo más para hacer negocios, cuando ésta es parte fundamental de los derechos humanos universales; por ello, todo lo referente a la información y a la comunicación debe tener una clara regulación que permita verlas como un servicio público más allá de las reglas del mercado. La distribución de frecuencias no sólo es un asunto de mercado, es un asunto de pluralidad, equidad y democracia además, por supuesto, de derechos humanos.¹⁵”

¹⁴ Sartori, Giovanni, *Ibíd.*

¹⁵ Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Leree Beatriz, No más medios a medias. Participación ciudadana en la revisión integral de la legislación de los medios electrónicos, Senado de la República,

De allí la importancia de la creación de un marco jurídico que propicie la regulación de los medios de comunicación masiva en un contexto en el que parece reinar la información como mercancía.

1.2.3 Relación democracia y medios de comunicación masiva

En los últimos años, es observable, que los medios de comunicación masiva han experimentado cambios sustanciales a tal punto de convertirse en elementos importantes en la democracia procedimental: “Representación y comunicación son categorías que se legitiman mutuamente, y que, juntas, legitiman a la Poliarquía, como una nueva aproximación al ideal de la democracia: sin la comunicación, la representación es ficticia, mitológica, meramente formal.¹⁶ “

La comunicación es uno de los elementos que legitiman al poder político establecido. Un régimen democrático necesita de la difusión de la información para todo: dar a conocer las posibilidades por la cuales votar, en un momento electoral, en la comunicación gubernamental, etc.

“En la poliarquía, la comunicación depende de sus interpretes, y esa humanización, consigue significación y aproximación de las élites al demos. En definitiva la poliarquía es la sociedad de la comunicación en la que las elites surgidas en momentos anteriores de la evolución de la Poliarquía, se añaden las elites de la comunicación y del marketing, elites ocultas, que conocen los secretos de la

Fundación Friedrich Ebert-México y autoras, Segunda Edición. Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República, México, 2002, P. 135

¹⁶ Poliarquía y comunicación política: un nuevo paradigma cultural en: Del Rey Morató Javier, *Democracia y posmodernidad, Teoría general de la información y comunicación política*. Editorial Complutense, Madrid. 1996. P. 129

comunicación política, y funcionan como asesores de gobiernos de gobiernos, administradores y partidos.¹⁷”

Los medios de comunicación masiva en las democracias modernas (y en el mercado) tienen un poder tan fuerte que invaden otras arenas.

“Estamos ante una poliarquía abierta, en la que la competencia, por el favor popular, por el voto se lleva a cabo desde la comunicación, con estrategias de imagen y de marketing que tienen como escenario los medios de comunicación, y que suponen una percepción del destinatario en términos de receptor de mensaje de los medios de comunicación, y que suponen una percepción del destinatario en términos de receptor de mensajes de los medios de comunicación social.¹⁸”

También es innegable que el proceso globalizador ha traído consigo consecuencias colaterales para la estructura de Estado: los bienes de carácter nacional ahora pertenecen a grandes transnacionales o mínimo a intereses privado; sin embargo lo preocupante no es solamente eso, sino que la capacidad de decisión del gobierno se ha visto disminuida al entrar otros grupos a presionar a favor de sus propios intereses (privados).

Siguiendo la línea anterior, y como ejemplo en el caso mexicano no se debe perder de vista que precisamente las televisoras y las “concesiones” que se han otorgado han tenido un auge especial con el desarrollo de políticas que favorecen al mercado; en el contexto mexicano; la prueba es Televisión Azteca que nace con las políticas neoliberales de finales de los años 80’s.

¹⁷ Ibíd. P. 130

¹⁸ : Del Rey Morató Javier Poliarquía y comunicación política: un nuevo paradigma cultural en, Democracia y posmodernidad, Teoría general de la información y comunicación política. Editorial Complutense, Madrid. 1996. P. 55

1.2.3 a) Democracia y TV

Es innegable la relación tan estrecha que existe entre democracia y los medios de comunicación masiva. Pero la relación se hace aún más estrecha con un el medio de comunicación masiva imperante por excelencia: la televisión.

“En la poliarquía – que encierra una etapa histórica y supone la irrupción de nuevas realidades culturales-, la televisión se convierte, en el medio de comunicación estelar. El nuevo medio de comunicación, no sólo crea nuevas formas de hacer comunicación y nuevas maneras de presentar la política de las élites al demos: instaura una nueva epistemología¹⁹.”

La influencia de la televisión en la vida democrática es tanta que puede influir en la audiencia y en el gobierno en la toma de decisiones. La televisión rompe paradigmas y es oportuno realizar la pregunta ¿Hasta donde puede permitirse la injerencia de esta en un marco democrático?

“Así pues, el término vídeo-política (tal vez acuñado por mí) hace referencia sólo a uno de los múltiples aspectos del poder del vídeo: su incidencia en los procesos políticos, y con ello una radical transformación de cómo «ser políticos» y de cómo «gestionar la política (...) Para empezar, la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vender al vencedor. Además, la televisión condiciona, o puede condicionar, fuertemente el gobierno, es decir las decisiones del gobierno: lo que un gobierno puede y no puede hacer, o decidir lo que va a hacer.²⁰”

¹⁹ Del Rey Morató Javier Poliarquía y comunicación política: un nuevo paradigma cultural P. 129

²⁰ Sartori, Giovanni, *Homo Videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, Argentina. 1998. P. 66

1.2.3 b) El futuro de la relación

Tratando de responder a la pregunta de ¿Hasta dónde se puede permitir al injerencia de los medios de comunicación masiva y particularmente de la televisión en un régimen democrático? Es como nace este apartado. Cuestión clave en la actualidad para el desarrollo del régimen democrático. Un punto de partida es que:

“La democracia consiste en poner bajo control el poder político. No debe haber ningún poder político incontrolado en una democracia. Ahora, que resulta que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente se puede decir que es el más importante de todos, como si fuera Dios que habla. Y así será si continuamos consistiendo ese abuso (...) Una democracia no puede existir si no pone bajo control a la televisión, o más exactamente, no puede llegar a buen fin si el poder de la televisión no está plenamente descubierto.²¹”

Si ya se ha demostrado que la democracia necesita de la comunicación para legitimarse, que existe un cambio del paradigma de información a mera mercancía (movidos por la ganancia), que el mercado y al democracia comparten el fundamento de la libertad y se ha hecho hincapié en la necesidad del acceso a al información, sería bastante plausible agregar a esta relación que no puede estar ningún poder sobre el legítimamente constituido en los mecanismos de un régimen democrático. Sería pues una contradicción que existieras poderes por encima de los consagrados en un sistema procedimental democrático.

“Si el futuro de este diagnóstico, las poliarquías en las que vivimos pueden distanciarse más de los ideales de la democracia, pudiendo dar lugar a una crisis de legitimidad que termine cuestionando gravemente al sistema democrático, atentando contra él desde donde es más débil: desde los fundamentos de al representación, que podrían deslegitimarse, y desde la comunicación, que podrían denunciarse como una ceremonia de la manipulación, al estilo orwelliano. (...) Lo que la democracia

²¹ Popper, Karl, La degradación de la televisión, en: El país, Domingo 18 de septiembre de 1994, archivo: http://elpais.com/diario/1994/09/18/cultura/779839206_850215.html

precisa en realidad es una masa crítica de ciudadanos bien informados, lo bastante numerosa y activa como para estabilizar el proceso.^{22»}

Javier del Rey Morato hace la advertencia de hasta dónde puede llegar si no se somete al creciente poder de la televisión y propone una masa de ciudadanos informados (críticos por supuesto) que sean capaces de diferenciar y estabilizar el proceso.

Por otra parte y como medida para equilibrar el proceso comunicativo y evitar la concentración en unas pocas manos, Thompson recomienda la creación de un marco jurídico para permitir la existencia de medios alternativo de información:

“En mi opinión, el desarrollo futuro de las instituciones de los medios debería estar regido por lo que describiré como el principio del pluralismo regulado. Con ello me refiero a que debería establecerse un marco institucional que acomodara y asegurara a la vez la existencia de una pluralidad de instituciones de medios de comunicación independientes en las diferentes esferas de la comunicación de masas (...) No se trata sólo de legislar en contra de las actividades monopólicas que ponen en desventaja al consumidor al limitar la competencia: lo que está en juego no es nada más la libertad del consumidor para elegir, sino también la disponibilidad de una multitud de foros públicos donde se puedan expresar puntos de vista distintos. El individuo no es solamente un consumidor que merece alguna opción al seleccionar los objetos de consumo, es participe también de una comunidad o comunidades políticas donde la formación de al opinión y el ejercicio del juicio dependen hoy, en cierta medida de la disponibilidad de información y de la expresión de diversas ideas a través de los medios de comunicación masiva. La concentración corporativa de recursos en las industrias de los medios no es sólo una amenaza para el individuo como consumidor: también es una amenaza para el individuo como ciudadano.^{23»}

La discusión de fondo no es solamente ofrecerle más variedad de productos al consumidor, la cuestión es precisamente dejar de verlo como simple consumidor y regresarle su categoría de ciudadano crítico y una arena en dónde se aspiré a que la comunicación no sea

²² Del Rey Morató Javier Poliarquía y comunicación política: un nuevo paradigma cultural en: Democracia y posmodernidad, Teoría general de la información y comunicación política. Editorial Complutense, Madrid. 1996. P. 141

²³ Thompson, John B. Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco; segunda edición, México. 1998. P. 379

unidireccional: “Al mismo tiempo requiere, en lo que concierne a la cooperación rutinaria de las institucionales de los medios, una separación clara de las instituciones de los medios del ejercicio del poder estatal.”²⁴

Sin embargo y más allá del deber ser, la cuestión sigue siendo ¿Cómo separar estas dos instituciones que nacieron juntas y bajo el valor de la libertad? ¿Qué mecanismos crear y cómo llevarlos a cabo?

1.3. Grupos de presión

Se podría ver hasta como natural que en nuestros días, las esferas de la política y la esfera de lo económico se vean fuertemente influenciadas recíprocamente a tal punto, que en algunos casos se borra la línea cada vez más delgada.

Por otra parte que este proceso sea cada vez más cotidiano, no significa que sea lo ideal para el funcionar de una organización política. Si bien, se ha sostenido que para el correcto funcionamiento de un régimen democrático, son necesarias ciertas instituciones que favorezcan al mercado, no significa que estas instituciones deban invadir la arena política. Los grupos de presión, escapan pues, a encasillarse en alguna de las esferas políticas o económicas simplemente, invaden ambas arenas y tienen repercusión en ellas. En un primer acercamiento tenemos que:

“En principio, hay un par de elementos que podemos considerar esenciales para la definición de nuestra categoría: en primer lugar, debe existir una organización que busca o pretende representar a individuos u organizaciones que comparten uno o más intereses - o ideales- comunes; en segundo lugar, un grupo de poder de esta naturaleza puede ser fácilmente distinguido del interés que

²⁴ Thompson, John B. *Óp. Cit.* P.380

representa porque es una organización que - además de un personal a su servicio y normalmente una sede – cuenta con unas listas de afiliados en las que, a excepción de las corporaciones de adscripción forzosa, sólo figura una parte de sus miembros potenciales: la gente que coparte ese interés o intereses comunes.²⁵

1.3.1 Más allá del interés

En este primer acercamiento, se obtiene una característica fundamental de los grupos de interés. Elemento que los une, es decir, el interés propio. El interés, es el elemento aglutinador de los individuos que deciden formar una organización para alcanzar su fin.

Por otra parte si bien, se denomina “grupo de interés a cualquier grupo que, basándose en una o varias actividades compartidas, lleva adelante ciertas reivindicaciones ante los demás grupos de la sociedad, para el establecimiento, el mantenimiento o la ampliación de formas de conducta que son inherentes a las actividades compartidas” es también cierto que la categoría de grupos de presión:

“Esta indica al mismo tiempo al existencia de una organización formal y la modalidad de acción del grupo mismo en vista la consecución de sus fines: la presión. Entendemos pro presión la actividad del conjunto de individuos que unidos por motivaciones comunes tratan de influir, a través del uso o de la amenaza del usos de sanciones, en las decisiones 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 amenazas de intervención de otros grupos o del poder político mismo²⁶.”

Es una característica fundamental, sin embargo aún no se puede conocer la totalidad de la categoría. Si bien esta es una característica importante, también se abren otras interrogantes:

²⁵ Jerez Miguel, Los Grupos de presión en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política, Editorial Trotta, Madrid. 1997. Pp. 298

²⁶ Pasquino Gianfranco., Grupos de Presión en: Bobbio Norberto y Matteucci Nicola, *Diccionario de Política*, Siglo XX editores. P. 752

¿Si los une el interés, qué los diferencia de una organización meramente política? Y por supuesto ¿si los une el interés, qué tipo de interés es? ¿Cómo escapar, pues a ser un simple grupo de interés?

Se puede responder a las preguntas, si se observa la finalidad de este interés que no busca ni un bien para toda la comunidad (sólo para los integrantes del grupo de interés) y en que este bien es por lo regular de carácter económico.

“Convencionalmente se suele argumentar que, a diferencia de los partidos, los grupos de presión no se proponen dominar al gobierno entero mediante el control de sus miembros, sino ejercer influencia sobre el mismo para que adopte una política favorable a los objetivos que defienden o aspiran a conseguir, que bien pudiera consistir – como ya lo vimos- en sacar de la agenda determinado asunto, por un cierto tiempo o indefinidamente. (...) Los grupos de presión no pretenden remplazar ellos mismos al grupo que está en el poder, sino que, por lo general, aceptan al gobierno y a sus miembros como un hecho dado e intentan influir en su política obteniendo las máximas ventajas posibles (...) Sin embargo. En la realidad el planteamiento es bastante más complejo: el grupo de presión puede prestar su apoyo a una política determinada que favorezca sus intereses de modo que la línea divisoria entre dónde esté el grupo político y dónde el grupo de presión sea muy difícil precisar.²⁷”

Queda pues, más que claro que los grupos de presión se diferencian de otras organizaciones con carácter político, en que su objetivo no es como tal, acceder al poder político instituido. No buscan ser el órgano de dirección o toma de decisiones de la comunidad política; lo que buscan es influir y como su nombre lo dice, ejercer presión sobre el poder legítimamente y legalmente constituido.

“La terminología de grupos de presión proviene ciertamente de un grupo de interés, pero que se ha dotado de una organización y de un ordenamiento para defender sus intereses y que

²⁷ Jerez Miguel, Los Grupos de presión en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política, Editorial Trotta, Madrid. 1997. Pp. 299

desde allí ejerce presión sobre el Estado o el ente privado mayor, a efectos de sacara delante sus intereses cueste lo que cueste.²⁸”

Es decir, que no solamente se tiene un interés común. Este grupo debe estar organizado y contar con mecanismos para poder llevarlos a cabo, para poder insertarlos en la agenda del poder legítimamente constituido; para lo cual se apoyan en diversas formas de presión.

1.3.2 Métodos de presión

Siguiendo la línea anterior, los métodos comunes que utilizan los grupos de presión son los siguientes:

- a) Persuasión, es decir, el suministro de información y el empleo de argumentos racionales para hacer ver a la élites gobernantes y funcionarios de peso, a través de contactos muchas veces amistosos que las propuestas y demandas del grupo son justas y, que deben ser satisfechas
- b) La amenaza o intimidación
- c) Dinero
- d) El sabotaje de la acción de gobierno, que igualmente puede adoptar las formas más diversas: desde la mera negativa a colaborar con las autoridades lo que dañaría su política.
- e) Otros medios de acción directa, que, aunque no pretenden sabotear totalmente la acción de gobierno sí tienen gravedad suficiente para condicionar su actuación, en una u otra medida²⁹.

²⁸ Ayala Blanco Fernando, Mora Velázquez Salvador, Grupos de poder. La toma de decisiones en un modelo democrático, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2010. P. 114

Lo que describe Miguel Jerez son “Las tácticas o métodos de los grupos de presión van, pues, de lo constitucional a lo inconstitucional, y de lo legal a lo ilegal, variando en función de las limitaciones impuestas por instituciones, las reglamentaciones y los valores dominantes en una sociedad dada, y de acuerdo con el objeto sobre el que actúan.³⁰; por lo que no se podría hablar de un marco rígido para su actuación, pero si ver que en su actuación van más allá de jurídico y legal.

1.3.3 Lobbying

Uno de los procesos más comunes de los grupos de presión es el lobbying, en una primera definición, se tiene que:

“Cuando el destinatario de su influencia es el Parlamento, los grupos de presión suelen actuar fundamentalmente de cuatro modos: a) tratando de conseguir una representación directa en las cámaras mediante el apoyo a candidatos miembros del grupo que, una vez elegidos, defiendan los intereses del mismo; b) encargando al defensa regular de sus intereses a determinados parlamentarios, c) A través de la audiencia o hearing donde las comisiones correspondientes contrastan los datos que les remite la Administración con los que facilitan los representantes de los grupos, d) mediante el lobbying, estimulación y transmisión de comunicación por parte de alguien distinto a un ciudadano que actuara en su propio nombre hacia alguien que toma decisiones de gobierno, con la esperanza de influir en su decisión.³¹”

²⁹ Jerez Miguel, Los Grupos de presión en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política, Editorial Trotta, Madrid. 1997. Pp. 310-311

³⁰ Jerez Miguel, *Óp. Cit*

³¹ Jerez Miguel, Los Grupos de presión en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política, Editorial Trotta, Madrid. 1997. Pp. 312

Una vez que se han definido las conceptualizaciones de grupos de poder, se hace también necesario, que se examine un concepto muchas veces confundido, esto es lobbying. Al respecto, una magnífica definición es la que hace Gianfranco Pasquino:

“Como indica al expresión misma, tomada del corredor de los edificios parlamentarios y de al entrada de los grandes recintos en que frecuentemente residen los parlamentarios, se trata de una actividad o, mejor dicho, de un proceso más bien que de una organización. Es el proceso mediante el cual los representantes de grupos de intereses, actuando como intermediarios, ponen en conocimiento de los legisladores o de los *decisión markers* los deseos de sus grupos. Por lo tanto lobbying es, sobre todo, una trasmisión de mensajes de los grupos de poder a los *decision markers* por medio de representantes especializados³².”

Designación de un proceso en el que se inserta la transmisión de los intereses de los grupos de poder, al poder institucionalizado. Fue, pues, necesario, que existiese este proceso en la llamada “Ley Televisa”; sin embargo, también se hará necesario aclarar si no es que el mismo poder institucionalizado era al mismo tiempo los grupos de poder; basta por ahora recordar que los principales promotores de la “Ley televisa” tenían fuertes y sabidos nexos con el duopolio televisivo. Javier Orozco Gómez del Partido Verde Ecologista, impulsor de la reformas a la Ley de Telecomunicaciones y presidente de la Comisión e radio y Televisión y Cinematografía en la Cámara de Diputados (2005) fue anteriormente conocido abogado de Televisa. Si bien esto no significa que unos actores sean equivalentes al poder institucionalizado, tampoco es fortuito que se le conociera como la “tele bancada” al grupo que propuso e impulso las reformas.

³² Bobbio. Pasquino. P. 750

1.3.4 Características generales

Se ha llegado a una conceptualización más o menos uniforme, de los grupos de presión: Una organización con intereses particulares (no para el bien común) que mediante diversos métodos de presión buscan influir en el poder legalmente constituido para obtener sus fines, generalmente fines de ganancia económica. Es importante, una vez hecho un recorrido por el concepto hacer explícitas algunas características:

“Se plantean el objetivo de controlar de manera indirecta los factores de poder para aumentar sus beneficios morales o de lucro, a través de la generación de más ganancias en el orden político, económico, estratégico o religioso.³³”

Es decir que no es el fin en sí mismo acceder al poder político legal y legítimo (órganos de gobierno, partidos políticos, etc.) sino que el objetivo es ejercer influencia sobre ellos para insertar su fines en la agenda política, no interesa pues, el control del órgano que toma las decisiones en la comunidad política, sino influir en él. Valioso incrementar esto con algunas características, de acuerdo con Julio Lascano y Vedia (2010) se aportan las siguientes características:

- a) Capacidad organizativa
- b) Manifestación clara de sus intereses
- c) Presión que ejerce sobre el poder público
- d) El grupo no se asume responsable de las decisiones del poder, participa sin culpas y no pretende tomar el poder.

³³ Lascano y Vedia Julio, Grupos de poder, presión e interés. Su legado en el siglo XX, en: Ayala Blanco Fernando, Mora Velázquez Salvador, Grupos de poder. La toma de decisiones en un modelo democrático, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2010.

Por último, es importante, resaltar, una vez que se ha hecho mención de la relación entre democracia y mercado, que los valores de ambos favorecen a la aparición de los grupos de interés, y es también cierto que la globalización influyó en que los grupos de presión aumentaran su influencia en los procesos de decisión política. Tema del que precisamente será un caso particular el estudiado en los capítulos siguientes.

Capítulo 2

El inevitable ascenso e injerencia de los medios de comunicación en la Agenda Política del país

2.1 Alternancia en el ejecutivo y relación con los mass media

Las elecciones del 2000 fueron el marco adecuado para que, abanderando el estandarte del cambio y la promesa de sacar al PRI (y sus viejos vicios) de Los Pinos; el candidato por Acción Nacional condensara las promesas y la esperanza de un cambio en el régimen político y una ruptura con los viejos usos de la clase política, ya tan desgastados y carentes de innovación.

De esa manera se generaron grandes expectativas en torno a las reformas que traería consigo el primer gobierno de la alternancia, que cobijado bajo la promesa del cambio, llevó a la presidencia a Vicente Fox. La excepción no serían las posibles modificaciones en el andamiaje jurídico que tendrían lugar respecto a los medios de comunicación. Desde los primeros días de gestión, la relación entre los medios de comunicación y la administración foxista fue estrecha, así como la intención de modificar el régimen en la materia. En varias entrevistas el representante del Poder Ejecutivo manifestó la intención de cambiar la legislación de los medios masivos de comunicación:

“No, la ley está muy clara o, si no está clara, la gente razonable entendemos muy bien la ley, que se trata del 12.5 por ciento del tiempo comercial, del tiempo que un canal de televisión destina a lo comercial.” En dicha entrevista se le cuestionó que era el tiempo total de transmisión no sólo el tiempo comercial, a lo que contestó de la siguiente manera: “La ley dice ‘de tiempo de transmisión’ (...) Bueno, pues, de tiempo de transmisión de comerciales, digo... Bueno, de todos modos no voy a pedir ese tiempo. ¿Yo para qué quiero ese tiempo? Yo soy una persona lógica, práctica y que si la ley está ahí por un acuerdo que hicieron entre

medios y eso, yo encantado de disponer de ese tiempo, de usarlo, y lo vamos a disponer y lo vamos a usar.³⁴”

Fox manifestó que no quería utilizar todo el tiempo de que disponía y calificó este tiempo de “barbaridad”. Aunque se tenían innegables lagunas en el conocimiento de la legislación, se manifestó desde el inicio una seria intención de modificar el marco regulatorio. Así El 5 de marzo de 2001, se hizo un llamado a la ciudadanía en general a la reforma de los medios de comunicación y el Senado de la Republica instaló varias mesas especializadas para dar a conocer las diferentes propuestas; una de ellas fue la Mesa del Diálogo para La Reforma Integral de la Legislación de Medios Electrónicos. En dónde se mostraban datos interesantes, que al final no fueron tomados en cuenta, como por ejemplo la ya grotesca concentración del espectro radioeléctrico en manos de un duopolio:

En México, los miles de millones de dólares de ganancia por publicidad se quedan en unas cuantas manos, para ser exactos, en dos familias que tienen el control de la televisión mexicana y en 15 grupos que tienen el control de la radio. Para muestra un botón: “el grupo Televisa atiende a siete de cada diez televidentes y se embolsa más o menos seis de cada 10 pesos de los presupuestos de publicidad; Televisión Azteca acapara 20% del auditorio y la publicidad, mientras que la radio y la TV por cable deben sobrevivir con lo que sobra³⁵”.

En el 2002 los datos indicaban que el duopolio (entre Televisa y TV Azteca) concentraba cerca del 90% de la publicidad, sin embargo el llamado a revertir la tendencia no se dio, por el contrario las reformas encaminaron la concentración y mecanismos legales para que las concesiones en tales condiciones perdurasen.

³⁴ <http://mediocracia.wordpress.com/2007/page/2/>

³⁵ Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Lereee Beatriz, *No más medios a medias. Participación ciudadana en la revisión integral de la legislación de los medios electrónicos*, Senado de la República, Fundación Friedrich Ebert-México y autoras, Segunda Edición. Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República, México, 2002, PP. P. 136.

Con la creación de mesas y estudios sobre los medios de comunicación, se notaba una intención fuerte de una verdadera reforma integral e incluyente, (es notoria la participación de 53 organizaciones de la sociedad civil) una verdadera reforma integral que tocará de fondo los problemas vigentes y la atrasada legislación en materia de Telecomunicaciones. Al respecto de los futuros cambios, el entonces Secretario de Gobernación expresó:

"Lograr en el ámbito de un absoluto respeto a las libertades -y particularmente a la libertad de expresión- una relación sana, transparente y responsable entre el gobierno, los medios y la sociedad, para que a través de esta vinculación democrática se pueda garantizar la certidumbre y la seguridad jurídica a gobernantes y gobernados³⁶"

Los discursos y la inclusión de organizaciones de la sociedad civil, hacían pensar que se pudiese dar la entrada a una relación no solamente entre dos actores: Gobierno-Medio de Comunicación, sino que se abriera oportunidad un nuevo actor: la sociedad con su innegable derecho de comunicación y libre expresión. Se necesitaba, pues una reforma que modificará no solo la forma de recaudación, ya que si bien el aspecto económico era esencial, también era innegable que e contaba con el contexto adecuado y coyuntural para incluir a la sociedad, modificar el marco jurídico e integrar aspectos culturales en la necesaria apertura de los medios a las nuevas exigencias. En efecto el régimen en telecomunicaciones cambiaría y se daría un vuelco en la relación del gobierno y concesionados, sin embargo, la decepción acompañaría a los cambios: el régimen en telecomunicaciones y las relaciones entre actores parecería quedar ahora marcado por solamente uno de los actores: los grandes medios de comunicación, los concesionario, limitando las facultades del gobierno y sin darle entrada a la sociedad dentro de la nueva relación.

³⁶ Mensaje pronunciado por le Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, durante la instalación de la Mesa de Diálogo sobre la Legislación de Medios de Electrónicos, Mesa de Diálogo Para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación, México, D.F., 5 de marzo del 2001, pagina 1.

2.2 Últimas modificaciones al régimen de telecomunicaciones: un breve marco legal y jurídico.

Como se esperaba las reformas en materia de telecomunicaciones se llevaron a cabo, sin embargo no estuvieron acordes a las expectativas generadas ni en la dirección que se esperaba (mínimo por las intenciones mostradas lo primeros días del ejercicio de gobierno). Este apartado se centra en dos reformas que se dieron en la administración de Vicente Fox: El “decretazo” del 2002 y la llamada “Ley Televisa” del 2005. Reformas que en la presente investigación se consideran como centrales para la entrada de los medios de comunicación masiva en la injerencia de la agenda política del país y el riesgo que esto supone para el naciente régimen democrático en México.

2.2.1 Decretazo del 2002

La cercanía de la relación de las grandes empresas de medios de comunicación masiva con el primer gobierno panista fue innegable, es significativo el hecho de que el gobierno que llegó abanderando el “cambio” y la “Reforma del Estado” haya hecho cambios en los medios de comunicación, pero que en estos hayan estado ajenas otras formas alternativas de expresión y trabajos realizados previamente, aun más sorprendente es que se haya dado “facilidades” a ciertos consorcios. Un ejemplo de esto, es lo que se conoció popularmente como “el decretazo”, reforma a cargo del titular del Poder Ejecutivo.

Así pues, el jueves 10 de octubre del 2002, la relación entre los medios de comunicación masiva y el gobierno daría un vuelco. El decreto, modificaba la legislación vigente desde 1968 que obligaba a los concesionarios a ceder el 12.5 de su programación a tiempos oficiales a cargo del Estado, que se destinaría para difusión de las acciones del gobierno. Se establecía un nuevo marco jurídico para el pago de impuesto de los concesionados, partiendo de que:

“Que en el esquema jurídico actual, existe incertidumbre en el alcance de audiencia efectiva que tienen los tiempos que administra el Ejecutivo Federal en los medios electrónicos de comunicación, lo que obliga a replantear su uso para que éstos puedan cumplir adecuadamente su propósito social;(…) Que es necesario emitir el presente Decreto que ofrece certeza y seguridad jurídicas a los concesionarios de estaciones de radio y televisión, al prever una nueva forma en la que, en el futuro y en atención a su función social, las concesionarias podrán dar cumplimiento a las obligaciones fiscales…”

Así pues, bajo los argumentos de una innovación a la función social de los concesionarios, se modifica la forma de pagar los impuestos, reduciendo significativamente el porcentaje. Importante sería conocer la justificación de la relación entre bajar un 90% los tiempos oficiales y la nueva función social que supuestamente desempeñarían los concesionarios. En términos generales el “Decreto” sostuvo:

“Artículo Primero_ Los concesionarios que tengan la calidad de responsables solidarios al pago de dicho impuesto y, por tanto, como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación, pagarán la contribución que se menciona con dieciocho minutos diarios de transmisión en el caso de estaciones de televisión, y con treinta y cinco minutos diarios en las de radio, para la difusión de materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal con una duración de veinte a treinta segundos, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial (...) Si el Ejecutivo Federal no utilizare, total o parcialmente, tales tiempos para transmisión, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión(...) Los tiempos de transmisión a que se refiere la fracción anterior serán distribuidos de manera proporcional dentro del horario de las 06:00 a las 24:00 horas en cada radiodifusora o televisora de que se trate…”

En este pequeño artículo, se reduce el impuesto que deben pagar los concesionados y de distribuye de manera diferente, además de que se regala el tiempo que el Ejecutivo Federal no utilizase en la transmisión de sus mensajes, en pro de no interrumpir los servicios del concesionario. Un muestra de que el Poder Ejecutivo prefirió doblegarse a los grandes concesionarios en vez de negociar.

Artículo segundo.- Con el pago a que se refiere el artículo anterior, quedará cubierto íntegramente el impuesto establecido por el artículo noveno de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1968.”

2.2.1 a) En defensa del decreto

Para Vicente Fox, el decretazo ayudaría a la creación de medios de comunicación cada vez más "responsables y profesionales" y se estimaba el alcance en que "se establecen nuevas condiciones para que la industria cumpla con sus obligaciones tributarias y para que los mensajes del Estado lleguen a mayores audiencias y tengan el impacto necesario.³⁷" Era de esperarse que defendiera su propio decreto, y lo hizo basándose en el argumento de una mejora en la audiencia de los receptores del mensaje. Según el impulsor de este decreto, las ventajas del decreto serían las siguientes:

"Permitirá a México tener medios de comunicación más democráticos y libres, que no estén cooptados por el Estado mexicano, acordes con los nuevos tiempos que vivimos. Es imprescindible para el avance del país superar esa caduca y paternalista normatividad que se creó en el pasado con un interés autoritario para

³⁷ Ángeles Alejandro y Mejía Angelina “Elogian radio y TV acuerdo, pero lo cuestionan panistas. Viernes 11 de octubre de 2002” En: El Universal.:

http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=13256&tabla=primera

coartar la libertad de expresión. A partir de ahora, los medios han quedado libres de compromisos políticos condicionantes con el gobierno (...) Gracias a este nuevo reglamento, la sociedad mexicana podrá participar activamente, de manera directa, en el Consejo Nacional que tiene que ver con los medios de comunicación, para aportar su visión y para conducir el desarrollo de los medios de comunicación. Además, por primera vez las y los ciudadanos tienen derecho de réplica ante los medios electrónicos, ahora será una obligación de cada medio de comunicación abrir el espacio de réplica a los ciudadanos (...) Esto fortalece las garantías individuales y el respeto a los derechos humanos.³⁸”

Los argumentos expresados por el titular del Poder Ejecutivo y por los miembros de su gabinete y de destacados panistas se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Apoyar la libertad de expresión. Se argumentó que la modificación a la legislación traería necesariamente medios más libres, un avance en el proceso democratizador.
- Romper con las viejas reglas creadas por el otrora partido hegemónico. El decreto representó una coyuntura para pasarlo como un rompimiento con los usos de la vieja clase política.
- Garantizar un mayor número de receptores del mensaje y el impacto de estos. Se consideró que el 12.5% de la programación que era destinada a los usos del gobierno, se transmitían regularmente en horarios poco concurridos por los espectadores, así que se juzgo conveniente reducir el tiempo pero pasar los mensajes en horarios con alto rating para mayor impacto.
- Un exceso en el porcentaje del tiempo de las radiodifusoras. El presidente Fox llegó a argumentar a pocos días de tomar el cargo, al respecto de los cuestionamientos en cuanto a los tiempos oficiales “Bueno, de todos modos no voy a pedir ese tiempo. ¿Yo para qué quiero ese tiempo? Yo soy una persona lógica, práctica y que si la ley está ahí por un acuerdo que hicieron entre medios y eso, yo encantado de disponer de ese tiempo, de usarlo, y lo vamos a disponer y lo

³⁸ Benavides Carlos, “Defienden el acuerdo con medios” En El Universal, 13 de octubre de 2002.

vamos a usar”, es decir se manifestó que era un exceso usar ese tiempo en los horarios que proporcionaban las televisoras.

El decreto a fin de cuentas redujo el tiempo en un 90%, sin embargo, es importante señalar que después de esta reducción, la administración del primer gobierno de la alternancia se decidió a comprar tiempo en televisión para transmitir sus mensajes en un horario estelar, hecho sin precedentes, el gobierno decidía no negociar nuevas formas en la transmisión de sus mensajes, en cambio se optó por aceptar las condiciones de los monopolios y a fin de cuentas comprar en lugar de usar los recursos legales. Tal vez esto no se pueda entender fuera del contexto, de una administración marcada durante todo el sexenio por el uso mediático de los “logros” del primer Ejecutivo de origen panista y el exceso en los usos de éste rubro³⁹.

“Tan sólo entre enero y mayo de 2003 el gobierno mexicano difundió un millón 837 mil spots de 30 segundos en radio y televisión con mensajes del presidente Fox. En las televisoras, en lugar de los 180 minutos diarios de transmisión a los que tenía derecho el gobierno federal se quedó solamente con 18. En radio, mantuvo solamente 35 minutos diarios. Además ese tiempo, que según las reglas anteriores podía ser utilizado por todas las instituciones del Estado (el Congreso, las universidades públicas y la autoridad electoral, entre otras) quedó reservado para ser empleado solamente por el gobierno federal.⁴⁰”

Uno de los argumentos que utilizó fue que existía un exceso en tiempo y que según palabras del mismo Fox “era un persona racional” que no utilizaría, sin embargo, según el informe de la Secretaría de Hacienda del 2002 se confirmó que:

³⁹ Se calcula que en el sexenio de Vicente Fox se gastó cerca 4 mil 600 millones 601 mil pesos, en publicidad, propaganda y medios de comunicación: <http://www.sinembargo.mx/22-11-2012/435207>

⁴⁰ Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Ediciones Cal y Arena, México, 2004. P. 97

“Además, que durante el gobierno actual ese tiempo fue aprovechado casi exclusivamente por la administración central. Descontando los anuncios del Instituto Federal Electoral y de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, tenemos que el Ejecutivo Federal utilizó el 91.51% del tiempo fiscal.⁴¹”

Por lo que el argumento de la utilización parcial del tiempo, o estaba mal calculado o se buscaban otros fines. No se podía ya sostener ese argumento; si Fox decía al inicio de su administración que no usaría todo el tiempo oficial, que le parecía una barbaridad, los datos muestran que no solo lo utilizó en su totalidad sino que lo acaparó casi en su totalidad, entonces, ¿Qué necesidad existía en bajar el tiempo oficial si se usaría hasta el exceso de comprar tiempo para obtener un mayor rating? ¿Por qué acaparar el tiempo en solo “logros” del sexenio? ¿No existían alternativas para llevar de otra manera la reforma? Necesario recordar unas de las recomendaciones hechas en el 2002 en una mesa sobre una posible reforma:

“Este tiempo nunca ha sido usado a cabalidad y menos aún se ha informado públicamente cuál es su uso y administración, y a quien más beneficia es a los propios concesionarios y al Ejecutivo Federal; por ello, se propone terminar con la modalidad el pago en especie, sin que esto signifique la eliminación de la obligación fiscal; por el contrario, es pertinente que la obligación de pagarlos se cumpla bajo la norma, para que se traduzcan en pesos y centavos, lo que implicaría una recaudación fiscal de aproximadamente mil millones de pesos.⁴²”

Las alternativas existían, ya sea por falta de carácter o por congratularse con los grupos de poder, Vicente Fox no llevó a buen puerto la reforma, ni sirvo para lo que se pensó, ni tuvo mayor audiencia, ni mucho menos se tradujo en una mayor recaudación fiscal y se siguió acaparando el tiempo por el Poder Ejecutivo.

⁴¹ <http://mediocracia.wordpress.com/2007/08/05/%C2%BFcuanto-coste-el-decretazo-de-2002/>

⁴² Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Lereee Beatriz, No más medios a medias. Participación ciudadana en la revisión integral de la legislación de los medios electrónicos, Senado de la República, Fundación Friedrich Ebert-México y autoras, Segunda Edición. Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República, México, 2002, p. 128

2.2.2 Reforma del 2005, “Ley televisa”

La relación entre Vicente Fox y los medios de comunicación siempre fue estrecha, el mismo y por medio de su Secretario de Comunicación Santiago Creel realizaron varias declaraciones en donde se mencionaba la intención de reformas integrales. En el 2005 se crearon varias mesas con expertos para conocer el contexto de los medios de comunicación y poder reformarla lo más acorde a las verdaderas necesidades. La intención de darle un nuevo matiz a la relación con los medios de comunicación y grandes consorcios se manifestó desde el principio del sexenio. Sin embargo, ahora sería el turno de otro partido diferente al que pertenecía el Poder Ejecutivo: PRI, que en la Cámara de Diputados presentó lo que se conocería popularmente como “Ley televisa” aprobada por unanimidad en el Congreso (incluida la “oposición”) y avalada por el PRI Y PAN en el Senado. Claro que Fox no vetó la reforma y entraron en vigor cambios a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley de Radio y Televisión muy diferentes a lo planteado por expertos.

Dentro de muchas peculiaridades que tuvieron estas reformas, fue notorio que se aprobará por unanimidad la iniciativa y que se llevará con tanto éxito después de que lo habían intentado anteriormente sin progreso alguno. ¿Por qué se aprobó en un tiempo record de 7 minutos? En fin, ¿Porqué esta vez sí y las pasadas no? Es necesario pues, mencionar el contexto: las elecciones presidenciales. No fue casual que se llevarán a cabo días antes del comienzo del proceso electoral. Además se hace necesario señalar que fue una reforma votada a todo vapor, sin tomar en consideraciones, ni los esfuerzos realizados en años previos de trabajo:

“Tampoco se incluyó alguna de las conclusiones de los trabajos realizados durante más de tres años por la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Radio y Televisión, organizada por la Secretaría de Gobernación, ni los avances logrados a lo largo de cuatro años de trabajo de la Conferencia Interparlamentaria y la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado para el sector de las telecomunicaciones, con el fin de crear una relación más transparente, justa y equitativa entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.⁴³”

Al igual que con el decreto del 2002, existían esfuerzos y trabajos previos, existían pues exposiciones de motivos para llevar una reforma muy diferente a la que finalmente se dio en el 2005.

2.2.2 A) Proceso

El 22 de noviembre del 2005 el diputado por el Partido Revolucionario Institucional, Miguel Lucero Palma, también secretario de la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados, presenta ante la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados una iniciativa de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y reformas a la Ley de Radio y Televisión. Sin mayor inconveniente se aprobó el anteproyecto turnado a comisiones unidas, precedida por Ángel Heladio Aguirre Rivero y Javier Orozco Gómez, y se publicó para su discusión el 1 de diciembre de 2005. Lo poco usual no sería solamente que el diputado Miguel Palma propusiera una iniciativa (ya que en dos años, por si sólo nunca propuso una sola iniciativa) sino la posterior aprobación de la misma en fast track y por supuesto el contenido controversial de la misma.

⁴³ Esteinou Madrid, Javier *La reproducción del poder comunicativo en México a través de la Ley Televisa* Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, Vol. 5, Núm. 1, 2009, pp. 51-90 Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa México. 53

La iniciativa de reforma a la Ley de Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, se presentó en el pleno el 1 de diciembre del 2005 y en solamente 7 minutos, con 327 votos a favor, cero en contra y cero abstenciones es aprobada por unanimidad. Proceso lleno de irregularidades, ya que las reformas a las leyes son aprobadas sin discusión ni exposición de motivos. Es necesario abrir la interrogante: ¿Por qué todos votaron a favor de las reformas? Las razones certeras nunca se sabrán, sin embargo es necesario que se piense el contexto de las elecciones presidenciales, y la necesidad que marcan los tiempos de no quedar mal con quienes transmitirían su propaganda⁴⁴. Así pues sin ningún problema la Cámara de origen la aprobó y era el turno de a discusión en la Cámara de Senadores, quien fungiría como cámara revisora.

La Mesa Directiva de la Cámara de Senadores recibió el proyecto y lo turnó a las comisiones unidas, que en correspondieron a las comisiones de Comunicaciones y Transportes precedida por Héctor Osuna Jaime por y la Comisión de Estudios Legislativos que no tuvieron mayor problema en aprobar el proyecto y elaborar un dictamen, el cual se incluyó en la orden del día 31 de marzo en dónde ahora si, a diferencia de la Cámara de Diputados, hubo discusión y al final fue aprobada y enviada al poder Ejecutivo para su virtual aprobación. Notorias fueron las intervenciones de Senadores como Javier Corral, que siendo miembro del mismo partido que del que provenía el Ejecutivo Federal hizo una notable defensa por la no aprobación de las reformas.

Los legisladores inconformes con la lo sucedido en las Cámaras de diputados y Cámara de Senadores buscaron el amparo del Poder Judicial. Así fue que 47 senadores se presentaron el 4

⁴⁴ La bancada de la “izquierda” de la Cámara de Diputados de igual forma la aprobó por unanimidad, el entonces líder de la bancada Dip. Pablo Gómez argumentó que no leyó bien el contenido y por eso pidió a su bancada votara a favor.

de mayo de 2006 en la Suprema Corte de Justicia de la Nación a interponer una demanda de inconstitucionalidad en contra de las reformas a la Ley Federal de Comunicaciones y a la Ley de radio y Televisión por violar principalmente los artículos 1, 25, 27, 28 de 27 de la Constitución Política.

El 7 de junio de 2007, el Máximo Tribunal de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, dictaminó que existían 16 párrafos en el decreto que violaban el Estado de derecho e iban en contra de la Constitución Política. Y se pudo limitar en algunos aspectos:

“Según el proyecto de sentencia del ministro de la Suprema Corte de Justicia, Sergio Salvador Aguirre Anguiano, encargado de la presentación del caso para su votación en el pleno de la SCJN, la ley “propicia la concentración de los servicios de telecomunicaciones, lo que se contrapone a un régimen que asegure una pluralidad de concesionarios que evite la formación de grupos de poder en una actividad que tiene influencia decisiva en la sociedad”⁴⁵.

La Suprema Corte de Justicia, argumentó que se debían eliminar algunos párrafos ya que propiciaban la formación de monopolios y la concentración del servicio en unos pocos concesionarios.

El proceso culmina cuando se pasa para su aprobación al titular del poder Ejecutivo, sin embargo, y para no variar, el proceso culminó como inició: lleno de irregularidades.

“El Poder Ejecutivo desconoció el mandato de la Constitución Política mexicana que señala que la Consejería Jurídica de la Presidencia de la República debe formular observaciones a las propuestas de normatividades que le son enviadas por el Congreso de la Unión para su autorización. En el caso que nos ocupa, sin efectuar ese procedimiento institucional se publicaron las reformas para que entrara en vigencia

⁴⁵ Lara, Miguel Ley de Radio y Televisión: *Monopolio Contra la Libertad de Expresión y la Democracia* Razón y Palabra, vol. 12, núm. 57, junio-julio, 2007 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México

lo antes posible, incluso antes de que concluyera el periodo reglamentario que le correspondía cumplir para efectuarla.⁴⁶

2.2.2 b) Modificaciones

A continuación, se hace mención de los principales artículos reformados y se procede a explicar la polémica que generaron.

Ley federal de radio y televisión

Artículo 2o. “...El servicio de radiodifusión es aquél que se presta mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuido por el Estado precisamente a tal servicio; con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.”

Artículo 3o. “La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posible, dentro de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuidas a tal servicio. Artículo reformado DOF 11-04-2006”

Era prácticamente una reforma en forma automática de las concesiones, dejando sin oportunidad a que existiese una competencia, cerrando el camino a nuevos interesados en el mercado y además, basando está competencia, solo en el interés económico, dejando fuera la función social de un bien de interés público. Esta forma de refrendo se encamina a obtener beneficios de una sola

⁴⁶ Esteinou Madrid, Javier *La reproducción del poder comunicativo en México a través de la Ley Televisa* Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, Vol. 5, Núm. 1, 2009, pp. 51-90 Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa México. P. 63

parte, de los grandes consorcios de televisión y radio, los concesionarios beneficiados no deben necesariamente entrar en otro proceso, ya que cuando termine tendrán preferencia sobre terceros, podrán volver a ampliar sus licitaciones prácticamente si problema alguno.

Artículo 16. El término de una concesión será de 20 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros. El refrendo de las concesiones, salvo en el caso de renuncia, no estará sujeto al procedimiento del artículo 17 de esta ley. Invalidez”

Una subasta pública, es decir, una venta al mejor postor, el principal criterio para decidir el destino de las concesiones no será ningún interés social, sino un interés meramente económico.

Artículo 17. Las concesiones previstas en la presente ley se otorgarán mediante licitación pública. El Gobierno Federal tendrá derecho a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la concesión correspondiente. La duración de los permisos no excederá de 20 años, renovables por plazos iguales.

Después de la intervención de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, quedó de la siguiente manera:

Artículo 17. Las concesiones previstas en la presente ley se otorgarán mediante licitación pública. El Gobierno Federal tendrá derecho a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la concesión correspondiente.

Artículo 17-G. La Comisión valorará, para definir el otorgamiento de la concesión, la congruencia entre el Programa a que se refiere el artículo 17-A de esta ley y los fines expresados por el interesado para utilizar la frecuencia para prestar el servicio de radiodifusión, así como el resultado de la licitación a través de subasta pública.

Art. 28. (...) En el mismo acto administrativo por el que la Secretaría autorice los servicios de telecomunicaciones, otorgará título de concesión para usar, aprovechar o explotar una banda de frecuencias

en el territorio nacional, así como para instalar, operar o explotar redes públicas de telecomunicaciones, a que se refieren las fracciones I y II, respectivamente, del artículo 11 de la Ley Federal de Telecomunicaciones. Estos títulos sustituirán la concesión a que se refiere el artículo 21 de la presente Ley.

Si uno de los criterios principales fuese para la renovación el uso de infraestructura, y la penetración de los medios, se encontrarían en clara desventaja los futuros concesionarios ya que es difícil desarrollar una infraestructura y una penetración de los servicios, si no se cuenta con una concesión o forma previa de desarrollarlo, lo cual facilita el camino de los actuales concesionarios para su eventual renovación.

Artículo 28-A. La Secretaría emitirá disposiciones administrativas de carácter general para fines de lo previsto en el artículo 28 de esta ley atendiendo, entre otros, a los siguientes criterios: I. El uso eficiente del espectro radioeléctrico y de la infraestructura existente; II. La promoción de la competitividad, diversidad, calidad y mejores precios de los servicios, y III. El impulso de la penetración y cobertura de servicios. La Secretaría vigilará que no se afecten en forma alguna los servicios de radiodifusión, ni la implantación futura de la digitalización de los propios servicios. (Artículo adicionado DOF 11-04-2006. Declarado inválido por sentencia de la SCJN a Acción de Inconstitucionalidad DOF 20-08-2007)

El artículo 28-A causó una gran polémica, ya que en el último párrafo afirmaba vigilar la futura “digitalización” de los servicios. Curioso que en un solo artículo y en un párrafo solamente se haga mención de la futura digitalización de los servicios, pero no se mencionó si cómo serán estos, si los concesionarios pagarían algo al gobierno por explotar otras formas de telecomunicaciones. Lo que se encontraba de fondo era el pasó de la televisión análoga al triple play, es decir, no sólo tendrían la posibilidad de explotar televisión o radio, sino que con la digitalización se podría mercantilizar televisión, internet y líneas telefónicas, sin que eso representará recursos extras en las finanzas estatales, sin que significara que los concesionarios debieran desembolsar más recursos.

Si bien el argumento que se debían seguir los estándares para una adecuada competencia, es también innegable que quedaron lagunas enormes en cuanto a la forma en que se harían, ¿El gobierno regalaría esta transformación de analógica a triple play? ¿Se podrían explotar por el mismo costo? ¿Cómo y cuando se devolverán los canales analógicos? Según palabras de uno de los principales opositores a ésta ley: “Se trata, insistió, de que en el tránsito de la televisión analógica a la digital se permitirá a Televisa quedarse con las concesiones que tiene y comprar las del nuevo espectro, lo que le permitirá operar servicios adicionales, como telefonía y la red de voz y datos conocida como triple *play*”⁴⁷. Lo que se encontraba detrás no solamente eran aspectos técnicos ni la forma en que se redefinirían las concesiones, sino que se regalaban nuevas formas de explotar las telecomunicaciones y no se dejaba en claro si la convergencia tendría algún costo y cuanto sería este.

“Sin entrar en terrenos técnicos, podemos decir que la convergencia digital implica la transmisión simultánea de imágenes, datos y voz (...) lo que está en juego en la convergencia tecnológica no es tanto el número de servicios sino el sistema de redes que puede construirse (...)”⁴⁸

LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

La otra ley que se forma parte de la “Ley Televisa” es la Ley Federal de Telecomunicaciones, complemento de la Ley de Radio y Televisión. Al respecto es necesario citar:

⁴⁷ Becerril Andrea, “*Concesiones a cambio de apoyo a Madrazo: Corral*”. En: El Universal, 3 de diciembre de 2005

⁴⁸ Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, La Ley televisa de México, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador. Pp. 40-45, 2006. P. 43

“Artículo 13. El servicio de radiodifusión, incluyendo el otorgamiento, prórroga, terminación de concesiones, permisos y asignaciones, para usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencias atribuidas a tal servicio, se sujetará a lo dispuesto por la Ley Federal de Radio y Televisión. Los servicios de telecomunicaciones que se presten a través de las bandas de frecuencias atribuidas a los servicios de radiodifusión se regirán por lo dispuesto en la presente Ley.”

Una de las implicaciones de las reformas es que el gobierno perdería partes de sus facultades, no sería ya más en telecomunicaciones quien decidiría a los concesionarios sino que se limitaría a ser arbitro y a simplemente regular la subasta por medio de la cual se otorgaría la concesión al mejor postor, en un claro intento por nulificar cualquier competencia real y ya ni hablar de la función social del concesionario. Las reformas no solamente dejaron fuera a la ciudadanía y a los medios de comunicación autónomos, sino que los grandes concesionados (con fuerte poder económico) restaron facultades al Estado haciendo la relación más cargada hacia sus propios intereses y a su modo.

“Una de las partes medulares por la que se llama “Ley televisa” es porque establece que las concesiones no serán ya designadas por el Estado, sino que se hará una subasta pública sujeta a la mayor puja (art.2 y 28-A). Los organismos encargados de vigilar que la competencia sea justa, como es el caso de la COFECO, solo pueden emitir opiniones sobre las solicitudes, sin contar con recursos legales para actuar de manera directa en caso de la COFECA, solo pueden emitir opiniones sobre las solicitudes, sin contar con recursos legales para actuar de manera directa en caso de detectar tendencias en la concentración de medios (...) Otro aspecto de la Ley es su carácter meramente económico. Las radios comunitarias y la televisión pública no son tomadas en cuenta en su carácter de interés público a prohibir la búsqueda de esquemas alternativos de financiamiento para hacer frente a la digitalización. Limitados a los subsidios estatales o a los apoyos comunitarios, los medios públicos están sujetos a los tiempos de los medios comerciales para cambiar al nuevo espectro radial o televisivo, es decir, tienen como plazo tres años. Sin incentivos y sin el reconocimiento como medios de interés público y social, los permisionarios desaparecerán del espectro y sus frecuencias subastadas.⁴⁹ⁿ”

⁴⁹ Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, *La Ley televisa de México, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador, 2006. P. 43

2.3 El poder mediático del duopolio televisivo después de las reformas

Antes de que se tuvieran éxito éstas reformas, es decir, “Al inicio del 2004 había, según datos del gobierno mexicano, 461 estaciones de televisión concesionadas. De ellas el 80% eran propiedad o afiliadas del consorcio televisa, la cadena de televisión más grande en idioma español⁵⁰”, un número verdaderamente grande de concentración en manos de un solo productor (ya sea como parte, afiliadas o aliadas) hablar de un 80% va en contra de toda lógica antimonopólica. No obstante aún faltaba por conocer los efectos de las reformas.

Así, pues se consolidaron finalmente los intereses de estos grupos después de aprobadas las reformas, en cuanto a la ganancia que obtuvieron el duopolio, es difícil calcular o estimar la cantidad neta de la ganancia, sin embargo, uno de los principales opositores a la reforma; Javier Corral argumentó que: “la pérdida económica para el Estado mexicano por beneficiar a Televisa con el uso gratuito del espectro radioeléctrico nacional es de más de mil millones de dólares”⁵¹; es decir, que, una parte de la misma clase política, se opuso a las reformas que consideraron como un “negocio”, ya que no solamente era una nueva legislación, sino un negocio para los propios intereses del duopolio y a un costo bajísimo.

Para poder tener una idea del costo real, de lo que en realidad pudo haber valido el espectro radio eléctrico y la transformación a la era digital, es útil, valerse del cálculo hecho por Raúl Trejo:

⁵⁰ Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Ediciones Cal y Arena, México, 2004. P. 108

⁵¹ Publicado originalmente en Revista Mexicana de Comunicación: Javier Corral y Javier Lozano de cara a los poderes fácticos | Revista Mexicana de Comunicación

“Raúl Trejo Delarbre, analista Político de medios, llevó a cabo un ejercicio interesante. Según su dicho, la televisión abierta en México difunde en una banda de 6 Mhz. Televisa cuenta únicamente en el valle con 4 canales –sumados cuatro canales espejo usados en la transición de lo analógico a lo digital- lo que le permite disponer de 48 Mhz. Si sumamos sus filiales en el país (258) y sus respectivos canales espejo, estamos hablando de poco menos de 3.100 Mhz. Por la utilización de ese espectro Televisa no pagó –y con la nueva Ley tampoco lo hará- un centavo al Estado. Según recuerda en su exposición, nueve años atrás as compañías telefónicas se les cobró por utilizar un megahertz en el Valle de México cinco millones de dólares.”⁵²

No implemente fueron las concesiones a un costo bajo (que no fue poca cosa lo que se perdió, se estima en miles millones de dólares), ya que según Javier Corral, “Tan sólo en el Distrito Federal, un megahertz vale 5 millones de dólares y actualmente el espectro de mayor calidad es el de la banda UHF, que abarca de los canales 14 al 56”, entonces poder calcular una cifra concreta y precisa es difícil, sin embargo queda claro que el costo real superó con mucho al que se estipulaba en “Ley Televisa”.

El negocio resulto redondo para el duopolio televisivo, a parte de tener una concesión prácticamente vitalicia, fueron agraciadas con un negocio triple; el negocio ya no solamente incluía explotar el espectro televisivo sino que podrían hacer la convergencia a televisión análoga a comunicación digital (triple play), sin que quedará claro cuanto debían pagar por explotar ahora adicionalmente telefonía y servicio de internet. Se contaba con el marco legal para competir a los grandes monopolios de telefonía, TV vía satélite e internet. La transmisión no solo de imágenes, ahora se transferirían datos y voz sin quedar claro los pagos por las convergencias, y sin contar con instituciones reguladoras, que pudieran sancionar de forma correcta.

⁵² Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, La Ley televisiva de México, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador. 2006. P. 44

En Estados Unidos, continuó Corral, "ingresaron 28 mil millones de dólares al Estado por recuperación del espectro y se creó un fondo de mil 500 millones de dólares para apoyar el tránsito de la tecnología analógica a la digital (...).Esta minuta (Ley Televisa) no prevé la recuperación del espectro."⁵³

Uno de los principales opositores a la Ley Televisa, el entonces Senador Javier Corral sostuvo como ejemplo el mismo paso de era análoga a digital en Estados Unidos, con lo que se puede inferir que si bien, los tiempos y las leyes del mercado cambian, eso no es sinónimo de que se deban consolidar monopolios, se deba evitar la competencia, pierda atribuciones el Estado, se dejé de pagar por las concesiones o que la relación sea cargada solamente hacia los concesionarios.

2.3.1 La consolidación de un duopolio.

Las reformas surtieron efecto y como era de esperarse; la relación entre los medios de comunicación masiva (entiéndase los grandes concesionarios) y el gobierno sería diferente; los primeros formaron un duopolio cuyo poder difícilmente sería cuestionado. El poder de televisa creció considerablemente; ya en el 2006, para poder tener una idea del poder económico de la empresa en comparación con otros concesionarios se tiene que:

"El número de estaciones concesionadas de radio y televisión es de 1610 estaciones operadas por 370 concesionarios (1149 estaciones de radio y 461 de televisión); 528 de las estaciones de radio están concesionadas a 18 empresas de carácter nacional y, el resto, a pequeños concesionarios locales. En televisión la concentración es mayor: 258 estaciones de televisión integran el consorcio televisa."⁵⁴ P. 42

En el 2006, existía ya de por sí una concentración excesiva de concesiones en pocas manos y una concentración grosera en cuanto a los operados por televisa:

⁵³ Proceso 2006.

⁵⁴ Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, La Ley televisa de México, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador. Pp. 40-45, 2006. P. 42

“Vemos así que efectivamente la Ley impulsa la monopolización en radio y televisión. De acuerdo con la teoría económica un mercado monopolístico es aquel donde existe un solo vendedor que domina por completo la oferta (en nuestro caso de contenidos informativos), donde existen fuertes barreras de entrada para terceros (eliminando la competencia) y donde el monopolista puede fijar sus precios arbitrariamente (en nuestro caso, fijando la programación de acuerdo a su voluntad). El caso del oligopolio -como lo vivimos actualmente a través de Televisa y TV Azteca, que es prácticamente un duopolio, ya que concentran un 90% del mercado- es muy similar al del monopolio ya que también impide la competencia, sacrifica la eficiencia y reduce la calidad y aumenta el precio.⁵⁵”

Sin pretender caer en generalidades, pero también apegándose a un criterio básico y una definición elemental, no es difícil comprender por qué se consolidó, un verdadero duopolio en materia de telecomunicaciones (después de la “Ley Televisa” ya no se podría llamar solamente duopolio televisivo). Entre dos concesionados, entre Televisa y TV Azteca tenían cerca del 90% de las estaciones de radio y televisión, pero además contaban con todas las bases legales para poder tener la concesión por un periodo de veinte años y poder renovarlo casi sin ninguna barrera legal, cuentan además con las condiciones para fijar precios y tarifas en el mercado; en pocas palabras, la competencia es prácticamente nula. La consolidación de estos dos concesionados ha nulificado cualquier competencia.

⁵⁵ Lara, Miguel Ley de Radio y Televisión: Monopolio Contra la Libertad de Expresión y la Democracia Razón y Palabra, vol. 12, núm. 57, junio-julio, 2007 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México, México. P. 3

2.4 Cabildeo y negociación no regulado, instrumentos para la entrada a los medios de comunicación como grupos de poder.

Las políticas económicas actuales y la cada vez más compleja sociedad, desdibujan las fronteras tangibles entre las esferas política y económica. Y no es que las relaciones entre la esfera económica y política hayan permanecido como dicotomías, al contrario siempre han ido de la mano, modificando, trasformando las diferentes relaciones sociales, de la misma manera los grupos de presión, siempre han mantenido una injerencia en ambas esferas (cuyos temas desborda los límites de la presente investigación), lo que está a discusión no es pues, ni la interpenetración de la frontera económica y política, pero si la injerencia marcada de ciertos grupos de interés y de una forma tan descarada y directa.

“Ya en el siglo XXI, durante 2001 y 2002, los industriales monopólicos de la radio y televisión presionaron con gran fuerza al Estado, a través de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y otros organismos, para que el 10 de octubre de 2002 el Poder Ejecutivo impusiera de manera autoritaria el Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto y el nuevo Reglamento de la LFRyT en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión, sin que el Congreso protestara ni se consideraran las demandas de la ciudadanía.⁵⁶”

Si se hace memoria y se recuerda uno de los medios de los grupos de presión para lograr sus intereses, es precisamente la persuasión: “el suministro de información y el empleo de argumentos racionales para hacer ver a la élites gobernantes y funcionarios de peso, a través de contactos muchas veces amistosos que las propuestas y demandas del grupo son justas y, que deben ser

⁵⁶ Esteinou Madrid, Javier La reproducción del poder comunicativo en México a través de la Ley Televisa Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, Vol. 5, Núm. 1, 2009, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa México p. 54

satisfechas⁵⁷”, no es difícil entender que ese fue uno de los métodos usados por el duopolio para llevar a cabo su interés, se argumentó que los nuevos tiempos requerían una nueva legislación, sin embargo, nunca se especificó en la exposición de motivos que ésta ley sería a conveniencia de los monopolios. Queda aun por responder, cuales son estos “contactos amistosos” con los que el duopolio contaba.

“La carta de Canitec, que asocia a los concesionarios de tv por cable, guarda un poco más las formas, pero conduce a lo mismo: "Solicita atentamente que toda vez que la convergencia nos ha llevado a enfrentar la conformación de un nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones a nivel global, esto sea debidamente considerado en el análisis de la minuta que nos ocupa, misma que la cámara que represento ve con buenos ojos". Fueron presionados con lo de siempre y les dieron probaditas en algunos estados como Michoacán: les retiraron la transmisión de las señales abiertas en los sistemas de cable; fuerte presión ante sus suscriptores no poder ver el Canal 2.⁵⁸”

Las formas no eran ya tan sutiles, los grandes concesionarios se rompieron la forma y decidieron hacer valer su voz, pero no en un ejercicio democrático y transparente sino por medio de un cabildeo no regulado, ejerciendo presión y operando desde dentro del mismo sistema. Al respecto de esto, existe una hipótesis de Jenaro Villamil del porqué una gran parte de la clase política se arrodillo frente al duopolio televisivo:

“El golpe fue mortal. A pesar de los millones contratos de publicidad que Montiel le destinó a Televisa, el ex gobernador perdió la partida frente a su adversario, el también priísta Roberto Madrazo. ¿Qué hubo a cambio? El compromiso del madracismo por sacar adelante en la Cámara de Diputados, a través de un gris diputado, Miguel Lucero Palma, *La Ley Televisa*.⁵⁹”

⁵⁷ Jerez Miguel, Los Grupos de presión en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política, Editorial Trotta, Madrid. 1997. Pp. 310

⁵⁸ Corral Jurado, Javier, La rendición, En el Universal 14 de febrero de 2006.

⁵⁹ Villamil, Jenaro, *El sexenio de televisa. Conjuras del poder mediático*, Grijalbo-Actualidad. México 2010. p.

Interesante hipótesis, que hace necesario regresar al tema central, y que hace que se realice la siguiente pregunta ¿Por qué se conoció popularmente a estas reformas con el nombre de la famosa televisora? ¿Qué nexos reales existían entre el consorcio televisivo y los intereses presentados en la Cámara de Diputados?

2.4.1 ¿Porque llamarla Ley Televisa?

Como se ha hecho mención en este mismo apartado, la relación de los grupos de interés con el gobierno nunca ha sido del todo distante, pero la forma en que se llevó a cabo las reformas a telecomunicaciones conocidas como “Ley Televisa” marcaron una nueva forma de injerir en la agenda política del país. No solamente puede ser presión bajo persuasión de ciertas “amistades”, sino que fue parte de su mismo personal quien ocupó cargos públicos, su mismo personal fue juez y parte, por lo que es una ruptura en el paradigma tradicional. No se debe perder de vista que “Se llama “Ley Televisa”, no solo porque beneficia al consorcio sino porque fue el director jurídico de la empresa, Javier Tejado Dondé, el que llevo a cabo un cabildeo entre diputados y senadores sacando la reforma en un tiempo récord de siete minutos⁶⁰”, es decir, el cabildeo fue de una forma grosera, un cabildeo que rompió con las formas de negociación hasta entonces expresada en la política mexicana. Después de ello queda en duda que sólo sea simple presión la que usaron los consorcios televisivos para lograr sus objetivos.

⁶⁰ Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, *La Ley televisa de México*, *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador., 2006. P. 42

Interesante es analizar quienes fueron los principales actores políticos que impulsaron dicha reforma y conocer si existía alguna relación con el duopolio televisivo:

- Javier Orozco Gómez. Exfuncionario y ex abogado general de Televisa, legislador por el Partido Verde Ecologista y presidente de la Comisión de Comunicaciones que aprobó el dictamen de la “Ley televisa” durante la LIX Legislatura del Congreso de la Unión.
- Javier Tejado Dondé, director jurídico de la empresa, fue quien llevo a cabo un cabildeo entre diputados y senadores. Javier Tejado Dondé, director de Información y estrategia jurídico de Televisa para el área de telecomunicaciones.
- La perredista Dolores Gutiérrez, ex reportera del periódico tapatío Ocho Columnas, que apoyó firmemente la iniciativa como secretaria de la comisión dictaminadora y "convenció" a su coordinador Pablo Gómez para que la fracción votara a favor.
- El priista Miguel Lucero Palma, autor de la iniciativa original por órdenes de Roberto Madrazo
- Héctor Osuna Jaime (impulsor de la reforma en el senado) Comunicaciones y Transportes precedida.
- Emilio Goicoechea Luna, El interés del secretario privado de Fox, tras las llamadas que recibieron varios senadores del PAN desde Los Pinos para convencerlos de que apoyaran la minuta que los diputados aprobaron en menos de siete minutos el 1 de diciembre de 2005. Dos semanas antes de la aprobación de la ley, Goicoechea operó junto con Ramón Muñoz, el

influyente jefe de la oficina de innovación gubernamental de Los Pinos; con Manuel Espino, dirigente nacional del PAN; y con Josefina Vázquez Mota, coordinadora de la campaña de Felipe Calderón Hinojosa, para garantizar suficientes votos blanquiazules en el Senado. Como secretario de la Comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados, Goicoechea propuso, entre otras cosas, fortalecer a la Cofetel como órgano regulador, combatir el monopolio de Telmex a través de la "desagregación de los servicios"⁶¹

“Pese a la naturaleza acentuadamente inconstitucional de la Ley Televisa, que provocó retrocesos esenciales para el proceso democrático de la sociedad mexicana, que no fue más que un “plan de negocios” individuales de un sector empresarial muy privilegiado, que vulneró los derechos fundamentales de la mayoría de los ciudadanos, que sacrificó la pluralidad, la diversidad y la sana competencia del proceso de desarrollo de la República, el Congreso adoptó, fielmente, las órdenes que le dictó el duopolio televisivo, conformado por Televisa y Televisión Azteca, sin modificar ni una sola coma del proyecto original de la contrarreforma legislativa.^{62”}

Las implicaciones de la “Ley Televisa” al naciente régimen democrático mexicano, se harán explícitas en el tercer capítulo, para este aún queda por concluir que:

“Una vez conocida la nueva forma de injerir en la agenda pública, ya no se puede decir, que solamente se hayan llevado a cabo las reformas mediante un simple proceso de persuasión por parte del duopolio, sino que conocida la estrechísima relación de los promotores, y los concesionarios, no es descabellado decir que, “Los medios dejaron de ser precisamente medios, para convertirse en actores políticos en disputa por la voluntad política a través de una artificial opinión pública mediática.^{63”}

Es decir, que siendo muy estrictos los grupos de presión tienen un objetivo o interés particular muy específico y no debieran interferir en el poder políticamente constituido, sin embargo, la forma del

⁶¹ Elaborado con ayuda del artículo de Villamil Jenaro: http://www.expresionlibre.org/site2/opinion/villamil_02.php

⁶² La “Ley Televisa” y el Extravío Comunicativo de La Nación Mexicana, Javier Esteinou Madrid., REVISTA Razón y Palabra no. 60.

⁶³ Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, *La Ley televisa de México*, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador. Pp. 40-45, 2006. P. 44

cabildeo y los medios que el duopolio utilizó para conseguir su fin, rompen con esquemas establecidos, ya que muchos de sus operadores eran parte de los principales actores políticos con voz y voto en el proceso de las reformas. Después de estas reformas en telecomunicaciones, queda de manifiesto el poder de los concesionarios para lograr sus intereses concretos y lo más preocupante queda claro que estos grupos cuentan con los recursos y medios para injerir en la agenda política del país. Queda pues por tratar de responder ¿Cómo afectan estas prácticas a un régimen que aspiraba a convertirse en democrático? Lo que se tratará de responder en el capítulo tercero.

Capítulo 3

Daños al naciente régimen democrático. Una *República mediática*. ¿Hacia una posible hegemonía?

En la presente investigación se ha creado ya un marco teórico referencial que sirviera como límites al análisis, se ha transitado por el proceso que modificó la legislación en torno a los concesionarios y la telecomunicación y se ha intentado demostrar las irregularidades y ventajas descaradas que se dieron durante el desarrollo de las nuevas leyes y reglamentos. Queda aún por abordar en la investigación ¿Cuáles serán las implicaciones políticas para el sistema político mexicano? Es un hecho que la legislación en torno a los medios masivos de comunicación cambió, pero aún falta por analizar: ¿Cómo afecta a la democracia el mercantilismo del duopolio televisivo mexicano?

No se debe perder de vista que el régimen democrático en México pasaba por momentos que se creían de consolidación; por lo que aún era frágil y se encontraba inestable, sin embargo, prácticas como la anterior, en donde los grupos de interés logran con tanto éxito incidir en la agenda política nacional ¿No afectarán en algo la consolidación de este régimen? ¿Qué efectos tiene instrumentar el espacio radioeléctrico bajo un criterio diferente al interés público? Con el objetivo de responder estas interrogantes nace el presente apartado, mediante el cual se pretende el análisis de los impactos e implicaciones del “decretazo” y de la “Ley Televisa” sobre el naciente régimen democrático mexicano.

3.1 Hacia una posible mediocracia

Las grandes cadenas de medios masivos de comunicación, después de las reformas que se han estudiado en el capítulo segundo; vieron no solo incrementar su imperio telecomunicativo sino que sus finanzas se vieron robustecidas, su poder persuasivo está más presente que nunca y la capacidad para injerir en instituciones de gobierno parece ser notorio. Por lo que vale la pena detenerse un momento y poner atención en lo que se ha dado por llamar “mediocracia”. El término de mediocracia busca categorizar un nuevo fenómeno dentro de las relaciones de poder entre los medios masivos de comunicación y hace referencia a la preponderancia de los medios de comunicación sobre los poderes legal y legítimamente constituidos, a tal punto de poder injerir en la agenda política. En una definición corta, se entenderá por mediocracia:

“Así que la mediocracia es la preponderancia de los medios sobre los organismos y espacios institucionales del quehacer político, que privilegia los intereses corporativos y mercantiles –pero también específicamente políticos- de las grandes compañías de comunicación de masas y con usos habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de la información (...) por la ausencia de marcos institucionales y de contrapesos eficaces, a los medios más influyentes los podemos ubicar entre los poderes salvajes (...) Por la competencia y la presencia ventajosas que significan para gobiernos, parlamentos, partidos y especialmente para los ciudadanos, al poder descomunal que han alcanzado las empresas de comunicación es factible denominarlo mediocracia.⁶⁴”

El termino hace alusión no solo al predominio económico, no es propiamente la rectitud de lo económico sobre lo político, sino que significa un posicionamiento de los intereses corporativos de las grandes empresas que ahora tienen el poder para marcan el rumbo de lo que debería ser la agenda política; creando así marcos jurídicos y modificando instituciones para que sean afines

⁶⁴ Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Ediciones Cal y Arena, México, 2004. P.

con el logro de sus intereses. “En el caso de México se cumplen, con peculiaridad alevosía, las principales condiciones señaladas de una mediocracia. A la poderosa influencia que ha alcanzado, se añade una internacionalización inusitada concentración en la propiedad de los principales medios, especialmente la televisión.⁶⁵” Los dueños de los grandes medios de comunicación son capaces de inferir en la agenda nacional, y no es precisamente solo por el poder económico, sino que en estas nuevas relaciones cuentan con poder mediático y son capaces de darle un uso específico a la información, el poder de persuasión se ha incrementado, por otra parte tampoco se debe olvidar que los medios de comunicación como grupos de interés no solamente influyen o persuaden, sino que han logrado influir desde adentro, es decir, su poder ahora incluye representación dentro del poder político.

Más allá de que sea una definición acabada o no, es relevante el hecho de que se piense en un concepto que trate de abordar un fenómeno social diferente, que se piense en categorizar a una nueva forma de las relaciones y diferenciarlas de las formas de gobierno tradicionales, en pocas palabras que se busque una nueva categoría que pueda englobar el fenómeno particular. Como se ha mencionado no es que los grupos de interés sean nuevos, ellos han acompañado a gran parte de las formas de gobiernos clásica, sin embargo, lo interesante del término es que la nueva relación entre gobierno y grupos de interés escapa a la categorización clásica. Para contextualizar, se hace necesario aterrizarlo en el caso de interés de la presente investigación, es decir, la situación de las telecomunicaciones durante las reformas que los llevaron a consolidar su poder.

⁶⁵ Raúl Trejo Delarbre, *Óp. Cit.* . P. 21

Los grupos de presión ya no solamente usan su poder económico (sobornos), ni la persuasión, sino que mínimo en el caso estudiado se constituyó un grupo que, de hecho formo parte del poder legal y legitimo. La cercanía entre los distintos actores y el duopolio televisivo fue más que evidente y descarada. Los actores políticos del duopolio, lograron su objetivo: la preponderancia de los intereses particulares de las grandes empresas, al final se hizo efectiva no solo la eliminación de marcos jurídicos que limitaban las acciones del duopolio, sino que hasta se crearon las condiciones legales para hacer posible la injerencia del duopolio televisivo dentro de la agenda política nacional. En pocas palabras, ha quedado más que demostrado que los intereses particulares del duopolio pueden pasar como prioritarios y pueden marcar la pauta de la agenda política nacional, la razón es que el poder que ya no se puede simplemente categorizar clasificar como económico ni tampoco simplemente mediático.

“Así, con el provisional fortalecimiento económico unilateral de los monopolios informativos comerciales (especialmente electrónicos), la misma clase gobernante impulsó paradójicamente al poder mediático de forma superlativa, otorgándole más fuerza económica, política, cultural y espiritual de la que ya había conquistado sobre la sociedad mexicana y sobre los poderes republicanos del Estado.”⁶⁶

El poder económico incremento como se ya se ha tratado previamente, pero las implicaciones fueron más allá de la ganancia económica, el duopolio se consolido y con ello se afianzó una especie de clase política que le permitió tener injerencia dentro de la agenda política nacional, además de que la influencia que tienen al controlar de forma avasalladora los medios de comunicación hace accesible la posibilidad de influir en la opinión pública, y está latente de nueva cuenta una visión unitaria en el manejo de la información. La sumisión de instituciones

⁶⁶ Esteinou Madrid, Javier, *La Ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México* Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Vol. L, Núm. 202, enero-abril, 2008, Universidad Nacional Autónoma de México. México. P. 57

gubernamentales y de la clase política ante las presiones e intereses de las grandes cadenas televisivas se hizo evidente.

“La presión de Televisa para lograr "el consenso a fuerza" incluye intimidación y chantaje, se hace en las narices del gobierno (quizá con su complacencia), cuenta con el disimulo de varios legisladores que llaman a la reversa "rectificación", y se entusiasman que con el correr del tiempo varios operadores de telecomunicaciones "hayan leído bien la minuta, y reconozcan que sí hay avances". Es México, nuestro país, dominado por la ambición desmedida y el cálculo exacto sobre nuestra clase política de un grupo de jóvenes que tuvieron todo para hacer historia y decidieron mejor ser gobierno sin participar en elección alguna. Es México, nuestra nación sin Estado, nuestra democracia sin políticos.⁶⁷”

Aterrizando en el caso concreto de la reforma a los medios de comunicación del 2005, la Ley Televisa evidenció la nueva relación que guarda con la clase política del país con el monopolio televisivo, se puso de manifiesto que una parte de la clase política puede cuestionar su accionar pero difícilmente pueden romper o enemistarse con el consorcio:

“Molestó la operación de la Ley Televisa. Molestó la evidencia de una clase política arrodillada que sólo se queja en privado de los “barones de televisa”, pero que públicamente teme desafiar su reglas o salirse de su órbita, ya que es parte del chantaje implícito o explícito del Big Brother. Decretar su muerte mediática puede significar su muerte política, sobre todo ahora en tiempos de adoración del rating.⁶⁸”

Más allá del debate entre la mayor o menor intervención del mercado en las relaciones estatales, es de suma importancia que ningún poder fáctico o algún poder no institucionalizado tenga la capacidad de inferir a tal punto de poder convertir sus intereses privados en intereses prioritarios.

“Las practicas monopólicas se acrecentaron y el chantaje frente a una clase política que glorificó la imagen y el tiempo de acceso a la pantalla le sirvieron a este conglomerado mediático para defender sus intereses. En la práctica, operó lo que el Banco Mundial ha clasificado como “captura del Estado”, es decir,

⁶⁷ Javier Corral Jurado 14 de febrero de 2006 La rendición, en <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/33364.html>

⁶⁸ Villamil, Jenaro, *El sexenio de televisa. Conjuras del poder mediático*, Grijalbo-Actualidad. México 2010. P. 12

cuando los poderes no institucionales se ponen por encima de las instituciones públicas y acaban condicionándolo para imponer sus propios intereses⁶⁹.

Al respecto de Televisa, uno de los integrantes del duopolio la gran empresa que ha acaparado gran parte de la concesión del “interés público” ya no se puede solamente categorizar como un simple grupo de poder o de presión; su influencia va más allá, ya no se pueda hablar más de un “soldado del PRI”, la tendencia no es ya siquiera parecida, imposible hablar del duopolio como un apéndice del gobierno, como en la también dañina relación de antaño; en esta relación, las grandes empresas de medios logran avasallar muchas instituciones, haciendo sus intereses prioritarios.

“Televisa no es una empresa periodística ni una simple productora de contenidos audiovisuales, mucho menos un consorcio de entretenimiento. Esta es la fachada de un conglomerado de intereses capaz de volverse y actuar como un Estado dentro de otro Estado. Por eso, cuando se le define como un poder factico, es decir, con un poder real por encima de las leyes e instituciones del Estado, Televisa siempre contrataca o manda a alguno de sus voceros a responder en medios impresos o electrónicos. En realidad, su poder es el resultado de una captura de Estado al fenómeno de expansión de los monopolios que se colocaban por encima de las instituciones para dominarlas y expandir su influencia.⁷⁰”

Porque siguiendo a Jenaro Villamil, “Televisa dejó de cabildear para transformarse en legislador de sus propios intereses”, el duopolio dejó de ser solo un concesionario para convertirse en juez y parte, para ser legislador beneficiario. Un bien público que antes de ser concesionado pareciera haber sido secuestrado por un largo tiempo, no se debe olvidar que las “concesiones” se encuentran seguras hasta el 2021 y que la renovación es casi segura para los mismos; sin embargo no solo es el poderío económico y el acaparamiento de un bien público, sino la

⁶⁹ Villamil, Jenaro, *Óp. Cit.* P. 14

⁷⁰ *Ibidem.* P. 39

usurpación implícita de funciones de órganos de gobierno, en fin la “captura” de instituciones estatales y el crecimiento de poder de injerencia en la agenda política nacional.

3.2 Duopolio vs democracia

Ya se ha hecho un apartado (en el cap. 2) acerca de los cifras de la concentración del duopolio, pero para comenzar el apartado es necesario recordar los siguientes datos de Televisa, el mayor consorcio televisivo y artífice de las reformas del 2005.

“Su condición de gran monopolio televisivo se ha forzado. La televisión abierta es el único medio de comunicación que llega al 95.1 por ciento de todos los hogares de México. De ese total, Televisa acapara el 72 por ciento de los hogares a través de sus tres cadenas nacionales (canal 2, canal 4 y canal 5) más su señal metropolitana (canal 9). Cuenta con 258 estaciones repetidoras de sus señales que le permiten tener más de 3 mil megahertz bajo su control (cifra única en el mundo para una sola empresa privada).⁷¹”

La concentración es excesiva, pero en el contexto mexicano vale la pena hacer las siguientes preguntas ¿Cómo puede la concentración excesiva de un bien afectar el funcionamiento de un régimen democrático? ¿En que aspectos un monopolio puede limitar la consolidación de un régimen que pretende ser democrático? Más allá de pretender una larga discusión teórica, se busca un análisis concreto para lo cual será necesario recurrir a los orígenes mismos de la democracia moderna, no con el afán de hacer una apología, ni para apegarse a ideales, sino para vislumbrar los fines con que nacieron estas instituciones.

“La teoría liberal tradicional de la prensa libre enfatizó, correctamente desde mi punto de vista, la importancia de mantener una distancia entre las instituciones de los medios, por un lado, y las principales instituciones del Estado y del gobierno, por el otro: sólo al mantener esta distancia pueden las

⁷¹ Villamil, Jenaro, *El sexenio de Televisa. Óp Cit*, Grijalbo-Actualidad. México 2010. P. 21

instituciones de los medios comentar críticamente el ejercicio del poder político institucionalizado. Sin embargo, los pensadores liberales tradicionales no tomaron suficientemente en cuenta los peligros que acarrearía el crecimiento ilimitado de las instituciones de los medios como intereses comerciales. En la prensa y la industria editorial y cada vez más en la totalidad de las industrias de los medios, dicho crecimiento ha dado por resultado de las industrias de los medios, dicho crecimiento ha dado por resultado una concentración de recursos en manos de grandes organizaciones del ampo privado.⁷²

Es cierto que se hace necesaria una separación entre los medios de comunicación y las “principales instituciones estatales”, y que dicha separación es imprescindible para el correcto funcionamiento de la democracia, las consecuencias de la “no separación” fueron explícitas durante el siglo pasado en buena parte de Latinoamérica, sin embargo es posible que el extremo opuesto se esté viviendo en estos días. Tal vez al principio no se consideraba que las industrias de medios masivos de comunicación pudiesen crecer tanto, ni de forma tan desmedida. El desmedido interés económico y la mercantilización de la información acabaron por ser imperantes en los medios de comunicación masiva, la comercialización de la información preponderó como interés y eso explica en buena medida la relación entre los medios de comunicación y algunas instituciones estatales de hoy en día, no se debe olvidar que:

“La democracia, entre otras cosas, es un sistema de equilibrios y contrapesos. Cuando un poder no los tiene, adquiere tanta influencia e impunidad que deja en desventaja a los demás (...) de hecho, ningún poder en una democracia es el contrapeso de sí mismo. Para eso hay leyes y normas de conducta y en el caso de los medios, ambas son necesarias.⁷³”

La democracia para su correcto funcionamiento requiere de contrapesos, cualquier poder que funcione sin la regulación, necesariamente dejará en desventaja a otro poder, es decir, funcionará a costa suya, no se puede ser juez y parte al mismo tiempo, como tampoco los grandes duopolios televisivos pueden ser los mismos que legislan un nuevo ordenamiento jurídico en pro de sus intereses y en contra de otros actores que quedan al margen de la

⁷² Thompson, John B. *Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco; segunda edición, México. 1998. P.378

⁷³ Raúl Trejo Delarbre, *Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Ediciones Cal y Arena, México, 2004. P. 181

relación, es impensable pues ser al mismo tiempo parte de los que crean o aprueban leyes específicas (telebancada) y quienes adquieren un beneficio particular por ello (grandes cadenas de medios masivos de comunicación).

Si en un principio se sostenía acertadamente que la separación entre medios de comunicación masiva e instituciones estatales ayudaría a las prácticas democráticas como la libertad de expresión, es también innegable el hecho contrario, que cuando se cae en el exceso de la total libertad se tiende a caer en la creación de monopolios, que por supuesto daña a los regímenes democráticos con la ausencia de una pluralidad en la información y en el manejo que se pueda dar a esta.

“Es así que, por definición, un monopolio o un oligopolio van contra la libertad, sea ésta de intercambio de bienes o de ideas. La democracia es el gobierno de la opinión, opinión que tiene como origen el debate entre los individuos. La opinión debe surgir de la sociedad civil y de la libertad y no de la imposición, debe surgir del debate y no de las órdenes, es horizontal y no vertical. En la democracia, también horizontal, la participación surge de la ciudadanía y no de un ente ajeno a ésta. La televisión es una opinión publicada, más no una opinión pública, es un ente exógeno que impone sus voluntades. La televisión no presenta un riesgo cuando existe competencia y recibimos múltiples informaciones de fuentes diversas, pero cuando éstas fuentes son una o dos, somos vulnerables a una opinión dirigida e impuesta desde arriba y perdemos la capacidad de formar una opinión autónoma, opinión que se forma mediante la deliberación, mediante la oposición entre varias opiniones.⁷⁴”

La preponderancia de cualquier tipo de concentración excesiva (monopolios, duopolios) dentro de un régimen democrático inhibe la participación de otros poderes y de otros actores, se inhibe pues la participación del elemento esencial de la democracia: el ciudadano. Las reformas a parte de todos los daños que se han mencionado, dejaron fuera de toda participación a ese elemento principal. Es importante destacar que la concentración excesiva, en este caso el

⁷⁴ Lara, Miguel, *Ley de Radio y Televisión: Monopolio Contra la Libertad de Expresión y la Democracia*, Razón y Palabra, vol. 12, núm. 57, junio-julio, 2007 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México, México, p. 4

duopolio televisivo no solamente acapara un bien público como el espectro radioeléctrico; los medios masivos se ven dañados más allá; ya que también se hace la concentración excesiva de los canales de información, la comunicación quedará concentrada a través de los canales de los grandes consorcios que ganaron la licitación. El peligro es que los contenidos sean impuestos desde el duopolio televisivo sin algún mecanismo para regularlo.

Por otra parte no se debe olvidar que de parafraseando el artículo 28 constitucional la comunicación vía satelital es prioritaria para el desarrollo del país, por lo que corresponde al Estado al rectoría para proteger el buen funcionamiento, sin embargo la carta marga pareciese ser letra muerta; con la “Ley Televisa” el respecto a leyes en telecomunicación, pareciese ser nulo.

Uno de los principales pasos para la consolidación de un régimen democrático debería ser el respeto a sus leyes, la prevalencia de las instituciones y de los poderes legítimamente constituidos sobre grupos de poder o presión. Si bien los grupos de presión han acompañado al sistema político mexicano desde hace mucho tiempo, no deja de ser cierto que la preponderancia del interés de estos sobre un bien público daña la consolidación de un régimen democrático, en este caso concreto; en el 2002, con el famoso y peculiar “decretazo” el gobierno federal fue sumiso ante los intereses de las grandes cadenas de medios de comunicación, antes de usar sus facultades o su capacidad negociadora, prefirió reducir el tiempo total efectivo con que disponían en TV y lo redujo al tiempo comercial; en su momento se aseguró que era para buscar una mayor recepción y audición; pero, ¿Por qué regalar el 90% del tiempo y no negociar? Las omisiones de la ley por parte del duopolio televisivo siguieron, por otra parte se estipula que las telecomunicaciones son un sector clave y estratégico para el desarrollo del país, por lo que la inversión privada no está permitida, sin embargo, basta recordar que en el 2001, la

empresa española PRISA adquirió el 40% de las acciones de Televisa con lo que se convertiría en un socio mayoritario, sin embargo La Ley Federal de Telecomunicaciones menciona en su artículo 12 que. “Las concesiones a que se refiere esta Ley sólo se otorgarán a personas físicas o morales de nacionalidad mexicana (...) La participación de la inversión extranjera, en ningún caso podrá exceder del 49 por ciento, excepto en tratándose del servicio de telefonía celular.” Entonces, ¿No existían candados para evitar inversiones extranjeras en sectores estratégicos? ¿En dónde queda la rectoría del estado, como lo prevé la Ley Federal de Telecomunicaciones?

No está en duda que mientras se sigan pasando los intereses particulares por encima de la ley, difícilmente se podrá hablar del tránsito exitoso a una democracia efectiva. Como lo apunta Villamil. “El big brother mediático no es una pesadilla ni una mala broma, sino el resultado de la fallida transición hacia la democracia en México. Los pasos que se han dado en los últimos diez años apuntan a la expansión y no a la limitación de este poder surgido de la pantalla televisiva⁷⁵” Lamentablemente, el poder que ha adquirido el duopolio televisivo no ha sido obra de la casualidad, sino resultado de una estrategia exitosa para llevar a buen puerto los fines de las grandes empresa de medios de comunicación masiva, para el secuestro de un bien público y su comercialización, para la creación de un marco jurídico a modo de sus intereses a costa claro de un bien de importancia estratégica para el desarrollo del país.

El poderío del duopolio llega tal, que no es solo un negocio de televisión, no es la comercialización del entretenimiento sino que basándose en su poder mediático usurpan otras funciones:

En México, Televisa se transforma así en la “marca” totalizadora, en el big brother que ya no establece fronteras entre el espectáculo y la política porque todo forma parte de la idea de “república de la pantalla” que el monopolio busca. Sus mercadólogos y productores se convierten así en asesores políticos, ni

⁷⁵ Villamil, Jenaro, *Óp. Cit.* P. 11

realizadores de programas informativos, en imagólogos de las campañas electorales, ya que su poder radica en un punto clave: poseen la llave para quienes deseen acceder a la pantalla comercial, lo mismo para venderse spots, que para participar en los melodramas, en las emisiones deportivas, en las variedades matutinas y hasta en los concursos musicales.⁷⁶

No se juzga que se busquen intereses particulares, lo que está en juego es que estos se hagan a costa de lucrar con un bien público y que se excluyan para la realización de estos intereses al actor principal en el accionar de una democracia: la ciudadanía. No se juzga que se explote el espectro radioeléctrico, lo que está en cuestión es que se monopolice en pocas manos este bien indispensable para el desarrollo, se cuestiona la creación de un marco jurídico a modo para que las concesiones sean vitalicias, en desde la perspectiva de un régimen que aspira a la consolidación democrática es fin es reprobable la creación de marco jurídico en el que el poder de injerencia en la vida política del país por parte del duopolio sea grande que arrodille a diversas instituciones estatales.

3.2.1 Alternancia y democratización de los medios masivos de comunicación

La democratización era uno de los grandes pendientes para el sistema político mexicano, las reglas formales del régimen habían cambiado, el sistema de partidos era otro y la alternancia se llevó finalmente a cabo en el año 2000. Con la llegada de esta última se creyó que se completaba la democratización y que el país se encontraba políticamente maduro. Sin embargo tal vez por la excesiva preponderancia que se dio a la alternancia electoral se descuidaron otros aspectos importantes para un cambio efectivo. Es menester hacer la anotación de que la democracia no se agota con la alternancia electoral, el cambio de régimen implica el cambio sustancia en otros

⁷⁶ *Ibidem*, P. 10-11

ámbitos de interés general, como lamentablemente no se dio con los medios de comunicación en donde los monopolios finalmente se consolidaron con el arribo de una clase política diferente al Poder Ejecutivo, como fue el caso del poder que adquirió el consorcio Televisa.

“Televisa sobrevivió a la caída del PRI en la presidencia de la República porque los partidos políticos privilegiaron la alternancia electoral para dejar en un segundo plano la democratización en el terreno del derecho a la información⁷⁷”

La clase política no se atrevió a lanzar reformas de fondo en materia de medios masivos de comunicación, en parte porque se privilegió siempre la alternancia electoral, y se descuidaron otros intereses generales cuyo marco jurídico llevaban años de retraso. De la misma manera la clase política no quiso enemistarse con los intereses de las grandes empresas televisivas, lo que significaría quedar excluido, tener mala presencia mediática en sus medios de comunicación y resignarse a no contar con esa importante ventana para fines electorales.

El preponderar la alternancia electoral como principal camino para la democratización; trajo dentro de sus efectos colaterales que los vacíos de poder que quedaron fueran llenados no por instituciones legítimas legales, sino que fue la oportunidad perfecta para que grupos de poder y de intereses pudieran contar con un medios adecuados para dar grandes saltos en el logro de sus intereses. La alternancia fue también una coyuntura, un momento el cual lamentablemente ciertos grupos de interés (como el duopolio televisivo) supieron leer a la perfección y lograr penetrar en parte de las instituciones estatales.

3.3 Poder económico como eje rector en la otorgación de las concesiones

⁷⁷ Villamil, Jenaro, *Óp. Cit.* P. 14

El decretazo del 2002, así como la “Ley televisa” fueron operadas bajo la rectitud del interés económico, los lineamientos se encuentran basados sobre la ganancia económica dejando a un lado el interés general o mayoritario, a pesar de que en años previos se crearon mesas de estudios y numerosas publicaciones que hacían evidente la necesidad de una reforma de medios que integrara a actores cuya incorporación inmediata era más que necesaria. El interés económico predominó tanto en la otorgación como en los criterios para la renovación de las concesiones; menospreciando otros fines de los medios de comunicación y dándole una importancia desmesurada a la ganancia económica. ¿Cómo fue posible que una reforma los medios de comunicación, un bien estratégico para el desarrollo se haya operado bajo el interés particular? ¿Cómo es posible que hay dejado fuera a actores cuya incorporación era más que evidente? En capítulos anteriores se ha mostrado la fuerza de los grupos de presión para lograr sus fines y lo que realizaron las grandes cadenas de medios masivos de comunicación, especialmente Televisa, fue injerir dentro de la agenda política y llevar a buen fin sus intereses, la mercantilización de la información hizo posible que estos consorcios pudieran tener dicho poder, al punto de tener una presencia tan fuerte dentro de la misma clase política.

Según la reforma a las telecomunicaciones del 2005. “Las concesiones sobre bandas de frecuencias del espectro para usos determinados se otorgarán mediante licitación pública. El Gobierno Federal tendrá derecho a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la concesión correspondiente.” Y más adelante sigue con los requisitos en donde “Los requisitos que deberán cumplir los interesados para participar en la licitación, entre los que se incluirán:

A. Los programas y compromisos de inversión, de cobertura y calidad de los servicios que se pretenden prestar;

B. El plan de negocios;

C. Las especificaciones técnicas de los proyectos;

Es decir, el interés y ganancia económica como motor para el otorgamiento de concesiones fue lo que finalmente se contempló dentro de las leyes; lejos se veían las recomendaciones de mesas para diálogo “En el otorgamiento de concesiones y permisos deberá tomarse en cuenta el perfil de la emisora y sus características, como base fundamental para su autorización y no sólo los criterios técnicos que favorecen finalmente a quienes tienen dinero para pagarlos.⁷⁸, lo concesionarios, serán pues quienes tengan el dinero para poder apegarse al plan de negocios que pide la licitación pública; de igual manera tienen ventaja en las especificaciones técnicas de las renovaciones de las concesiones. El criterio económico se impuso finalmente tanto en el otorgamiento como renovación de concesiones, dejando fuera otros aspectos importantes de un bien de interés general como la función social que deberían cubrir los concesionarios.

En un régimen democrático naciente, considerando que las telecomunicaciones son un sector estratégico, y atendiendo a la supuesta función social de estos, no se puede dejar las concesiones al simple interés económico, al hacerlo prácticamente se da una auto renovación de las concesiones, dado que obviamente los concesionarios contarán con todas las ventajas para poder tener un crecimiento económico y ser el principal candidato para la futura concesión. Por otra parte es pertinente y necesaria hacer la diferencia entre las emisoras; no todas funcionan bajo un objetivo meramente comercial o económico.

⁷⁸ Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Lerey Beatriz, *No más medios a medias. Participación ciudadana en la revisión integral de la legislación de los medios electrónicos*, Senado de la República, Fundación Friedrich Ebert-México y autoras, Segunda Edición. Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República, México, 2002, p 115.

Los grupos de poder en ocasiones han servido de contrapeso al poder avasallador del Estado, sin embargo se convierten en un problema cuando dificultan y usurpan función de éste, o peor aun cuando los intereses particulares de estos se anteponen a las funciones que deberían representar sectores estratégicos como las telecomunicaciones. Estos grupos de poder comienzan a dificultar y obstaculizar las funciones de las instituciones; no es nada descabellado afirmar que en estos días el duopolio televisivo ha alcanzado tal poder (económico, mediático) que es capaz de influir en la agenda política nacional, aún a costa del interés general.

En este punto es importante aclarar una diferencia sustancial y esta se debe al objetivo que se persigue y es que no todos los que buscan una concesión o un permiso son medios masivos de comunicación, vale la pena detenerse un momento y analizar más detalladamente la diferencia entre la función que debe tener un concesionario o un permisionario debería servir para dejar claro que el interés económico no responde como objetivo de todos los que buscan influir en los medios de comunicación, entonces ¿Porqué dejar que el interés económico como eje rector en el otorgamiento y renovación de concesiones? Existe la diferencia entre concesionados que buscan la comercialización del espectro radioeléctrico y los permisionarios que tienen diversos fines, la difusión cultural, las emisoras rurales, etc., que no necesariamente tienen como fin un interés económico o lucrativo; este tipo de medios no tienen la ganancia económica como objetivo ni se encuentran diseñadas para eso; entonces ¿No se encontraran en desventaja al momento de querer renovar su permiso para transmitir? ¿Podrán competir con las grandes cadenas de medios de comunicación masiva al ser el interés económico prioritario en el otorgamiento y renovación de concesiones? De nueva cuenta, que sea el interés económico o las condiciones técnicas (mayores gracias a mayor poder adquisitivo) los criterios para el

otorgamiento de concesiones deja fuera otras funciones que deben cumplir los medios masivos de comunicación.

“Lejos de paralizar o disuadir a los ciudadanos y a los poderes públicos, las dificultades para fincar responsabilidades en materia de comunicación de masas tendrían que robustecer la vigencia y la urgencia de ese tema. Resignarse a que el poder económico sea la única autoridad sobre los medios equivaldría a consentir el definitivo desplazamiento de las instituciones estatales y políticas.⁷⁹”

Más allá de la eterna discusión entre la mayor o menor pertinencia de la intervención estatal, lo que se está haciendo explícito son las funciones que el estado pierde, el problema va más allá de regular o no el mercado, el problema que acarrea la legislación en telecomunicaciones producto del “decreto del 2002” y de la “Ley televisa” es que es la pérdida de instituciones reales y de normas para aspirar a un mínimo de regulación sobre las telecomunicaciones. Las concesiones fueron dadas a un duopolio, o cual no significó ni siquiera una ganancia para económica real y justa para el gobierno, significó malbaratar un bien que debería en todo momento ser un bien de interés público (no un servicio público), dejar fuera al actor esencial de la democracia: al ciudadano y significó por supuesto la pérdida de un régimen que permitiera ya no mantener, sino regular a los medios masivos de comunicación.

“Con el pretexto de propiciar la convergencia tecnológica, la reforma sólo respondió a los intereses económicos de las dos empresas más poderosas en la televisión comercial, a las que de manera automática se les permitió utilizar la porción del espectro radioeléctrico que les fue concedido en esta ocasión para ofrecer diversos servicios de telecomunicaciones, televisión y radio digital, así como otros servicios de telecomunicaciones agregados. En este sentido, no se restituyó el valor de la radio y la televisión como un servicio público fundamental, sino como un mero negocio salvaje cuya única finalidad es la acumulación monetaria a costa de lo que sea⁸⁰”

⁷⁹ Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Ediciones Cal y Arena, México, 2004.p.177

⁸⁰ El Universal, 2006ñ). 2006ñ “PRD Llama al Senado a no aprobar reforma a medios”, 23 de enero. Citado en Esteinou Madrid, Javier, La reproducción del poder comunicativo en México a través de la Ley Televisa Polis:

3.4 Nueva relación en las concesiones. La ausencia de la ciudadanía

La necesidad de una reforma integral sobre medios de comunicación existía y parecía que se daban intentos serios que englobaran los diversos actores. A principios del primer sexenio panista, se llevaron varias mesas de análisis sobre el rumbo que deberían tomar los medios de comunicación en las nuevas relaciones. El debate se centraba desde hace algunos años en la mayor o menor intervención de instituciones estatales para reglar las concesiones y permisos sobre el espectro radioeléctrico. Sin embargo, las nuevas relaciones económicas y sociales también demandaban la cabida para un actor que reclamaba cada vez más un lugar dentro de la nueva configuración de los medios de comunicación masiva.

El marco jurídico dominante desde 1965 no incluía un espacio para la ciudadanía, el entramado que se fue creando fue también marginando a la ciudadanía de las relaciones y el nuevo marco jurídico no sería la excepción:

“Debido a la concentración histórica de enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que conquistaron los medios electrónicos de difusión colectivos, particularmente comerciales, y a su modalidad de funcionamiento monopólico durante la segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI en México, paulatinamente se apoderaron de la propiedad y uso del espacio radioeléctrico y crearon un nuevo espacio público de interacción virtual, especialmente privatizado, con el que desplazaron gradual y silenciosamente al Estado nación de su función rectora de la sociedad, particularmente cultural. De esta forma, por medio del uso concesionado del espectro radioeléctrico, que es un bien público y escaso, propiedad de la nación, explotado mayoritariamente por el sector empresarial de la comunicación, el Estado mexicano quedó atrapado en su propio concesionamiento del espacio público al sector comercial,

al grado de estar ahora, política y culturalmente sometido, arrinconado, coartado, desvalorado y humillado frente al gigantesco poder que ha conquistado el sector mediático privado comercial.⁸¹

Las reformas se dieron sobre el eje de económico, permitiendo que la regulación estatal quedase en letra muerta, dejando al ciudadano sin canales reales para la participación en los medios de comunicación. El concesionario se convirtió en el “dueño” del espectro, sin posibilidad efectiva de que la ciudadanía conquistará algún espacio, de nuevo se sufren las consecuencias que tiene para la democracia incipiente; la concesión de un bien público a un interés privado sin algún tipo de institución ciudadana que regule el funcionamiento e inclusión en la programación de los medios masivos de comunicación.

Por otra parte; la construcción de una democracia sustancial requiere de medios plurales e incluyentes; la ausencia de la ciudadanía en un medio de interés general difícilmente podrá ayudar a la consolidación de una democracia efectiva. No se debería olvidar que la ciudadanía debería tener injerencia en los medios de comunicación de diversas formas, sin embargo las reformas a los medios han dejado a la ciudadanía fuera. No solamente se limita otras formas de comunicación que no sean con interés económico de fondo, se deja fuera espacios para la cultura, la sociedad no tiene espacios dentro de estos medios, impensable hablar de un derecho de réplica para la ciudadanía, que no cuenta con posibilidades reales y en igualdad de condiciones de expresarse libremente. La ausencia de la ciudadanía pareciera ser una constante; desde la otra perspectiva tampoco se ha tomado en cuenta es decir, en los órganos que deberían regular el funcionamiento de las telecomunicación también se nota esta ausencia,

⁸¹ Esteinou Madrid, Javier, La Ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Vol. L, Núm. 202, enero-abril, 2008, Universidad Nacional Autónoma de México. México. p. 54

la COFETEL no tiene espacio para la ciudadanía, e indirectamente los canales son pocos por no decir nulos.

3.5 Concentración excesiva y coerción de la libertad de expresión

La libertad de expresión y los mecanismos que garanticen su adecuado funcionamiento deberían ser una relación permanente dentro de la democracia; el derecho a la información, la libertad de expresión y la democracia se legitiman mutuamente:

“Representación y comunicación son categorías que se legitiman mutuamente, y que, juntas, legitiman a la Poliarquía III, como una nueva aproximación al ideal de la democracia: sin la comunicación, la representación es ficticia, mitológica, meramente formal.”⁸²

La pertinencia de la comunicación y su necesidad para la legitimidad de la democracia no se encuentran en duda. Por el contrario, lo que atenta contra el correcto funcionamiento de la democracia es la concentración excesiva de la información y la forma en que se da su reproducción mediática. En el caso concreto de México, la información y su reproducción han sido objeto de una concentración excesiva que tiene diversas consecuencias para un régimen democrático que daba sus primeros pasos hacia la consolidación. Es menester la existencia de adecuados y factibles mecanismos para que el Estado no perdiera totalmente sus atribuciones,

⁸² : Del Rey Morató Javier Poliarquía y comunicación política: un nuevo paradigma cultural en, Democracia y posmodernidad, Teoría general de la información y comunicación política. Editorial Complutense, Madrid. 1996.p. 129

mecanismos que garantizarán que las concesiones no se renovarían por si solas, ni al mismo dueño, como si fuese automáticamente.

“Las nuevas condiciones de la comunicación han dejado atrás las normas de supervisión y regulaciones estatales, pero eso no implica que no se requieran preceptos para que las sociedades naciones se beneficien mejor de las posibilidades que ofrecen los medios. No es en el terreno de la censura o de la supervisión previa de contenidos en dónde resulta necesaria la actuación estatal. En estos tiempos del desarrollo de la democracia y las capacidades tecnológicas hacen indeseable, pero también imposible, la persistencia del Estado despótico que decide qué imágenes y mensajes podrán llegar a sus ciudadanos. La sociedad ha ganado el derecho a ser considerada mayor de edad y no requiere de ningún cancerbero que fiscalice la literatura, el cine o las noticias que tienen derecho a conocer. Precisamente, la defensa de los derechos de los ciudadanos hace necesario que existan reglas y Estado para defender a la sociedad de posibles abusos y prepotencias de los medios de comunicación.⁸³”

No se habla de una forma estatal omnipresente en dónde se formen controles férreos o la línea informativa salga desde una oficina en Presidencia como en los años de un cuestionado autoritarismo en dónde los resultados de una visión unitaria de la comunicación, fueron parecidos a lo vivido en día. Parfraseando, lo que acertadamente ha mencionado Trejo Delarbre el acceso de los ciudadanos a diversas fuentes de información debe ser un derecho, la diversidad de medios masivos de comunicación debe estar acompañada de la pluralidad en cuanto a fuentes informativas, de allí la necesidad de plantear dentro de un nuevo marco jurídico, medios de comunicación masiva diversos, lo que necesariamente se opone a la idea de concentración excesiva, que en este caso ha dado como resultado un duopolio televisivo con un poder avasallador.

⁸³ Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Ediciones Cal y Arena, México, 2004. P. 37

Los grandes consorcios televisivos dejaban ver sus intenciones de que no se contaran con mecanismos que regulasen su actividad, en una mesa de dialogo sobre medios de comunicación se expresa lo siguiente:

Este fue un punto difícil de negociar en la Mesa de Diálogo. Los concesionarios hablan de que limitar la programación o regularla es un atentado a la libertad de expresión; sin embargo, omitir la expresión de los diversos sectores de la sociedad, así como el derecho a la información veraz, objetiva y plural de la sociedad mexicana resulta ser un atentado mayor.⁸⁴

La discusión no se debe centrar en cual es el menor o mayor limitación a la libre expresión, se debe preponderar que los medios masivos de comunicación deberían cumplir dentro de todas sus intereses una función social (así sea mínima) y que la ciudadanía es un importante actor para el correcto funcionamiento de un régimen democrático no solo procedimental; entonces ¿no se hacen necesario canales para la inclusión de estos dentro de los medios masivos de comunicación?

3.5.1 Medios plurales

Siguiendo una de las condiciones básicas de la democracia, se tiene que “Los ciudadanos han de tener acceso a fuentes alternativas y plurales de información. Estas fuentes deben existir y estar protegidas por la ley.⁸⁵” Sin embargo, con el marco creado por el “decretazo del 2002” y la “Ley televisa” se rompe con toda posibilidad real de medios plurales, se entierra el derecho ciudadano de la pluralidad en los medios de comunicación, es decir, alternativas reales que puedan ofrecer diversidad de contenidos. Como se ha intentado demostrar las modificaciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones hace posible la creación de un duopolio televisivo y

⁸⁴ Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Leree Beatriz, *Óp. Cit*, p 123

⁸⁵ Del Águila, Rafael, *La democracia* en: Del Águila Rafael, *Manual de Ciencia política*, Editorial Trota, Madrid. 1997. Pp. 156

hacen imposible el acceso a diversos y plurales medios de comunicación, el marco legal en una democracia se supone debe proteger precisamente lo contrario al resultado obtenido después de las reformas.

Una visión unitaria es muy difícil separarla de un mismo dueño, es decir, un monopolio o duopolio que controlan la mayoría de los medios masivos de información, difícilmente podrán tener una opinión diferente en los medios que dominan, es decir, el peligro de una visión unitaria se encuentra presente, dada que la línea es la misma. Hace algunos años el problema con que se contaba era la coacción a la libertad de expresión; la línea venía de arriba (e los órganos de gobierno) a los medios de comunicación; hoy, con el nuevo marco jurídico, las relaciones han dado un vuelco, pero el peligro sigue siendo el mismo aunque en diferente dirección, el nuevo marco jurídico concede no solo poder económico a los medios de comunicación, lo que tal vez no se ha hecho explícito, pero de una importancia incalculable, es el poder mediático avasallador que han obtenido después de las modificaciones a los reglamentos, poder que los hace capaces de imponer la agenda los temas prioritarios a nivel nacional.

Es necesario entender los roles que juegan tanto los medios de comunicación y la ciudadanía, entender que los nuevos tiempos han creado una sociedad plural, una sociedad diversa, por lo tanto existe la necesidad de diversidad en los medios, no una visión unitaria; lo que obviamente no se logra con la concentración excesiva de medios de comunicación en pocas manos, en un duopolio. Por otra parte no se debe perder de vista que la información:

“Es un derecho social que consiste en la expectativa de recibir informaciones veraces, lo más completas posibles y que no se encuentren deformadas por condicionamientos que respondan a intereses concretos.⁸⁶”

⁸⁶ Ferrajoli Luigi, Libertad de información y propiedad privada. Una propuesta no utópica, en Revista Nexos, No. 316, abril de 2004.

No se puede hablar de un derecho a la información, si está se encuentra concentrada en pocas manos, ni mucho menos si está información fluye unidireccionalmente y tiene una línea que responde a intereses específicos. AL respecto es notoria la aportación de Luigi Ferragoli, quien menciona sobre la relación entre monopolios y poder político lo siguiente

“Hay una segunda confusión que actualmente se ha materializado: entre información y poder político. La concentración de la propiedad de los medios de información no sólo equivale a un poder privado –el poder del propietario- capaz de limitar la libertad de expresión (el derecho de información en su primer significado). También es un poder político, probablemente el poder político más penetrante e insidioso, que se utiliza para promover intereses de parte mediante la desinformación y la propaganda. Por otro lado, la televisión, antes que los periódicos que llegan a los lectores, es cada vez más un lugar público, caracterizado por su capacidad de intromisión y de invasión en la esfera privada. Se trata de una parte relevante, quizá de la más relevante, de la esfera pública como ha sido imaginada por Habermas, decisiva para la formación del consenso y del sentido común y para la construcción del imaginario político y social.⁸⁷”

La concentración de un bien de interés público y su prácticamente auto renovación generadas por las reformas en medios de comunicación del 2005, crean todas las condiciones para consolidar un poder privado a costa de un bien que debería ser de interés general. Más que informar el duopolio es un negocio redondo que envuelve distintas áreas, que genera opinión pública y que es capaz de volver sumisa a la clase política.

⁸⁷ Ferrajoli Luigi, Óp. Cit.

3.6 La función social de los medios de comunicación masiva

Se encuentra estipulado que los medios de comunicación, deban cumplir e una función social, y esto se encuentra en las leyes, si se busca un cambio a una democracia sustancial, será necesario hacer explícita esta función: “Sin (una) reforma de la Ley de Radio y Televisión no podemos hablar de una maduración de la reforma del Estado, ya que, nos guste o no, los medios de comunicación, y especialmente los electrónicos, juegan un papel fundamental en la construcción de la democracia⁸⁸”. Lo anterior no significa desde ninguna perspectiva caer en los vicios que tanto sufrió el sistema político mexicano, que los medios de comunicación masiva se vayan a convertir necesariamente en un apéndice del gobierno como en antaño, la función social no es que los medios de comunicación se encuentren a disposición del gobierno, la función social significa entender la importancia de los medios de comunicación masiva como sector estratégico y la relevancia que tienen para poder alcanzar una democracia efectiva.

Vale la pena detenerse un momento y hacer una diferenciación que tal vez parezca mínima pero que encierra una discusión de fondo, esta es la diferencia entre los conceptos de “interés público” y “servicio público”, la diferencia pareciera mínima pero caracteriza las funciones de un bien estratégico, como lo es el espacio radioeléctrico; vale la pena recordar una discusión que le llevo a cabo en una de las mesas de dialogo para los medios de comunicación:

“La reglamentación de la radiodifusión como un servicio público de concesión federal apoyaría el ejercicio de las atribuciones y facultades del Estado en la materia, sin perjuicio de continuar concesionándolo a quien resulte merecedor de utilizar un recurso de la Nación. Desde siempre, y también durante las discusiones en la Mesa de Diálogo, los concesionarios han tenido una fuerte oposición a que se cambie el concepto de interés público por el de servicio público, con la intención de evadir la regulación a su actividad, y evitar a toda costa la rectoría del Estado, ya que consideran, y así actúan en consecuencia,

⁸⁸ Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Lereé Beatriz, *Óp. Cit.*, p. 105

que las concesiones son de su propiedad. Ciertamente la inversión, el equipo y sus edificios son propiedad de los concesionarios, pero el espacio aéreo que ocupan para explotar la señal es propiedad de la Nación y, por tanto, de los mexicanos en su conjunto, y corresponde al Estado administrar, regular y vigilar su funcionamiento para el desarrollo del país, sin menoscabo de ningún sector de la población. El Estado mexicano, y nos referimos al Estado en su conjunto, con sus tres poderes, no debe olvidar su papel de vigilante y garante en la materia.⁸⁹”

La concesión del espectro radioeléctrico se contempla no sólo como un servicio público, es un bien de interés público, en donde precisamente la sociedad tiene un interés además que se debe recordar que los medios de comunicación son un bien de carácter estratégico para el desarrollo. Diferencia importante que no queda muy clara después de las reformas a los medios de comunicación del 2005; ya se ha mencionado anteriormente la consolidación económica del duopolio después de las reformas y queda claro que más que una concesión, las grandes cadenas de medios masivos de comunicación parecieran dueños del espectro radioeléctrico (que se supone corresponde en todo momento a la nación), las reformas no sólo lograron una consolidación económica o mediática, también lograron una auto renovación de las concesiones, para lo que el título de “dueños” no necesita precisamente estar explícito.

⁸⁹ Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Lereé Beatriz, *Óp. Cit.* p.106.

Conclusiones

Se ha planteado en esta tesis que el desarrollo de una vida democrática plena a la que en papel aspiraba México después de la alternancia política se vio truncada dado que la injerencia que realizaron los grupos de poder en medios masivos de comunicación fue de tal medida que se puede decir que fue un golpe no sólo a la libre competencia, sino un revés a la libertad de expresión y por supuesto una capacidad increíble de intervenir en la agenda política del país.

No se debe perder de vista que el fundamento de la democracia es la libertad a fuentes alternativas de comunicación, y con la concretización del decretazo y de la ley televisa, esta condición se encuentra lejos de poder ser aplicada en la realidad, ¿Por qué? La respuesta se encuentra en que después de esto se restaron facultades a la rectoría del Estado sobre un medio estratégico para el desarrollo nacional como son las telecomunicaciones, se concreto el dominio económico de Televisa y TV Azteca y su poder de injerencia estuvo más presente que nunca mediante el control de la agenda que suponía la legislación de las leyes mismas.

Los medios de comunicación masiva en las democracias modernas (y en el mercado) tienen un poder tan fuerte que invaden otras arenas, se ha intentado demostrar basando en la problemática mexicana que los medios de comunicación masiva no solamente producen información sino que la difunden de forma pública en un tiempo considerable para suponerlas como estables, lo que convierte a estos medios como esenciales en los supuestos procesos comunicativos, basta recordar uno de los datos que se han expuesto en la presente tesis: “el grupo Televisa atiende a siete de cada diez televidentes y se embolsa más o menos seis de

cada 10 pesos de los presupuestos de publicidad; Televisión Azteca acapara 20% del auditorio y la publicidad” La consolidación económica del duopolio salta a la vista.

El concepto de duopolio hace alusión no sólo al predominio económico, no es propiamente la rectitud de lo económico sobre lo político, sino que significa un posicionamiento de los intereses corporativos de las grandes empresas que ahora tienen el poder para marcar el rumbo de lo que debería ser la agenda política; creando así marcos jurídicos y modificando instituciones para que sean afines con el logro de sus intereses.

Se ha demostrado con datos que en cuanto al decretazo, los argumentos que utilizó el Poder Ejecutivo para llevarlo a cabo no tuvieron cabida ya que entre los argumentos esgrimidos se dijo que era en pro de no interrumpir los servicios del concesionario y que no utilizaría la totalidad del tiempo oficial por lo que decretaba reducir este sin embargo, se calcula que en el sexenio de Vicente Fox se gastó cerca 4 mil 600 millones 601 mil pesos, en publicidad, propaganda y medios de comunicación, por lo que el argumento no tiene cabida. se decidió a comprar tiempo en televisión para transmitir sus mensajes en un horario estelar, hecho sin precedentes, el gobierno decidía no negociar nuevas formas en la transmisión de sus mensajes, en cambio se optó por aceptar las condiciones de los monopolios y a fin de cuentas comprar⁹⁰ en lugar de usar los recursos legales. Un muestra de que el Poder Ejecutivo prefirió doblegarse a los grandes concesionarios en vez de negociar.

⁹⁰ “Tan sólo entre enero y mayo de 2003 el gobierno mexicano difundió un millón 837 mil spots de 30 segundos en radio y televisión con mensajes del presidente Fox. En las televisoras, en lugar de los 180 minutos diarios de transmisión a los que tenía derecho el gobierno federal se quedó solamente con 18. En radio, mantuvo solamente 35 minutos diarios. Además ese tiempo, que según las reglas anteriores podía ser utilizado por todas las instituciones del Estado (el Congreso, las universidades públicas y la autoridad electoral, entre otras) quedó reservado para ser empleado solamente por el gobierno federal.” En: Raúl Trejo Delarbre, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos, Op. Cit. p. 97

A la *ley televisa* se le puede calificar como una reforma en forma automática de las concesiones, dejando sin oportunidad a que existiese una competencia, cerrando el camino a nuevos interesados en el mercado y además, basando está competencia, solo en el interés económico, dejando fuera la función social de un bien de interés público sumado a lo grosero que significaba que las concesiones pudiesen durar 20 años o que el criterio para renovar al concesión fuese el uso de infraestructura, y la penetración de los medios, lo que claramente daba una ventaja a los concesionados actuales.

Por otra parte, cabe hacer la mención que la *ley televisa* en un sólo artículo y en un párrafo solamente hace mención de la futura digitalización de los servicios, pero no menciona cómo serán estos, si los concesionarios pagarían al gobierno por explotar otras formas de telecomunicaciones y cual sería el monto. Lo que se encontraba de fondo era el pasó de la televisión análoga al *triple play*, es decir, no sólo tendrían la posibilidad de explotar televisión o radio, sino que con la digitalización se podría mercantilizar televisión, internet y líneas telefónicas, sin que eso representará recursos extras en las finanzas estatales, sin que significara que los concesionarios debieran desembolsar más recursos.

Las ley televisa limita también las atribuciones del estado en telecomunicaciones, ya que ahora quien decidiría a los concesionarios sino que se limitaría a ser arbitro y a simplemente regular la subasta por medio de la cual se otorgaría la concesión al mejor postor, en un claro intento por nulificar cualquier competencia real y ya ni hablar de la función social del concesionario, además de que los concesionados tendrán la capacidad para fijar precios y tarifas en el mercado; en pocas palabras, la competencia es prácticamente nula

La preponderancia de cualquier tipo de concentración excesiva (monopolios, duopolios) dentro de un régimen democrático inhibe la participación de otros poderes y de otros actores, se inhibe pues la participación del elemento esencial de la democracia: el ciudadano. Entonces La tesis podría bien ser vista tanto como una crítica al ideal de la democracia, no al concepto funcional ni operativo de la democracia, pero sí al ideal de un régimen democrático, que aspirase a tener una agenda política libre de injerencia exterior a los órganos legalmente constituidos y poder contar la ciudadanía con pluralidad y alternativas a la hora de poder, efectivamente, escoger los medios masivos de comunicación.

El peligro es que los contenidos sean impuestos desde el duopolio televisivo sin algún mecanismo para regularlo, sin un contrapeso real, ya que la competencia es prácticamente nula.

Uno de los principales pasos para la consolidación de un régimen democrático debería ser el respeto a sus leyes, la prevalencia de las instituciones y de los poderes legítimamente constituidos sobre grupos de poder o presión, no obstante durante los primeros años en que, se pensaba que la vida política daría un vuelco, televisa y TV Azteca lograron injerir en la agenda política nacional, no sólo mediante la presión o persuasión, sino a tal grado de intervenir directamente a la hora de legislar mediante congresistas que estaban vinculados a los intereses de las televisoras. Los medios de comunicación se han convertido en legisladores de sus propios intereses.

El poderío del duopolio llega tal, que no es sólo un negocio de televisión, no es la comercialización del entretenimiento sino que basándose en su poder mediático usurpan otras funciones. Importante considerar a importancia de los medios de comunicación masiva

durante campañas electorales y el peligro para la consolidación de un régimen democrático se entenderá por sí mismo.

Para concluir se debe asegurar parafraseando a Raúl Delarbre que el acceso de los ciudadanos a diversas fuentes de información debe ser un derecho, la diversidad de medios masivos de comunicación debe estar acompañada de la pluralidad en cuanto a fuentes informativas, de allí la necesidad de plantear un nuevo marco jurídico diferente al que se creo y concretizo con las leyes estudiadas en la presente tesis.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

- Ayala Blanco Fernando, Mora Velázquez Salvador, *Grupos de poder. La toma de decisiones en un modelo democrático*, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2010.
- Dahl, Robert, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*, Taurus, México, 2006.
- Dahl Robert, *La poliarquía. Participación y oposición*. Tecnos, segunda edición. 1997.
- Del Águila, Rafael, *La democracia en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política*, Editorial Trota, Madrid. 1997.
- Del Rey Morató Javier, *Democracia y posmodernidad, Teoría general de la información y comunicación política*. Editorial Complutense, Madrid. 1996.
- Jerez Miguel, *Los Grupos de presión en: Del Águila Rafael, Manual de Ciencia política*, Editorial Trotta, Madrid. 1997.
- Lascano y Vedia Julio, *Grupos de poder, presión e interés*. Su legado en el siglo XX, en: Ayala Blanco Fernando, Mora Velázquez Salvador, *Grupos de poder. La toma de decisiones en un modelo democrático*, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2010.

- Márquez, Muñoz, Jorge, *Los empresarios y la democracia*, en: Ayala Blanco Fernando, Mora Velázquez Salvador, *Grupos de poder. La toma de decisiones en un modelo democrático*, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2010.
- Pasquino Gianfranco., *Grupos de Presión* en: Bobbio Norberto y Matteucci Nicola, *Diccionario de Política*, Siglo XX editores.
- Sartori, Giovanni, *Homo Videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, Argentina. 1998.
- Shumpeter, J. A; 1947, *Capitalism, Socialism and Democracy*, Londres, Allen & Unwin [1983 *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, Barcelona, Orbis].
- Thompson, John B. *Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco; segunda edición, México. 1998.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Ediciones Cal y Arena, México, 2004.
- Villamil, Jenaro, *El sexenio de televisa. Conjuras del poder mediático*, Grijalbo-Actualidad. México, 2010.

Ensayos y artículos

- Ávila Pietrasanta Irma, Calleja Gutiérrez Aleida, Solís Leree Beatriz, *No más medios a medias. Participación ciudadana en la revisión integral de la legislación de los medios electrónicos*, Senado de la República, Fundación Friedrich Ebert-México y autoras, Segunda Edición. Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado de la República, México, 2002, p 115
- Ángeles, Alejandro, “*Los minutos asignados al gobierno se darían en horarios con `rating`; podría el Presidente ceder espacios al Congreso, el Poder Judicial y el IFE*”. En: El Universal 10 de octubre de 2002.
- Becerril Andrea y Chávez Mariana, “*Amenazan senadores con echar abajo nuevas normas en materia de radio y TV*” En: La Jornada 12 de octubre de 2002,
- Becerril Andrea, “*Concesiones a cambio de apoyo a Madrazo: Corral*”. En: El Universal, 3 de diciembre de 2005.
- Benavides Carlos, “*Defienden el acuerdo con medios*” En El Universal 13 de octubre de 2002.
- Creel Miranda, Santiago, *Mensaje pronunciado por le Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, durante la instalación de la Mesa de Diálogo sobre la Legislación de Medios de Electrónicos, Mesa de Diálogo Para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos*, Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación, México, D.F., 5 de marzo del 2001.
- Corral Jurado, Javier, *La rendición*, En el Universal 14 de febrero de 2006,

- Esteinou, Madrid, Javier, *La reproducción del poder comunicativo en México a través de la Ley Televisa*, Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, Vol. 5, Núm. 1, 2009, Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa México. México.
- Esteinou Madrid, Javier La “*Ley Televisa*” y el Extravío Comunicativo de La Nación Mexicana, Revista Razón y Palabra no. 60.
- Esteinou Madrid, Javier, *La Ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México*, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Vol. L, Núm. 202, enero-abril, 2008, Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Ferrajoli Luigi, *Libertad de información y propiedad privada. Una propuesta no utópica*, en Revista Nexos, No. 316, abril de 2004.
- Garduño, Roberto “*El IFE ya no fiscalizará gastos en medios electrónicos Cambios sobre publicidad, en vigor a partir de 2009*” En: la Jornada 3 de diciembre de 2005
- Gaytán Alcalá Felipe, Fregoso Bonilla Juliana, *La Ley televisa de México*, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, junio, número 094, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador.. 40-45, 2006.
- Gómez, Rodrigo; Sosa, Gabriel, *La concentración en el mercado de la televisión restringida en México*, Comunicación y Sociedad, núm. 14, julio-diciembre, 2010. Universidad de Guadalajara México.
- Herrera Jorge, Loya Hugo y Teherán Jorge, *Madrugete de la Cámara cambia reglas de radio y tv, Dudan que en el Senado se procese tan rápido como en San*

Lázaro. *Expertos critican decisión*; En: El Universal
02 de diciembre de 2005,

- Herrera Jorge, Loya Hugo y Teherán Jorge “*Al vapor, reforma para concesiones de radio y televisión. Dudan que en el Senado se procese tan rápido como en San Lázaro*”. En El Universal, 2 de diciembre de 2005.

- Kapuscinsk Ryszard *¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones* en: Este texto retoma, en lo esencial, el discurso pronunciado por el autor, en Estocolmo, durante la ceremonia de entrega de los premios de periodismo Stora Journalstpriset y fue publicado en Le Monde Diplomatique, julio-agosto de 1999. Agradecemos a Le Monde Diplomatique, edición mexicana, la autorización para publicar este texto. <http://www.etcetera.com.mx/pag87ne25.asp>, En: <http://www.upf.edu/materials/fhuma/etfipo/eticaa/docs/35.pdf> p. 3

- Lara, Miguel, *Ley de Radio y Televisión: Monopolio Contra la Libertad de Expresión y la Democracia*, Razón y Palabra, vol. 12, núm. 57, junio-julio, 2007 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México

- Martel, Lenin, *La legislación del servicio público de redifusión en México: un letargo pendiente*, Espacios públicos, año/vol. 10, no. 20, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México.

- Mejía Angelina y Ángeles Alejandro “*Elogian radio y TV acuerdo, pero lo cuestionan panistas*.” En: El Universal, 11 de octubre de 2002.

- Popper, Karl, *La degradación de la televisión*, en: El país, domingo 18 de septiembre de 1994.

Textos legales

- *“Reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión”*, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de 2006.
- *“Sentencia relativa a la Acción de Inconstitucionalidad 26/2006 promovida por Senadores integrantes de la Quincuagésima Novena Legislatura del Congreso de la Unión, en contra del propio Congreso y de Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos”* publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de Agosto de 2007.
- *“Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de radio y Televisión”* Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de 2006.

Fuentes electrónicas

- <http://mediocracia.wordpress.com/2007/page/2/>
- http://www.expresionlibre.org/site2/opinion/villamil_02.php

- <http://www.jornada.unam.mx/2002/10/13/005n1pol.php?origen=politica.html>
- <http://mediocracia.wordpress.com/2007/08/05/%C2%BFcuanto-costo-el-decretazo-de-2002/>