



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

**ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
UNIDAD PROFESIONAL SANTO TOMÁS**



SECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

**“PROPUESTA DE REFORMA A LA LEY FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN: EL CASO DE MÉXICO”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

**MAESTRO EN CIENCIAS
EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

PRESENTA:

Ing. JOSÉ ALFREDO CÁRDENAS RODRÍGUEZ

DIRECTORES DE TESIS:

DR. en C. J. JESÚS CEJA PIZANO, M. en C. CARLOS UGALDE LEÓN

MÉXICO DISTRITO FEDERAL, MAYO 2016



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la Ciudad de MÉXICO siendo las 10:30 horas del día 16 del mes de MAYO del 2016 se reunieron los miembros de la Comisión Revisora de Tesis, designada por el Colegio de Profesores de Estudios de Posgrado e Investigación de LA E. S. C. A. para examinar la tesis titulada:

“PROPUESTA DE REFORMA A LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EL CASO DE MÉXICO”

Presentada por el alumno:

CÁRDENAS

Apellido paterno

RODRÍGUEZ

Apellido materno

JOSÉ ALFREDO

Nombre(s)

Con registro:

A	1	3	0	9	5	9
---	---	---	---	---	---	---

aspirante de:

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Después de intercambiar opiniones los miembros de la Comisión manifestaron **APROBAR LA TESIS**, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

LA COMISIÓN REVISORA

Directores de tesis

DR. JESÚS CEJA PIZANO

M. EN C. CARLOS UGALDE LEÓN

DR. JOSÉ LUIS FLORES GALAVIZ

M. EN C. MARTÍN GONZÁLEZ GARCÍA

M. EN C. MARTÍN MILLAN MANJARREZ

PRESIDENTE DEL COLEGIO DE PROFESORES



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E. S. C. A. SANTO TOMÁS
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

DR. LUIS ROCHA LONA



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la ciudad de México, D. F. el día 31 de Mayo de 2016, el que suscribe José Alfredo Cárdenas Rodríguez alumno del Programa de Maestría en Ciencias con especialidad en Administración Pública, con número de registro A130959, adscrito a la escuela Superior de Comercio y Administración unidad Santo Tomas del Instituto Politécnico Nacional, manifiesta que es el autor intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección de los directores: Dr. J. Jesús Ceja Pizano, M. en C. Carlos Ugalde León y cede los derechos del trabajo titulado;

“PROPUESTA DE REFORMA A LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EL CASO DE MÉXICO”

Al Instituto Politécnico Nacional para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, gráficas o datos del trabajo sin el permiso expreso del autor y/o directores del trabajo. Este puede ser obtenido escribiendo a la siguiente dirección: acardenasr@live.com. Si el permiso se otorga, el usuario deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Ing. José Alfredo Cárdenas Rodríguez

AGRADECIMIENTOS

IPN, ESCA SANTO TOMAS

A esta Honorable Institución que desde que formo parte de ella,
me ha brindado estudio, trabajo y conocimientos.

A todos los Doctores, Maestros;
por su tiempo y dedicación que gracias a su conocimiento
que de ellos emana, tengo la oportunidad de
contribuir a nuestra sociedad.

Vanessa Ordoñez Cornejo

Indra Sofía Cárdenas Ordoñez

Mi amada esposa e hija por toda su paciencia y apoyo,
su responsabilidad y comprensión, este logro es también suyo.

O el Estado regula efectivamente a las televisoras
o éstas aniquilarán nuestras democracias.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	V
ABSTRACT	VII
RELACIÓN DE ILUSTRACIONES	IX
RELACIÓN DE TABLAS	XI
ABREVIATURAS Y SIGLAS	XIII
GLOSARIO	XV
INTRODUCCIÓN	XVII
CAPITULO I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. IDEA.....	3
1.2. OBSERVACIÓN EMPÍRICA.....	3
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	4
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.7. HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	7
1.8. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.9. MARCO TEMPORAL.....	7
1.10. MARCO GEOGRÁFICO.....	8
1.11. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	9
1.12. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.13. MATRIZ DE CONGRUENCIA.....	14
CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL EN EL AMBITO INTERNACIONAL	17
2.1. SECTOR AUDIOVISUAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUROPA.....	17
2.1.1. MARCO REGULADOR DE LAS COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS.....	21
2.1.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA.....	22
2.1.2.1. NUEVOS PROYECTOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	26
2.1.3. GRAN BRETAÑA: LEY PARA REGULAR Y CONTROLAR A LOS MEDIOS.....	30
2.1.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ALEMANIA.....	33
2.2. LEYES DE TELECOMUNICACIONES EN AMÉRICA LATINA.....	41

2.2.1.	REFORMISMO Y CONTRARREVOLUCIÓN.....	41
2.2.2.	NUEVAS LEYES DE MEDIOS EN SUDAMÉRICA	46
2.2.3.	RECONFIGURACIÓN DEL SISTEMA TRADICIONAL DE PARTIDOS	51
2.2.4.	LA LUCHA POLÍTICO COMUNICACIONAL	56
2.3.	LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO	67
2.3.1.	HISTORIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN MÉXICO	67
2.3.1.1.	LA RADIO.....	67
2.3.1.2.	LA TELEVISIÓN	71
2.3.2.	CREACIÓN DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN	75
2.3.2.1.	PRIMERAS REFORMAS.....	81
2.3.3.	EL SURGIMIENTO DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.....	83
2.3.4.	REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES	86
2.3.5.	REFORMA A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES 2006	98
2.3.5.1.	ACCIÓN DE INCONSTITUCIONALIDAD 26/2006.....	109
2.3.5.2.	REFORMA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MONEDA DE CAMBIO	113
2.3.5.3.	EL INTENTO POR REVIVIR LA “LEY TELEVISIVA”.....	118
2.3.6.	REFORMA A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL AÑO 2009..	121
	CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.....	131
3.1.	DERECHO A LA INFORMACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	131
3.1.1.	DERECHO A LA INFORMACIÓN COMO PILAR DE UNA DEMOCRACIA.....	131
3.1.2.	LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	138
3.1.3.	SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	144
3.1.4.	CONCENTRACIÓN MEDIÁTICA.....	147
3.2.	DEMOCRATIZACIÓN.....	150
3.2.1.	DEMOCRATIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	151
3.2.2.	TELESUR Y LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO	153
3.3.	REFORMA DE TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO 2013.....	157
3.3.1.	ANTECEDENTES.....	157
3.3.2.	CONTENIDO DE LA REFORMA	159

3.3.3.	PROCESO LEGISLATIVO DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL	167
3.3.4.	SE PREPARAN PARA APLICAR LA NUEVA LEY TELEVISA	170
3.3.5.	LEYES SECUNDARIAS DE LA REFORMA	172
3.3.6.	REACCIÓN ANTE LAS LEYES SECUNDARIAS	173
3.3.7.	APROBACIÓN DE LA NUEVA LEY DE TELECOMUNICACIONES.....	176
CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EMPLEANDO INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL		187
4.	DIAGNÓSTICO DE LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES.....	187
4.1.	NUEVO SEXENIO DE TELEVISA.....	190
4.2.	LEY PEÑA-TELEVISA	195
4.3.	TELEVISA, MÁS CONCENTRADA.....	203
4.4.	EL DILEMA DE LA MULTIPROGRAMACIÓN	207
4.5.	TELEVISA SE EMPODERA	210
4.6.	PREPONDERANCIA.....	212
4.7.	APAGÓN ANALÓGICO.....	217
4.8.	EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	221
4.9.	CONVENIO GOBIERNO-MEDIOS DE COMUNICACIÓN	224
4.10.	LOS VERDADEROS “MEDIOS PÚBLICOS”	227
4.11.	LAS INVERSIONES QUE NO LLEGAN	229
CAPÍTULO V. PROPUESTA.....		237
5.	PROPUESTA.....	237
5.1.	EL ESCENARIO QUE DEBE CAMBIAR	239
5.2.	OTRA COMUNICACIÓN ES POSIBLE	242
5.3.	PUNTOS DE LA PROPUESTA	246
CONCLUSIÓN.....		261
RECOMENDACIONES.....		265
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		269
PAGINAS ELECTRONICAS		275
ANEXOS		277

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como finalidad estructurar una propuesta de Reforma Federal de Telecomunicaciones para estar en posibilidades de democratizar los medios de comunicación en México.

Esta investigación parte de la identificación del problema sobre la inexistencia de una reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México.

Se llevó a cabo un proceso metodológico que nos permitió identificar las variables que componen el problema y someterlas a observación. Se utilizaron técnicas de investigación documental para obtener la información de las variables, que fueron sometidas al análisis y a la interpretación de estos resultados; esto permitió validar la hipótesis de trabajo.

Con la obtención de los resultados y su análisis, se vio la necesidad imperante de proponer la Reforma a La Ley federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México, y de esta manera propiciar una mayor participación plural de la sociedad.

Así, en las democracias contemporáneas los medios de comunicación electrónicos se presentan como parte del espacio público donde es posible la configuración de la opinión pública, es decir, un espacio donde los ciudadanos en calidad de libres intercambian opiniones e ideas con el propósito de influir en los procesos de toma de decisiones en los temas de interés público. En el caso de México, los medios de comunicación electrónicos no han podido ser ese vehículo que contribuya a la democratización del país al contar con una regulación condicionada por intereses políticos y económicos.

En conclusión, con la Reforma a la Ley de las Telecomunicaciones y su democratización, la sociedad contará con los medios para llevar a cabo la comunicación, la información, la libertad de expresión y su derecho a la información. Con la Reforma el Estado tendrá que regular que los medios de comunicación y su concentración no estén en unos cuantos concesionarios.

ABSTRACT

This investigation has as a final structure an proposal of Federal Reform of Telecommunications to make it possible to democratize the means of communication in Mexico.

This investigation is part of the identification of the problem on the nonexistence of an improvement to the Federal Law of Telecommunications for the democratization of the means of communication in Mexico.

A methodological process was carried out that permitted us to identify the variables that make up the problem and submit them for observation. They used techniques of documentary investigation to obtain the information of the variables that were submitted to the analysis and the interpretation of the results; this allowed the validation of the hypothesis.

With obtaining these results and its analysis, they saw the necessity of making improvements to the Federal Law of Telecommunications in Mexico, and in this manner win greater participation from the society.

Thus, in contemporary democracies the means of electronic communication are put forward as part of the public space where configuration of the public's opinion where possible, this is to say, a space where citizens can freely interchange opinions and ideas with the goal of having influence the process of decision making on topics that interest the public. In the case of Mexico, the means of electronic communication has not been able to the vehicle that contributes to the democratization of the country against a conditioned regulation for interests in politics and economics.

In conclusion, with the improvement to the Law of Telecommunications and its democratization, the society will have the means to communication, information, the liberty of expression and right to information. With the improvement the State will have to regulate the means of communication and that its concentration is not in some concessionaires.

RELACIÓN DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1. Red de fibra óptica	8
Ilustración 2. Estrategia de investigación.	13
Ilustración 3. Europa Creativa	17
Ilustración 4. Principales periódicos de España	24
Ilustración 5. Manifestación de Indignados	25
Ilustración 6. Contratiempo y la Tuerka	29
Ilustración 7. Principales Periódicos Gran Bretaña	32
Ilustración 8. Periódicos Alemanes	37
Ilustración 9. Estaciones de Radio Online	40
Ilustración 10. Países que conforman a UNASUR	42
Ilustración 11. CELAC	44
Ilustración 12. Alianza Bolivariana para América	50
Ilustración 13. Partidos Políticos Sudamericanos.....	51
Ilustración 14. Principales grupos de medios de comunicación de América Latina...	55
Ilustración 15. Movimientos sociales en contra del neoliberalismo	61
Ilustración 16. Radio comunitaria	64
Ilustración 17. Fusión Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México	75
Ilustración 18. Transmisión de la propiedad de los satélites de México	85
Ilustración 19. Comisión Federal de Telecomunicaciones.....	85
Ilustración 20. Causas de la inestabilidad	86
Ilustración 21. Campaña electoral de Vicente Fox	90
Ilustración 22. Senador Javier Corral Jurado	97
Ilustración 23. Senadores Javier Corral, Manuel Bartlett, Raymundo Cárdenas y Raúl Ojeda.....	102
Ilustración 24. Enrique Jackson, Héctor Osuna Jaime, Diego Fernández de Cevallos	104
Ilustración 25. Canales Once TV, Canal 22, Espacio Edusat y TV UNAM	107
Ilustración 26. Votación en la Suprema Corte de Justicia	110
Ilustración 27. Guerra sucia en contra AMLO.....	116
Ilustración 28. Derecho a la información a través de cualquier medio	132
Ilustración 29. Expresión de los diferentes grupos de la sociedad.	135

Ilustración 30. Proceso para la participación ciudadana.....	138
Ilustración 31. Nota creadas por los medios de comunicación.....	142
Ilustración 32. La televisión, dispositivo para la formación de la opinión pública.....	146
Ilustración 33. Concentración mediática de televisa.....	148
Ilustración 34. Duopolio televisivo y las candidaturas inducidas.....	149
Ilustración 35. TeleSUR.....	154
Ilustración 36. José Martí y Fidel Castro libertadores de Cuba	155
Ilustración 37. Firma del Pacto por México.....	158
Ilustración 38. Libertad de Expresión	162
Ilustración 39. Cadena Tres y Radio Centro ganan nuevas cadenas de TV	163
Ilustración 40. Gabriel Contreras, comisionado presidente del Ifetel.....	165
Ilustración 41. Promulgación de la Reforma de Telecomunicaciones	170
Ilustración 42. Protestas contra las leyes secundarias	174
Ilustración 43. Manifestaciones en Twitter.....	175
Ilustración 44. Duopolio Televisivo en México	187
Ilustración 45. Fusión Televisa – Iusacell.....	191
Ilustración 46. Candidato Televisa, en revista Proceso	192
Ilustración 47. Censura, caso Carmen Aristegui.....	197
Ilustración 48. Mercado mexicano de la publicidad, 2005-2014	201
Ilustración 49. Adquisición de Iusacell y Nextel por parte de ATT&T	203
Ilustración 50. Mercado de televisión de paga por operador	205
Ilustración 51. Comunicado de venta de activos por parte de América Móvil.....	213
Ilustración 52. Suscriptores de televisión restringida por operador	214
Ilustración 53. Apagón analógico.....	218
Ilustración 54. Criticas por despido de Carmen Aristegui	222
Ilustración 55. Jaime Rodríguez Calderón, Gobernador de Nuevo León	223
Ilustración 56. Entrevista al presidente Peña Nieto	225
Ilustración 57. Spot de televisa.....	227
Ilustración 58. Concentración de televisión abierta en México	241
Ilustración 59. Espectro radioeléctrico.....	244
Ilustración 60. Espectro Radioeléctrico.	251

Ilustración 61. Porcentajes de contenidos nacionales.....	253
Ilustración 62. Gasto en publicidad de la administración pública	255
Ilustración 63. Triple play: camino hacia lo convergencia	256

RELACIÓN DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Congruencia.....	14
Tabla 2. Estaciones de radio inauguradas por Azcárraga Vidaurreta 1930 y 1940...71	
Tabla 3. Radiodifusoras que se incorporaron a la Columbia Broadcasting System...72	
Tabla 4. Debate de la nueva Ley Federal de Radio y Televisión.....79	
Tabla 5. Cronología de reformas sucedidas entre 1970 y 1986.....81	
Tabla 6. Diagnostico Situacional, Jenaro Villamil y Ramiro Tovar.....231	
Tabla 7. Diagnostico Situacional, varios Autores.....232	
Tabla 8. Grupos Radiofónicos de México.....248	

ABREVIATURAS Y SIGLAS

ALBA. Alianza Bolivariana para América

ALC. América Latina y el Caribe

AMARC. Asociación Mundial de Radios Comunitarias México

AMEDI. Asociación Mexicana de Derecho a la Información

AMLO. Andrés Manuel López Obrador

CBS. Columbia Broadcasting System

CELAC. Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños

CEMA. Consejo Estatal de Medios Audiovisuales

CFC. Comisión Federal de Competencia

CIDH. Comisión Interamericana de Derechos Humanos

CIRT. Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión

Cisen. Centro de Investigación y Seguridad Nacional

Cofetel. Comisión Federal de Telecomunicaciones

DOF. Diario Oficial de la Federación

Eutelsat. European Telecommunications Satellite Organization

IFE. Instituto Federal Electoral

IFT. Instituto Federal de Telecomunicaciones

IMER. Instituto Mexicano de la Radio

ITAM. Instituto Tecnológico Autónomo de México

LFRT. Ley Federal de Radio y Televisión

LFT. Ley Federal de Telecomunicaciones

MAS. Movimiento al Socialismo

MERCOSUR. Mercado Común del Sur

OMC. La Organización Mundial del Comercio.

ORECE. Organismo de Reguladores Europeos de las Comunicaciones Electrónicas

PAN. Partido de Acción Nacional

PC. Partido Comunista

PGR. Procuraduría General de la República

PIB. Producto Interno Bruto

PNC. Políticas Nacionales de Comunicación

PNC. Políticas Nacionales de Comunicación

PP. Partido Popular

PRD. Partido de la Revolución Democrática

PREP. Programa de Resultados Electorales Preliminares

PRI. Partido Revolucionario Institucional

Profeco. Procuraduría Federal del Consumidor

PSOE. Partido Socialista Obrero Español

PT. Partido de los Trabajadores

PT. Partido del Trabajo

PVEM. Partido Verde Ecologista de México

Satmex. Satélites Mexicanos, S.A. de C.V.

SCJN. Suprema Corte de Justicia de la Nación

SCT. Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Segob. Secretaria de Gobernación

SJRT. Sistema Jalisciense de Radio y Televisión

SNTE. Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación

TDT. Televisión Digital Terrestre

TeleSUR. Televisión del Sur C.A

UE. Unión Europea.

ULAN. Unión Latinoamericana de Agencias de Noticias

UNASUR. Unión de Naciones Suramericanas

UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

WSJ. The Wall Street Journal

GLOSARIO

Batalla de ideas: Según el gobierno revolucionario y sus partidarios, no es más que una ofensiva política para profundizar la participación de los trabajadores y jóvenes en la Revolución socialista cubana. Un aspecto central de esta campaña es el esfuerzo por ampliar las oportunidades educacionales para el pueblo cubano y aumentar el acceso a la cultura.

Bot: viene de la palabra Robot y es la forma como se le denomina en el argot tecnológico a las cuentas que simulan ser personas en una red social y son creadas con un fin determinado, completamente distinto al normal o habitual de un usuario que busca interactuar o convivir con otros.

Ciberactivismo: o activismo en línea se refiere al conjunto de técnicas y tecnologías de la comunicación, basadas fundamentalmente en internet y telefonía móvil; los medios sociales (especialmente Twitter y Facebook), YouTube, correo electrónico y podcasts sirven para diversas formas de activismo, de manera de posibilitar comunicaciones más rápidas en los movimientos ciudadanos y difundir información local a una gran audiencia.

Chovinismo o chauvinismo (adaptación del apellido del francés Nicolás Chauvin, un personaje histórico condecorado en las guerras napoleónicas), también conocido coloquialmente como patrioterismo, es la creencia narcisista, próxima a la paranoia y la mitomanía, de que lo propio del país o región al que uno pertenece es lo mejor en cualquier aspecto.

Espectro radioeléctrico: es el medio por el cual se transmiten las frecuencias de ondas de radio electromagnéticas que permiten las telecomunicaciones (radio, televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, etc.), y son administradas y reguladas por los gobiernos de cada país.

Establishment: es un término inglés usado para referirse al grupo dominante visible o élite que ostenta el poder o la autoridad en una nación. Sugiere un cerrado grupo social que selecciona a sus propios miembros y puede ser usado para describir

estructuras específicas de élite arraigadas en algunas instituciones, pero su aplicación suele ser informal y es probablemente más utilizado por los medios de comunicación que por los académicos.

Focus groups: Grupo Focal, es un tipo de técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado.

Impeachment: es una figura del Derecho anglosajón, el cual se puede procesar a un alto cargo público. El parlamento o congreso debe aprobar el procesamiento y posteriormente encargarse del juicio del acusado.

La Doctrina Monroe: sintetizada en la frase «América para los americanos», fue elaborada por John Quincy Adams y atribuida a James Monroe en el año 1823. Establecía que cualquier intervención de los estados europeos en América sería vista como un acto de agresión que requeriría la intervención de Estados Unidos.

Socialismo comunitario: no se trata del socialismo del siglo XXI, sino de otro socialismo, inventado por los bolivianos, en el contexto de sus luchas sociales y de la guerra anticolonial. Se trata de un socialismo que recoge las banderas socialistas por la igualdad y la justicia, en un proceso de radicalización de la democracia, combinándolas con el proyecto de reconstitución de las comunidades y de las naciones y pueblos indígenas originarios.

Teleprompter: es un aparato electrónico que refleja el texto de la noticia, previamente cargado en una computadora, en un cristal transparente que se sitúa en la parte frontal de una cámara.

Xenofobia: *xeno* «extranjero», *fobia* «temor» es el miedo, hostilidad, rechazo u odio al extranjero.

INTRODUCCIÓN

En el caso de México, los medios de comunicación electrónicos no han podido ser el vehículo que contribuya a la democratización del país al contar con una regulación condicionada por intereses políticos y económicos. Especialmente en el caso de la televisión -que es el medio que más influye sobre los ciudadanos-, las dos principales empresas televisoras, Televisa y TV Azteca, no han logrado ser el medio a través del cual la opinión pública pueda llegar a ejercer plenamente su derecho a la información.

Por el contrario, su espíritu mercantilista las ha llevado a olvidar su vocación democratizadora, y no obstante, han establecido una relación con los gobiernos federales en turno para asegurar su posición de monopolio dentro del territorio nacional mediante la concesión de leyes a modo, impidiendo así la diversidad de opiniones y la pluralidad de ideas.

Por tal motivo, para que los medios de comunicación puedan llegar a ser ese espacio virtual donde se suscite el debate de las ideas, es indispensable que el acceso a ellos no se encuentre condicionado ni restringido por ninguna forma de control económico, político, social o fáctico. En la medida que el Estado regule el actuar de los medios a favor del interés público, en esa medida se contribuirá también al fortalecimiento de la democracia.

Este trabajo de investigación tiene como finalidad estructurar una propuesta de Reforma a la ley Federal de Telecomunicaciones para estar en posibilidad de democratizar los medios de comunicación, la estructura de este trabajo se compone de cinco capítulos que se describen a continuación:

El Capítulo I —Consideraciones Metodológicas, está enfocado a definir los aspectos metodológicos que rigen este proyecto, estableciendo el problema, el objetivo

general y los particulares, la hipótesis de trabajo, preguntas de investigación, método de estudio y tipo de investigación para estructurar la propuesta de reforma.

El capítulo II —Marco Contextual, contiene información que nos permite visualizar las condiciones y ambiente que rodea nuestro objeto de estudio, en este caso se analiza el contexto histórico y la evolución de los bienes y servicios de los medios de comunicación audiovisuales, cine, televisión, vídeo en el ámbito mundial, para visualizar diferencias y similitudes, aciertos y errores de los diferentes países analizados en regulación de los medios de comunicación.

En el caso de nuestro país, se describen cronológicamente el surgimiento de la radio y la televisión, así como los primeros reglamentos que se expidieron en materia hasta llegar a la elaboración de las normas que hoy en día regulan la actuación de los medios de comunicación. Se analizan las reformas ocurridas durante 1997 y 2009. En particular, se resalta la aprobación de la llamada “Ley Televisa” que dio como resultado la presentación de la acción de inconstitucionalidad ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN). Además, se incluyen las reacciones por parte de la sociedad civil, así como las principales propuestas que a lo largo de 12 años se han ido presentando a fin de democratizar los medios de comunicación.

El capítulo III —Marco Teórico, está dirigido a explicar los conceptos generales de: comunicación, información, libertad de expresión, derecho a la información y la concentración de los medios, para visualizar la importancia que tienen los medios de comunicación en la democratización, y el problema que se genera con la concentración de estos en solo unas cuantas manos. Se documenta cómo la relación de poder que existe entre la clase política y los medios electrónicos de comunicación, ha impedido que éstos últimos cumplan con su función democrática.

Además se analiza la actual Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones del 2013 y se describen los principales cambios ocurridos respecto de su redacción

original. Se distinguen a los actores que influyeron en las reformas hechas, pues son ellos quienes en un determinado momento establecen el sentido sobre el cual se redactan las leyes.

En el capítulo IV —Diagnóstico Situacional empelando investigación documental; el diagnóstico de la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones permite vislumbrar hacia dónde se dirige tanto la legislación en materia, como el actuar de los medios de comunicación; es decir, si va enfocada a satisfacer el interés general o particular. Se realiza una investigación documental detallando las fuentes de investigación, iniciando con la presentación de la iniciativa por parte del Presidente de la República Enrique Peña Nieto, pasando por los numerosos cambios que tuvo por parte de las leyes secundarias, así como las reacciones de la sociedad debido a estos cambios, para finalizar con los intentos de proteger aún más al duopolio televisivo.

En el capítulo V —Propuesta de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones, mediante la información recopilada y el análisis de la misma se realiza la propuesta, que pretende estar en la posibilidad de la democratización de los medios de comunicación, al definir en condiciones equitativas tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión para la concesión pública: de gestión estatal (medios públicos); de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro (organizaciones no gubernamentales; entidades sociales y comunitarias; sindicatos; fundaciones), garantizando la participación de las entidades estatales, al reservar para ellas el 33% del espectro radioeléctrico.

Finalmente se presentan las conclusiones correspondientes a este trabajo de investigación que se realizó validando la hipótesis de trabajo formulada y dando respuesta a las preguntas planteadas. De igual manera, se mencionan recomendaciones para la mejora de los medios públicos, instalando principios y buenas prácticas de estos.

CAPÍTULO I METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo de este capítulo es aplicar el andamiaje metodológico que permita darle cabal cumplimiento al objetivo que se persigue en esta investigación, así como resolver el problema y sus variables correspondientes, validar o invalidar la hipótesis de trabajo que en su momento se presentó.

CAPITULO I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. IDEA

La idea nació ya que La Reforma Constitucional en Telecomunicaciones y Radiodifusión asentó principios fundamentales que concretan anhelos de la larga lucha por el derecho a la información y la democratización de los medios de comunicación de nuestro país.

Definió la radio, la televisión y las telecomunicaciones como servicios públicos de interés general; a favor de una competencia efectiva en los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, un ensanchamiento de las libertades de expresión y de información al modernizar los artículos sexto y séptimo, eliminar de las facultades del Presidente de la República el otorgamiento de las concesiones y sacar del control gubernamental la supervisión de la transmisión de contenidos en medios de comunicación electrónica en el nuevo órgano constitucional autónomo IFT, con el apoyo de un consejo ciudadano, así como el impulso de la pluralidad y la diversidad de medios, fortaleciendo a los de uso público, social, comunitario e indígena, en los que se encuentra el verdadero equilibrio y contrapeso al modelo mercantilista de la radiodifusión.

1.2. OBSERVACIÓN EMPÍRICA

Se observa que estos objetivos no han sido alcanzado satisfactoriamente en la iniciativa que el presidente de la República Mexicana Enrique Peña Nieto envió al Senado. Y ese proyecto está realizado a la medida para que los concesionarios de radiodifusión mantengan su condición monopólica, además de contar con disposiciones excesivas para retrasar lo más posible una real competencia tanto en la Televisión abierta como en la de paga. Los problemas de inconstitucionalidad, las omisiones a mandatos constitucionales, las insuficiencias y los sesgos, producen una legislación desequilibrada entre los agentes económicos de las telecomunicaciones y la radiodifusión, así como una marcada desigualdad entre los medios comerciales

frente a los públicos y sociales –entre ellos las importantes comunidades y pueblos indígenas-, a quienes se les termina discriminando.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los medios electrónicos de comunicación no han podido contribuir con la democratización del país y han fracasado en su objetivo utópico de llegar a ser ese espacio que favorezca el diálogo entre sociedad y gobierno; esto se debe a la ausencia de una regulación que tenga un marco normativo que permita el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información a fin de procurar el interés general por encima del particular o de grupo que en estos tiempos se ha visto condicionado por intereses políticos y económicos.

En concreto, el problema es que no existe una propuesta de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación: el caso de México.

De lo anterior se desprende la pregunta central de la tesis: ¿Por qué es importante llevar a cabo una propuesta de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en el caso de México?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Proponer la Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la evolución de la regulación que el Estado ha realizado a la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones para conocer sus principales alcances en la materia.

2. Analizar los elementos democratizadores en los medios de comunicación en México.
3. Desarrollar una propuesta alternativa de Reforma a La Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México.

1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál ha sido la evolución histórica de la regulación que el Estado ha realizado a la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones y sus principales alcances en la materia?
2. ¿Cómo están estructuradas las reformas en materia de telecomunicaciones en México en materia de democratización?
3. ¿Qué elementos estratégicos se requieren para la democratización de los medios de comunicación en México?

1.6. JUSTIFICACIÓN

En el presente siglo la prosperidad de las naciones reside en su capacidad de insertarse exitosamente en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. En tal contexto, es evidente que un desarrollo competitivo de las telecomunicaciones y la radiodifusión constituye el principal habilitador de esta nueva prosperidad. Además, fortalece el combate contra la desigualdad y la exclusión y constituye la herramienta esencial para hacer efectivos los derechos fundamentales de acceso a información veraz, plural y oportuna, así como a recibirla y difundirla.

De ahí que la presente investigación aporte conocimiento para que en México se genere una regulación que tenga un marco normativo que permita el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información a fin de procurar el interés general por encima del particular.

La función de esta propuesta es la de generar la participación más activa de la sociedad civil, en lo que se refiere a la tecnología en los medios de comunicación, para que este sector se democratice, pues la Reforma de Ley aprobada queda a deberles a los ciudadanos la garantía plena de sus derechos, toda vez que además de ser el catálogo muy limitado, deja la autorregulación de los códigos de ética en manos de los propios medios de comunicación. Además, la legislación carece de un fomento real de la producción independiente, tal y como la Constitución ordenó desarrollar los mecanismos para ello y no se aceptó la creación del fondo para el fomento de la producción nacional independiente, un mecanismo con el que se buscaba impulsar una diversidad y pluralidad de contenidos en materia de radio y televisión, y obviamente para aumentar la calidad de dichos contenidos.

Así mismo, la información que se derivó de la presente investigación servirá para que futuras investigaciones tengan la oportunidad de estructurar diferentes propuestas o alternativas de ley de este sector ya que es muy importante continuar con este tema, debido a que el problema ocurre en nuestro país por la ausencia de políticas públicas en materia de medios de comunicación y niñez, también es consecuencia de un modelo de radiodifusión y telecomunicaciones muy concentrado.

Así el problema de las telecomunicaciones y la radiodifusión es no sólo un problema de fierros, de infraestructura, de negocios prósperos, sino también de contenidos; de contenidos de calidad.

La pertinencia de la presente investigación se denota, ya que en la actualidad no se tiene evidencia de algún mecanismo que contribuya a la democratización de los medios de comunicación. Debido a que este es un tema nacional y se tocan los intereses de la sociedad, es adecuado realizar un análisis a la Reforma de la Ley Federal de Telecomunicaciones para verificar si en verdad es una Reforma como han pretendido que se entienda o si es otra más que se guiará por intereses

particulares dejando a un lado nuevamente a la población y con esto debilitando la democracia sobre los medios de comunicación.

1.7. HIPÓTESIS DE TRABAJO

Con la propuesta de Reforma a La Ley federal de Telecomunicaciones para democratizar los medios de comunicación en México, se favorece el Estado de derecho y la evolución de la sociedad mexicana.

1.8. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Independiente

Reforma de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

Dependiente

Democratización de los medios de comunicación.

1.9. MARCO TEMPORAL

La presente investigación se sitúa temporalmente en un inicio, con una breve historia de la radio y televisión en México, con la primera transmisión radiofónica que se registró el 9 de octubre de 1921, seguida del primer permiso para transmitir a través del Canal 4 en 1950. Con el surgimiento de los medios electrónicos de comunicación, se hizo urgente la necesidad de regularlos; de tal manera se expidieron cuatro leyes (en el periodo 1926 a 1960) que buscaron regular a la industria de la radio y la televisión y las cuales, además, conformaron el marco jurídico de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

La investigación también se sitúa temporalmente a partir de las reformas que se realizaron el 22 de abril de 1997 cuando en la Cámara de Diputados se presentaron dos propuestas de Reforma que abarcaron tanto los medios de comunicación como la prensa escrita (Ley Federal de Comunicación Social y la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión) sin embargo, ambas iniciativas no llegaron a discutirse en la

Asamblea Legislativa, seguidas de la sexta reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión en el año 2000, que se llevó a cabo sin ningún cambio trascendental que favoreciera el interés público, hasta el 2015 con la nueva Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y sus leyes secundarias aprobadas, así como sus resoluciones en las controversias generadas.

1.10. MARCO GEOGRÁFICO

El principal objetivo de la Reforma en materia de Telecomunicaciones consistió en realizar diferentes cambios impulsados por los poderes Ejecutivo y Legislativo para establecer los fundamentos constitucionales y legales para crear una nueva arquitectura jurídica, institucional, regulatoria y de competencia en el sector de las telecomunicaciones y de la radiodifusión. Fundamentos basados en principios de efectividad, certidumbre jurídica, promoción de la competencia, regulación eficiente, inclusión social digital, independencia, transparencia y rendición de cuentas.

Ilustración 1. Red de fibra óptica



Fuente. Map data 2015 Google, CFE.

La reforma tuvo como propósito principal beneficiar a todos los mexicanos, dentro de sus principales objetivos, el permitir el acceso de la población a las tecnologías de la

información y la comunicación, incluida la banda ancha, así como establecer condiciones de competencia y libre concurrencia en los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión. Por lo anterior nuestro marco geográfico es a nivel República Mexicana.

1.11. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo documental, descriptiva y explicativa.

La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos; libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc. (Zorrilla ,1993:43). Por lo cual vamos a obtener información de la lectura, análisis y crítica de textos que se encuentren en fuentes bibliográficas y hemerográficas para describir, documentar, explicar y analizar el tema a investigar.

Particularmente, se consultarán notas periodísticas de diarios nacionales, libros y revistas especializadas, tesis en materia, así como resoluciones de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones y sus reformas, y la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. A esta información se le dará un tratamiento especial de gabinete utilizando procesos estadísticos que permitan obtener información para someterla al análisis y de ahí formular la propuesta correspondiente al mismo tiempo que se valida la hipótesis de trabajo.

Investigación descriptiva. Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades, consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o al establecer su estructura o comportamiento. Combinada con ciertos criterios de clasificación, sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. La investigación se basa en el análisis de la

realización de las reformas de Ley de Telecomunicaciones y cómo éstas se aplican en nuestro país para denotar cómo afectan a la sociedad.

Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a preguntas como: ¿por qué ocurre?, ¿en qué condiciones ocurre?

Investigación explicativa. Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqués del objeto que se investiga. Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. Por lo tanto, la investigación será también explicativa, ya que se busca identificar si con la Reforma de la Ley Federal de Telecomunicaciones se está en la posibilidad de la democratización de los medios de comunicación.

1.12. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La Metodología de la investigación es un procedimiento ordenado que se sigue para establecer el significado de los hechos y fenómenos hacia los que se dirige el interés científico para encontrar, demostrar, refutar y aportar un conocimiento.

Método de análisis-síntesis. Es un método que consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual (análisis), y la reunión racional de elementos dispersos para estudiarlos en su totalidad (síntesis).

Análisis. Del griego analizas: descomposición, fragmentación de un cuerpo en sus principios constitutivos. Método que va de lo compuesto a lo simple. Proceso cognoscitivo por medio del cual una realidad es descompuesta en partes para su

mejor comprensión. Separación de un todo en sus partes constitutivas con el propósito de estudiar éstas por separado, así como las relaciones que las unen.

Síntesis. Del griego síntesis: método que procede de lo simple a lo compuesto, de las partes al todo, de la causa a los efectos, del principio a las consecuencias. Composición de un todo por la reunión de sus partes. Reunión de las partes o elementos para analizar, dentro de un todo, su naturaleza y comportamiento con el propósito de identificar las características del fenómeno observado.

Las reglas del método de análisis-síntesis son:

- Observación de un fenómeno, sus hechos, comportamiento, partes y componentes.
- Descripción. Identificación de todos sus elementos, partes y componentes para poder entenderlo.
- Examen crítico. Es la revisión rigurosa de cada uno de los elementos de un todo.
- Descomposición. Análisis exhaustivo de todos los detalles, comportamientos y características de cada uno de los elementos constitutivos de un todo; estudio de sus partes.
- Enumeración. Desintegración de los componentes a fin de identificarlos, registrarlos y establecer sus relaciones con los demás.
- Ordenación Volver a armar y reacomodar cada una de las partes del todo descompuesto a fin de restituir su estado original.
- Clasificación. Ordenación de cada una de las partes por clases, siguiendo el patrón del fenómeno analizado, para conocer sus características, detalles y comportamiento.
- Conclusión. Analizar los resultados obtenidos, estudiarlos y dar una explicación del fenómeno observado.

Método Deductivo

Deducción. Es el razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular. Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual.

Deducir. Del latín deducere. Sacar consecuencias (Concluire). Obtener conclusiones de un principio o supuesto.

Mediante este método de razonamiento se obtienen conclusiones, partiendo de lo general, aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares. Este método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y, mediante la deducción, el razonamiento y las suposiciones, entre otros aspectos, se comprueba su validez para aplicarlos en forma particular.

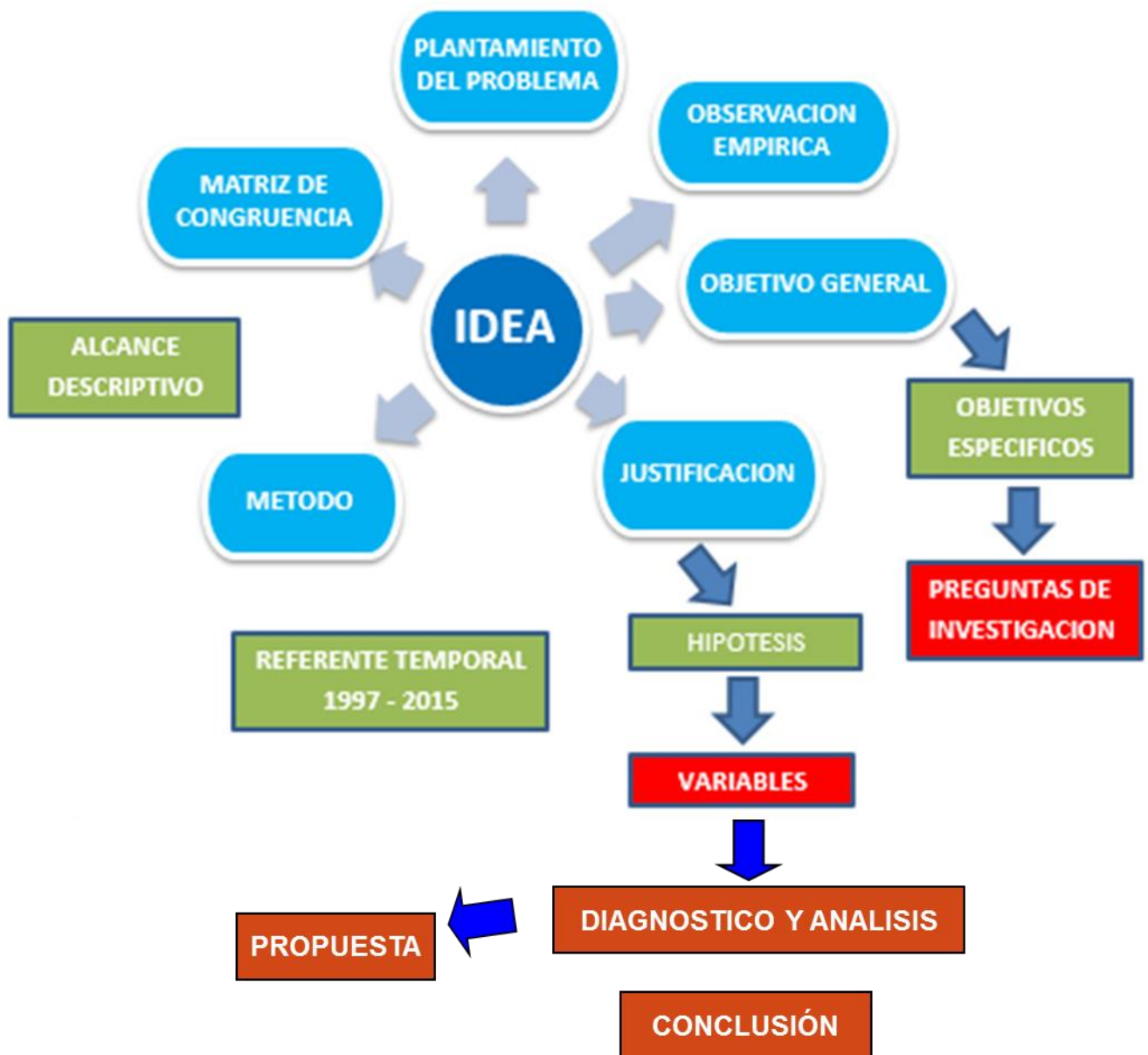
La inferencia deductiva nos muestra la forma en que un principio general (o ley) se apoya en un conjunto de hechos que son los que lo constituyen como un todo.

Las reglas del método de inducción-deducción son:

- Observar cómo ciertos fenómenos están asociados y por inducción intentar descubrir la ley o los principios que permiten dicha asociación.
- A partir de la ley anterior, inducir una teoría más abstracta que sea aplicable a fenómenos distintos de los que se partió.
- Deducir las consecuencias de la teoría con respecto a esos nuevos fenómenos.
- Efectuar observaciones o experimentos para ver si las consecuencias son verificadas por los hechos.
- Dicho método considera que entre mayor sea el número de experimentos realizados, mayores serán las probabilidades de que las leyes resulten verídicas.

De lo anterior se presenta la siguiente Ilustración con la estrategia de la presente investigación.

Ilustración 2. Estrategia de investigación.



Fuente: Elaboración Propia.

1.13. MATRIZ DE CONGRUENCIA

Tabla 1. Matriz de Congruencia

TEMA DEL ESTUDIO	TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
Administración Pública.	"Propuesta de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación: el caso de México"	No existe una propuesta de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación: el caso de México	Proponer la Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México.	Con la Propuesta de Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para democratizar los medios de comunicación en México, se favorece el Estado de derecho y la evolución de la sociedad mexicana.	<p>Independiente Reforma de la Ley Federal de Telecomunicaciones.</p> <p>Dependiente Democratización de los medios de comunicación.</p>	1. Analizar la evolución de la regulación que el Estado ha realizado a la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones para conocer sus principales alcances en la materia.	1. ¿Cuál ha sido la evolución histórica de la regulación que el Estado ha realizado a la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones y sus principales alcances en la materia?
						2. Analizar los elementos democratizadores en los medios de comunicación en México.	2. ¿Cómo están estructuradas las reformas en materia de telecomunicaciones en México en materia de democratización?
						3. Desarrollar una propuesta alternativa de Reforma a La Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México.	3. ¿Qué elementos estratégicos se requieren para la democratización de los medios de comunicación en México?

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO II

MARCO

CONTEXTUAL

Objetivo de este capítulo es analizar el contexto histórico y la evolución de los bienes y servicios de los medios de comunicación audiovisuales, cine, televisión, vídeo en el ámbito mundial, para visualizar diferencias y similitudes, aciertos y errores de los diferentes países analizados, en regulación de los medios de comunicación.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL EN EL AMBITO INTERNACIONAL

2.1. SECTOR AUDIOVISUAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUROPA

Al igual que otros bienes y servicios, los medios de comunicación audiovisuales — cine, televisión, vídeo — están sujetos a determinadas normas comunes a toda la Unión Europea para garantizar que puedan *circular libremente y en igualdad de condiciones* en el mercado único europeo, independientemente de su formato de emisión (televisión tradicional, vídeo a la carta, internet, etc.).

Este es el objetivo de la política audiovisual y de medios de comunicación de la UE y, sobre todo, de la Directiva sobre servicios de comunicación audiovisual. La UE tiene previsto invertir 1.400 millones de euros en los sectores cultural y audiovisual a través del programa Europa Creativa.

Ilustración 3. Europa Creativa



Fuente. <http://www.europacreativa.es/>

La Directiva sobre servicios de comunicación audiovisual exige a los Estados miembros que coordinen su legislación nacional para:

- Crear condiciones comparables en todos los países para los nuevos medios audiovisuales

- Proteger a los niños y los consumidores
- Salvaguardar el pluralismo de los medios de comunicación
- Combatir el odio racial y religioso
- Preservar la diversidad cultural
- Garantizar la independencia de los reguladores de los medios de comunicación nacionales.

Se anima a todos los países a que cumplan las normas mínimas en relación con los aspectos siguientes:

- **Publicidad:** normas y restricciones para determinados productos (alcohol, tabaco y medicamentos) y un máximo de 12 minutos de publicidad por hora.
- **Grandes acontecimientos:** acontecimientos como los Juegos Olímpicos o los Mundiales de fútbol deben ser accesibles al gran público y no emitirse solo a través de canales de pago.
- **Protección de menores:** emisión tardía de programas violentos o pornográficos o limitación de acceso mediante dispositivos de control parental.
- **Promoción de películas y contenidos audiovisuales europeos:** al menos la mitad del tiempo de emisión debe dedicarse a películas y programas de televisión europeos. Los servicios a la carta deben promocionar también las obras europeas.
- **Accesibilidad:** las empresas de comunicación deben hacer sus contenidos audiovisuales accesibles a las personas con problemas de visión o audición.

La Comisión realizó en 2013 una consulta pública sobre las implicaciones de la convergencia entre la televisión tradicional e internet. Los resultados de esta consulta se han publicado y el próximo paso es llevar a cabo una evaluación REFIT¹ de la Directiva.

¹ REFIT es el programa de Adecuación y Eficacia de la Reglamentación de la Comisión Europea. El programa contempla medidas para simplificar la normativa de la UE y reducir los costes que ocasiona, contribuyendo así a un marco reglamentario claro, estable, previsible y propicio al crecimiento.

La Directiva sobre servicios de comunicación audiovisual promueve la diversidad cultural apoyando la producción y distribución de películas y contenidos audiovisuales europeos:

- Los servicios de *radiodifusión* deben destinar al menos la mitad de su tiempo de emisión a películas y programas europeos (sin contar con los informativos, las manifestaciones deportivas, los juegos, la publicidad y los servicios de teletexto y televenta).
- Los servicios de *vídeo a la carta* deben contribuir también a promocionar las obras europeas asignando un espacio específico de sus catálogos a contenidos europeos o promocionándolos.

En la escena internacional, la UE es parte en la Convención de la UNESCO² sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales y ha obtenido una exención a las normas de libre comercio de La Organización Mundial del Comercio OMC (la llamada "excepción cultural"), que permite a los países de la UE limitar las importaciones de artículos culturales, como son las películas.

Los países de la UE están comprometidos con los servicios públicos de radiodifusión: el Tratado de Ámsterdam³ (1999) reconoció su papel a la hora de atender a las necesidades democráticas, sociales y culturales que no puede cumplir el mercado e impedir que uno o varios grandes operadores dominen todo el sector.

Por lo tanto, a las ayudas de las administraciones nacionales a los servicios públicos de radio y televisión no se les aplican las estrictas normas de la UE sobre ayudas

² Se trata de un organismo de la ONU que fue fundado en 1945 y que tiene su sede en París (Francia). Se dedica a ayudar a las naciones a gestionar su desarrollo mediante la preservación de los recursos naturales y culturales. La intención es que cada pueblo pueda modernizarse e insertarse en el panorama mundial sin perder su propia identidad.

³ El tratado de Ámsterdam fue un acuerdo firmado el 2 de octubre de 1997 en la ciudad neerlandesa de Ámsterdam. Entró en vigor el 1 de mayo de 1999, pasando a convertirse en la nueva normativa legal de la Unión Europea, tras revisar el tratado de Maastricht. Su objetivo fundamental era el de crear un espacio de libertad, seguridad y justicia común.

estatales, siempre y cuando los fondos se destinen a objetivos de servicio público y no perjudiquen injustamente a los servicios privados de radio y televisión.

Con una duración prevista de siete años, el programa Europa Creativa aspira a reforzar los sectores cultural y audiovisual de Europa proporcionando financiación a, como mínimo:

- 250.000 artistas y profesionales de la cultura
- 2.000 salas de cine
- 800 películas
- 4.500 traducciones editoriales.

También pondrá a disposición de las pequeñas empresas del sector 750 millones de euros en préstamos bancarios garantizados.

El programa Europa Creativa tiene entre sus principales objetivos:

- Promover la diversidad cultural y lingüística de Europa.
- Impulsar el crecimiento económico y la competitividad en los sectores creativos.
- Ayudar a los sectores cultural y creativo a aprovechar las tecnologías digitales y a desarrollar nuevos modelos de empresas.
- Ampliar el público de las obras creativas en Europa y el mundo.

La UE desea conservar y proteger las grandes obras de importancia cultural, incluido el cine. Con ese fin ha emitido una Recomendación sobre el patrimonio cinematográfico europeo en la que invita a los países de la UE a recopilar, catalogar, conservar y restaurar películas para que las generaciones futuras puedan también disfrutar de esas obras.

2.1.1. MARCO REGULADOR DE LAS COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS

En los años 90 la apertura del mercado de las telecomunicaciones a la competencia en Europa tuvo un efecto catalizador en un sector antes reservado a los monopolios y oligopolios. Con el fin de encauzar esta evolución, las instancias responsables europeas adoptaron una legislación que intentó estar en consonancia con el progreso tecnológico y con las exigencias del mercado. Esta evolución legislativa se tradujo en la adopción en 2002 de un nuevo marco regulador de las comunicaciones electrónicas cuyo objetivo principal era reforzar la competencia, facilitando la entrada en el mercado de nuevos operadores, y estimular la inversión en este sector.

Los principales aspectos del marco regulatorio de 2002 eran:

- Establecimiento de los Mercados de Referencia.
- Alcance de los servicios y redes de comunicaciones electrónicas.
- Entrada al mercado (licencias): régimen de autorizaciones generales.
- Conservación o portabilidad de número
- Servicio Universal.

Si se compara con el marco regulatorio anterior, que era bastante más complejo, la regulación ex ante de 2002 es más sencilla para aquellos operadores que no tengan posición de dominio en el mercado, puesto que en general el marco de 2002 se inclina a que los controles sean ex post. Una de las principales razones fue simplificar la legislación, reduciendo el número de Directivas de unas treinta a tan solo cinco.

El marco de 2002 no diferencia entre telefonía fija y móvil, sino entre operadores con PSM (dominantes) y sin PSM (no dominantes).

Se puede considerar que la transición hacia el nuevo marco regulador de 2009-2010 comenzó a fines de 2007. Los 12 puntos principales de la reforma son:

1. Portabilidad en un día.
2. Mejor información de los servicios que se prestan.
3. Protección de los derechos de los usuarios relativos al acceso a Internet.
4. Nuevas garantías de un Internet abierto y más neutro.
5. Protección al usuario sobre violación de datos personales y Spam.
6. Mejor acceso a los servicios de emergencia, 112.
7. Las Autoridades Nacionales de Regulación tendrán mayor independencia.
8. Nueva Autoridad de ámbito Europeo “(ORECE)” Organismo de Reguladores Europeos de las Comunicaciones Electrónicas.
9. Supervisión de los cambios regulatorios en el mercado de telecomunicaciones.
10. La separación funcional como mecanismo de competencia.
11. Acelerar el acceso de banda ancha de todos los Europeos
12. Promover la competencia e inversión en redes de acceso de nueva generación.

2.1.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

“El gran problema de la prensa española es la verdad”, Alfonso Armada⁴. Los hechos se retuercen para que se adecúen a los prejuicios ideológicos de cada medio. Como consecuencia se termina aceptando que, al igual que los políticos, todos mienten, o todos cuentan una parte interesada de la verdad”. Un número creciente de españoles están anhelantes de noticias políticas pero no confían en que los periodistas les informen de forma honesta.

El periodismo es la segunda profesión menos respetada en España, justo detrás de la de juez y según el último informe de Reuters Digital News, los medios de comunicación españoles tienen la credibilidad más baja de Europa. De hecho, los españoles desconfían de sus periodistas casi tanto como de sus políticos, el auge del descontento electoral, sin embargo, ha venido cambiando el mapa político del país. Nuevos partidos como Podemos y Ciudadanos, así como las plataformas ciudadanas

⁴Alfonso Armada Rodríguez (Vigo, 1958) periodista y escritor español. Ha sido durante seis años corresponsal de ABC en Nueva York.

progresistas, están desafiando el dominio bipartidista del Partido Popular (PP), conservador, y el Partido Socialista (PSOE), de centro-izquierda. En las últimas elecciones, los dos grandes partidos perdieron más de 3 millones de votos y en las elecciones municipales, Barcelona y Madrid eligieron como alcaldes a mujeres izquierdistas que no podían estar más lejos de la clase política. La crisis política, así como la creciente desconfianza en los medios, se ha intensificado a raíz de la Gran Recesión, ambas han fomentado un cambio significativo en la esfera pública española.

A primera vista, el panorama de los medios de comunicación españoles es amplio y diverso. Los 47 millones de habitantes pueden elegir entre unos 85 periódicos. Dejando de lado los diarios deportivos, el mayor de los seis principales diarios nacionales es *El País*, con una tirada de 360.000 y unos 1,9 millones de lectores por día, seguido por el diario gratuito 20 Minutos (1,7 millones) y *El Mundo* (1.2 millones).

El País, de centro-izquierda y estrechamente ligado al Partido Socialista, fue considerado durante mucho tiempo el diario de referencia en España, pero ha sufrido una pérdida de lectores, recursos y reputación. *El Mundo*, la voz principal de la derecha neoliberal (en contraposición a la derecha tradicionalista y católica) también ha pasado por dificultades. La oferta televisiva es igualmente amplia, una ancha franja de redes comerciales existe al lado de canales de financiación pública, tanto nacionales como regionales; aquéllos copan alrededor del 80% del mercado.

Pero esta aparente variedad de opciones es engañosa, la gran mayoría del mercado está en manos de unos diez conglomerados mediáticos. El grupo PRISA, que publica *El País* y sus ediciones globales en español, inglés y portugués, es propietario de un grupo de revistas, cadenas de televisión y radio, productoras y, hasta el año pasado, un brazo editorial masivo que llegaba hasta las Américas. El grupo Vocento posee 14 diarios, incluido el diario nacional ABC, el grupo Planeta, la mayor editorial en lengua española del mundo, tiene una participación importante en televisión y es dueño del

periódico conservador La Razón. Aunque muchos de los conglomerados comenzaron como empresas familiares, ahora están controlados por empresas transnacionales o un puñado de poderosas instituciones financieras.

Ilustración 4. Principales periódicos de España



Fuente. <http://www.ite.educacion.es>

Durante la última década y media, el declive de los ingresos por publicidad ha puesto a estas corporaciones contra las cuerdas, la Gran Recesión hizo que se dispararan las deudas. En 2013, *El País* despidió a 129 empleados y recortó los salarios de la plantilla en un 8 por ciento. La mayor parte de los dirigentes actuales de los medios proviene de la misma élite burguesa que medró bajo el régimen de Franco.

Lo que queda de las redacciones desmanteladas subsiste con un ejército de autónomos y becarios mal pagados, que se espera que produzcan seis o siete temas por semana, a la vez que se mantienen al día con las redes sociales. Esto deja poco tiempo para la investigación o la comprobación de la información.

La deuda de los conglomerados ha impactado de forma directa en la libertad de prensa, desde la crisis de 2008 los bancos han cambiado su deuda en los principales medios por acciones, son propietarios y ejercen esa propiedad como en el siglo XIX y

a veces esto lleva a la supresión de noticias. El 8 de enero del 2015 el Banco Santander suspendió la cotización en la bolsa americana, pero esa noticia no apareció en la prensa española, nuevamente los bancos habían ejercido su poder en la misma sala de redacción.

En 2013, un ejecutivo bancario llamó a un editor y le dijo que despidiera a un periodista que estaba *tuiteando* críticamente sobre el banco. En algunos medios se solicita que no diga nada malo de una determinada empresa o sobre tal o cual político, se consideraba normal. Algunas empresas o algunos partidos políticos eran tabú debido a la afinidad del medio con ellos o porque eran grandes anunciantes.

Cuando *los indignados* tomaron las calles en mayo de 2011, no sólo denunciaban la falta de democracia en España, sino también la insuficiencia de los medios para responsabilizar a las élites políticas y económicas ante los intereses de los ciudadanos. Los medios de comunicación en España tienen una democracia con resabios autoritarios, en la que la participación ciudadana se ha reducido a su mínima expresión.

Ilustración 5. Manifestación de Indignados



Fuente: <http://hemeroteca.proceso.com.mx>

En ninguna parte queda más clara esta conexión que en los medios públicos. Al contrario que en otros países europeos, muchos ciudadanos españoles ven la

televisión pública, la radio y los servicios de noticias como meros portavoces de los gobiernos nacionales y autonómicos. Y la interferencia política no se limita a los canales públicos; también los medios privados reciben fondos de los gobiernos.

“Existen motivos claros para sospechar favoritismo en el uso que dan los distintos gobiernos –tanto el nacional como los autonómicos– a la publicidad institucional, o a la concesión de licencias y subvenciones”, David Cabo, de CIVIO, una organización sin ánimo de lucro que lucha por la transparencia y el libre acceso a los datos públicos por parte de los ciudadanos.

Esfuerzos como el de CIVIO se enfrentan a una clase política que no está dispuesta a ceder el control. En un intento de cortarles las alas de los medios, el gobierno del PP se ha valido de su mayoría absoluta en las Cortes para aprobar la polémica nueva Ley de Seguridad Ciudadana, conocida como la ley mordaza. La ley, que entró en vigor el 1 de julio del 2015, no sólo limita el derecho de los ciudadanos a protestar en persona o por escrito, en forma impresa o digital, sino que también frena la capacidad de los medios de comunicación para cubrir esas protestas.

Miguel Mora, ex periodista de *El País*, escribió en la revista italiana Internazionale que la ley “contiene 44 artículos que conceden al Gobierno la potestad de multar a los ciudadanos con sanciones económicas que oscilan entre los 100 euros y los 600.000 por faltas administrativas agrupadas en tres categorías.” El propósito de la ley, es eludir el sistema judicial. “En efecto nos devuelve a los tiempos de la dictadura franquista y nos mete de lleno en un estado policial”. La ley mordaza ha provocado protestas por parte de entidades tan diversas como las Naciones Unidas, el Instituto Internacional de Prensa, y The New York Times.

2.1.2.1. NUEVOS PROYECTOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Sin embargo, a pesar de la hostilidad del gobierno y la crisis económica, en los últimos años ha florecido una amplia gama de nuevos proyectos: medios de

comunicación de izquierda comprometidos con la democracia, la transparencia y la ética. Muchas de estas nuevas iniciativas tienen su origen en el diario *Público*.

Fundado en 2007, *Público* presentó quizás el primer verdadero desafío a la hegemonía de *El País* en los medios de centro-izquierda. *Público* se ganó la reputación rompiendo tabúes -como el de airear los trapos sucios de la monarquía- y adoptando una posición muy crítica con la enmienda constitucional para la reducción del déficit, destinada a apaciguar a los mercados internacionales. En 2012, sin embargo, *Público* fue desbaratado por su propietario empresarial, que cerró la edición impresa del periódico y diezmó su sala de redacción el primer diario con una línea editorial de izquierdas, pero lo que podría haber sido un desastre sirvió más bien como una llamada de atención. Desaparecida la edición impresa y despedidos el 85% de los empleados, varios editores de *Público* pasaron a fundar proyectos mediáticos innovadores e independientes, decididos a eludir de una vez los chantajes de accionistas y las camisas de fuerza corporativas.

A la cabeza de esta proliferación de medios nuevos se encuentra *eldiario.es*, un periódico digital fundado hace tres años por Ignacio Escolar, director fundador de *Público*. *Eldiario.es* se ha convertido rápidamente en uno de los diarios digitales más leídos del país, sólo superado por *El Confidencial*, fundado hace 14 años. *Eldiario.es* es sólo uno de un gran número de nuevas iniciativas progresistas que están rejuveneciendo el paisaje mediático español.

En 2013, otros dos ex editores de *Público* lanzaron *InfoLibre*, que se especializa en periodismo de investigación y publica sólo un puñado de artículos por día. Asociado a *Mediapart*, un diario digital francés, subsiste únicamente de las cuotas de suscripción. “La pérdida galopante de credibilidad de políticos y periodistas ha sido letal,” afirmó el codirector de *InfoLibre* Jesús Maraña. “Nosotros intentamos ganarla cada día demostrando que se puede practicar un periodismo riguroso y no depender de otros intereses que no sean los de los lectores”.

En enero de 2015, catorce periodistas veteranos de grandes periódicos emplearon su propio dinero y una campaña de cooperación colectiva para lanzar la revista *Contexto* (ctxt.es). Dirigido por Miguel Mora, un ex corresponsal de *El País* en París, *Contexto* se compromete a ofrecer noticias y reportajes de primera mano, realizados sobre el terreno. Cultiva el periodismo de largo aliento en un paisaje mediático que se dedica mayoritariamente a los artículos de opinión y noticias breves.

Como *Público* en sus momentos de éxito máximo, estos nuevos medios se han distinguido con primicias importantes, a menudo relacionadas con la corrupción política, y la voluntad de romper los tabúes, al mismo tiempo que abren sus páginas de opinión a debates vigorosos. En octubre, *eldiario.es* desafió a los tribunales al publicar filtraciones de correos electrónicos personales de Miguel Blesa, un ejecutivo bancario que había proporcionado políticos con cuentas de gastos privados de lujo. *InfoLibre* publicó una serie de reportajes este verano que mostraban cómo el PP, el PSOE e Izquierda Unida habían recibido millones de euros del mismo banco.

Pero asegurar un espacio para la izquierda en la prensa y el periodismo digital no es suficiente, dice Urbán⁵, el parlamentario europeo, el medio indispensable para llegar a la mayoría de la población, es la televisión. “Creo que la izquierda tiene mucho que aprender y conquistar, en nuestra televisión no existen realmente espacios pensados para satisfacer el derecho a la información de la ciudadanía, como servicio público. Ni siquiera en los canales públicos controlados burdamente por el gobierno”.

Sin embargo, en este frente también hay movimiento. *Contratiempo*, un programa de radio dirigido por un colectivo de historiadores, surgió de “la necesidad de habitar un lugar distinto a la academia”, dice Noelia Adánez, que forma parte del equipo fundador. Adánez también colabora en *La Tuerka*, uno de una serie de programas de televisión online creado por los mismos académicos y activistas que más tarde

⁵ Miguel Urbán Crespo es un activista y político español, cofundador de Podemos y, desde el 5 de marzo de 2015, eurodiputado por esta formación.

fundarían Podemos. Presenta entrevistas en profundidad y paneles de discusión política de nivel sofisticado.

Ilustración 6. Contratiempo y la Tuerka



Fuente: <http://www.contratiempohistoria.org> y www.latuerka.net

Para partidos como Podemos y las plataformas ciudadanas que ahora gobiernan las ciudades de Madrid y Barcelona, contar con medios progresistas independientes es una parte clave del fortalecimiento de la democracia. Esto significa liberar a los medios de comunicación de sus camisas de fuerza corporativas y políticas.

Recordando que la Constitución española protege el derecho de los ciudadanos a la información veraz, Podemos ha incluido la reforma de los medios de comunicación en su programa. Pero la buena voluntad y las nuevas regulaciones no serán suficientes, dice Trinidad Deiros⁶. Los periodistas tendrán que cambiar su forma de operar, y este cambio cultural llevará tiempo. “Queda mucho por hacer”, “por ejemplo en cuanto al tradicional machismo de la prensa española. El techo de cristal sigue intacto.” Berta del Río está de acuerdo. “Tanto el periodismo como la política son dos mundos de hombres en los que las mujeres tratan de sobrevivir”. Y los periodistas también tendrán que cambiar la forma en que operan los políticos.

⁶ Trinidad Deiros Bronte. Redactora en Cooperativa Más Público, Madrid, España.

A diferencia de Estados Unidos o Gran Bretaña, dice Deiros, los políticos españoles nunca aceptarían “que un periodista le haga cuarenta veces la misma pregunta si considera que no ha respondido.” “Esta actitud también es responsabilidad nuestra, de los periodistas españoles, siempre demasiado dóciles”. “Lo que en parte se explica las pésimas condiciones laborales que, obviamente, incitan a rebelarse”.

2.1.3. GRAN BRETAÑA⁷: LEY PARA REGULAR Y CONTROLAR A LOS MEDIOS

La iniciativa, que contempla la aplicación de fuertes multas, contó con el apoyo de la mayoría del arco político. Las asociaciones periodísticas amenazaron con boicotearla.

En medio de crecientes temores por una severa limitación a las libertades de expresión en Gran Bretaña, la reina Isabel II de Inglaterra aprobó a finales del 2013 un polémico estatuto real, que por primera vez desde 1695 permitirá a los políticos inmiscuirse en la regulación de la prensa. La decisión, que tiene paralelismos con lo que ocurrió en Argentina con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, establece un nuevo organismo de control y regulación. La Reina, aconsejada por su Consejo de Ministros (Privy Council), firmó en su Palacio de Buckingham el controvertido estatuto.

Entre los cambios acordados figura un nuevo servicio de arbitraje de pago cuyo fin es impedir acusaciones especulativas a los periódicos y obligar a que la industria establezca un código de conducta para directores de periódicos, que tendrá que ser aprobado por el regulador independiente de la prensa escrita. La Carta Orgánica fue firmada horas después que un grupo de periódicos y revistas del país perdiera un recurso de amparo contra esa legislación en el Alto Tribunal de Londres, donde intentaba frenar la medida.

⁷ El territorio de Gran Bretaña está formado por tres naciones: Inglaterra, Gales y Escocia.

La ley fue elaborada en base a las conclusiones de la pesquisa del Lord Brian Leveson, quien realizó una investigación sobre el caso de las escuchas telefónicas ilegales que llevó al cierre del dominical inglés News of the World, propiedad del magnate de los medios Rupert Murdoch, recomendando la creación de un nuevo organismo de control y regulación para la prensa. La Carta Orgánica no comenzó a implementarse hasta después de las elecciones generales del 2015, pero sus implicaciones modificarán de lleno el funcionamiento de los diarios.

Lord Brian Leveson propuso un cuerpo autorregulado e independiente regido por un estatuto, “libre de la industria y el gobierno” para la prensa. Con este criterio, los medios de comunicación británicos continuarán autorregulados en cierta forma, pero bajo los auspicios y la vigilancia de este ente que debería ser elegido de manera transparente y abierta.

Para funcionar, debería también sancionarse una ley de prensa, y ese es el eje de la discusión. El organismo a la vez deberá tener su propio estatuto, su propio poder de arbitraje en casos de disputa y el poder de imponer sanciones de hasta un millón de libras para el que viole sus cláusulas. “Ha ocurrido con demasiada frecuencia que, persiguiendo una historia, un sector de la prensa han actuado con su propio código, cuyas reglas, simplemente no existen”, escribió Lord Leveson en su informe. “Esto ha causado destrucción y generado caos en la vida de la gente”.

Para el vice primer ministro británico, el liberal democrático Nick Clegg, tras amplias negociaciones con el sector de la prensa, se optó por la creación de un nuevo regulador como consecuencia de irregularidades en el comportamiento de algunos periódicos. “Se debe asegurarle a la población que esos mecanismos creados sean independientes del sector de los medios”. En ese sentido, la ministra de Cultura y Medios, para la conservadora María Miller, “La Carta Orgánica logró un balance entre la libertad de prensa y las garantías de víctimas de reporte deshonesto”.

Para Hacked Off, el grupo que representa a víctimas de escuchas telefónicas ilegales por parte de la prensa, “los medios deberán cumplir con las nuevas indicativas”. Sin embargo, varias publicaciones y matutinos amenazaron con boicotear la legislación, que impondrá multas a los medios que violen las normativas o no se disculpen por publicar información inexacta.

Periódicos como el Daily Mail, el Daily Mirror, el Daily Telegraph y el The Times prometieron continuar con su batalla legal en los tribunales, y dijeron que avanzarán con la creación de su propio ente regulador, la Organización Independiente de Estándares de la Prensa (IPSO, en sus siglas en inglés). Al grupo se sumaron cuatro organizaciones periodísticas, la Asociación de Editores de Prensa, la Newspaper Society, la Sociedad Escocesa de Periódicos y la Asociación de Editores Profesionales.

Ilustración 7. Principales Periódicos Gran Bretaña



Fuente: www.prensaescrita.com/europa/reinounido.php

La aprobación por parte de la oficina de prensa del Parlamento británico en el país pone en el suelo, y expone al ridículo el argumento de que la regulación es la censura. Simplemente deja al descubierto el hecho de que el rechazo a la regulación pone a los medios de comunicación por encima de la ley y amenaza no sólo la imagen de la derecha, la respuesta y los derechos a la intimidad, si no a la misma libertad de prensa y de información.

Es como si la prensa fuera un poder - *el cuarto poder* - como le gustaba proclamarse en el pasado, por encima de todo y de todos. Lo que sorprende es la falta de visión de los dueños de los medios, ellos no comprenden que la regulación va a proteger y organizar el mercado (como ocurre con la TV por cable), protegen la producción nacional y regional, el contenido local, ponen a prueba la igualdad y las reglas para la competencia.

Con esta igualdad establecida por un reglamento, se podrá fin al monopolio de la información. Las normas de regulación y nueva competencia protegen la prensa micro y pequeña prensa periodística, regional y local, y evitarán que la competencia y la convergencia de los medios, el capital extranjero, teléfono, TV por cable e internet, desnacionalicen los medios de comunicación.

Pero a pesar de la creación del organismo regulador de medios en Inglaterra, que es el equivalente que hace mucho tiempo en todos los países democráticos del mundo se ha institucionalizado, nada cambia, ni una coma en la vocación kamikaze de los propietarios de los medios de comunicación. Ellos prefieren una lenta desaparición de un entorno, creen que el poder político, económico y comercial que el monopolio de la información todavía les da sobrevivir los nuevos tiempos tecnológicos y políticos. Y quedan ciegos incluso cuando ese poder ya está en peligro o a punto de ser apropiado por el capital extranjero y las grandes redes monopólicas.

2.1.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ALEMANIA

El panorama mediático alemán presenta sus especificidades, entre las cuales se cuenta la acentuación de la soberanía federal en los ámbitos de la cultura y la radioteledifusión y la coexistencia entre medio de comunicación público y privado habitual en Europa pero no tanto a nivel internacional. En términos de libertad de prensa y opinión Alemania ocupa una posición muy destacada a nivel internacional.

El sistema de medios de comunicación en Alemania es conocido como uno de los más complicados del mundo. Esto se debe a una serie de particularidades alemanas:

- A raíz del principio federal arraigado en la Constitución, los dieciséis estados federales alemanes tienen, respectivamente, competencia en todos los asuntos de los medios de comunicación.
- Alemania está altamente juridificada; esto también vale por los medios masivos. En cada estado federal hay leyes de prensa, de radiodifusión y de medios. Para garantizar que en toda la república haya un desarrollo más o menos equilibrado, los Estados celebraron tratados estatales para poder responder en estándares comunes sobre todo para la admisión de radioemisoras, principios de programación, condiciones de competencia, reglamentos en cuanto al tiempo y contenido de la publicidad así como para la protección de menores.
- Alemania mantiene dos sistemas jurídico-públicos de radiodifusión con el costo más alto en todo el mundo aproximadamente 7 mil millones de euros por año.

Una de las consecuencias posibles que resultan de ese sistema tan complicado y difícilmente apreciable es que hasta ahora, hay pocas editoriales y radioemisoras extranjeras que se hayan comprometido en el mercado alemán, mientras muchas empresas alemanas están activas en Europa y los Estados Unidos de América. Sin embargo, recientemente ha aumentado la internacionalización, ante todo por la enorme necesidad de financiar las nuevas tecnologías de los medios.

El pluralismo de opiniones y el pluralismo informativo son un hecho. La prensa no está en manos de gobiernos ni partidos sino en manos de empresas mediáticas privadas. Al hilo de la democratización de Alemania tras la Segunda Guerra Mundial se introdujo el sistema de radiotelevisión pública de modelo británico (BBC). Las entidades de radiotelevisión se fundaron como corporaciones de derecho público financiadas con impuestos. En la década de los ochenta se autorizaron las cadenas privadas.

En Alemania la libertad de prensa y opinión es un bien constitucionalmente protegido, la garantía constitucional de la libertad de prensa y comunicación está consagrada en el Artículo 5 de la Ley Fundamental: “Toda persona tiene el derecho a expresar y difundir libremente su opinión de palabra, por escrito y a través de la imagen, y de informarse sin trabas en fuentes accesibles a todos. (...) La censura está prohibida.”

Los medios son independientes del Estado, la política estatal de los medios, sobre todo la legislación, solamente debe de servir para garantizar la libertad de los medios, su independencia del Estado, de la economía y de otras agrupaciones de la sociedad, pero sobre todo la diversidad en la oferta para los ciudadanos. El máximo tribunal de Alemania, el Tribunal Federal Constitucional, ha defendido desde siempre esta libertad de los medios y ha ordenado a los gobiernos proporcionar las condiciones que garanticen su libertad.

Cualquier persona en Alemania puede publicar periódicos y revistas; sin embargo, para el funcionamiento de radioemisoras y emisoras de televisión se tiene que solicitar una licencia ante los órganos de inspección de los Estados federales.

En el panorama de la prensa, los medios no son evaluados únicamente por su estructura, sus normas de política de medios, su desarrollo técnico, su estructura de propiedad, la oferta y la demanda, lo fundamental es finalmente, su recurso más importante: los periodistas. Los medios son pensados no solamente como una rama de la economía que emplea a un gran número de personas, la redacción y la producción dependen de la creatividad, disposición para la innovación y la independencia de su personal.

La libertad de información y de prensa en Alemania aplica también a la actividad periodística, cualquier persona puede convertirse en periodista o hacerse llamar periodista, no existe una formación profesional obligatoria, ni examen alguno, o algún

tipo de prerequisite. En la práctica no obstante, se han desarrollado códigos de ética los cuales son una prueba de la profesionalización del gremio. En las últimas décadas las universidades han ampliado sus ofertas especiales de estudio tanto en el área periodística como de las ciencias de medios y comunicación. Además existen escuelas privadas de periodismo, que en su mayoría, cuentan con el apoyo de grandes casas editoriales. Aun existiendo una variedad de instituciones de formación profesional, el acceso a la profesión permanece en principio irregular y por ello, abierto a cualquier persona, no obstante, los sindicatos de periodistas en Alemania, han desarrollado el siguiente criterio: todo aquel que se considera periodista, puede convertirse en miembro.

El trabajo periodístico en los medios se rige por las leyes de prensa estatales, las cuales contienen en gran parte reglamentaciones idénticas para todos los estados federados. Como corresponde, los periodistas tienen derechos y deberes, sus deberes consisten principalmente en la obligación de ejercer su profesión con cautela y consciencia; verificar sus fuentes de información y exhortar, en lo posible, a que todas las partes se expresen; respetar el derecho de las personas a la vida privada. Los periodistas no podrán, naturalmente, difamar a nadie.

Las leyes, sin embargo, permiten a los periodistas tener privilegios especiales:

- Las autoridades están obligadas a garantizar el acceso de los periodistas a la información.
- Los periodistas no están obligados ante la policía y los tribunales, a revelar sus fuentes de información.
- El material reunido en el ejercicio de su profesión periodística, no podrá ser confiscado por las autoridades.

Además, por lo que a los periodistas y sus medios se refiere, los tribunales han protegido siempre la libertad de información. Los críticos opinan incluso, que

comparativamente, se resta importancia al derecho que tiene la persona de proteger su privacidad, cuando ésta ha sido invadida. En Alemania es muy difícil lograr ante un tribunal la retractación por parte de los medios, en el caso de que una circunstancia falsa haya sido difundida. Sin embargo parece haber entretanto cambios en la jurisdicción: son muchas las revistas que han sido sentenciadas a retractarse, incluso mediante publicaciones en las primeras páginas.

El mercado alemán de la prensa se caracteriza por la gran variedad de cabeceras y la diferenciación regional. Existen 333 diarios de ámbito local y diez cabeceras suprarregionales; diez periódicos de calidad y nueve periódicos amarillos, de tipo tabloide, próximos al sensacionalismo. Dentro de esta categoría ocupa un papel preponderante el influyente “Bild” (de la editorial Axel Springer), que alcanza una tirada de 3,6 millones de ejemplares y es el único diario suprarregional de su género. La tirada total de los alrededor de 350 diarios alemanes ronda los 24 millones de ejemplares.

Ilustración 8. Periódicos Alemanes



Fuente: www.prensaescrita.com/europa/alemania

Junto a las revistas de actualidad consolidadas siguen ganando posiciones las cabeceras de “interés especial”, concentradas en determinados grupos de lectores con temas monográficos. La tirada total de los cerca de 2.300 títulos que componen el sector de las revistas de información general rebasa los 120 millones de

ejemplares. El mercado de las revistas de información general está dominado por los consorcios mediáticos Springer y Bertelsmann facturan asimismo miles de millones con sus imperios radiofónicos y televisivos y su presencia en el sector de los servicios en línea, lo cual ha desatado una polémica sobre la Concentración mediática y la concentración de la opinión de la mano de los multimedios.

Después de la Segunda Guerra Mundial, en Alemania se organizó *la radiodifusión de derecho público* de manera independiente y descentralizada, siguiendo el ejemplo británico. Once estaciones independientes de radiodifusión emiten en algunos estados federales o bien zonas de emisión, que se han generado a raíz de un acuerdo de varios estados federales más que 50 programas de radiodifusión y un programa de televisión, respectivamente (los así llamados "Terceros programas").

Las estaciones de derecho público cobran cuotas porque deben de cumplir con una misión especial para la sociedad, las leyes estatales de radiodifusión las obligan a emitir información, educación, cultura y entretenimiento. También deben de considerar las particularidades regionales y proteger los valores de la sociedad. Eso incluye el respeto a la persona, la religión o la igualdad y desde hace unos años, también la protección del medio ambiente y el aseguramiento de la paz.

Hay órganos independientes, los consejos de radiodifusión, que vigilan que se cumpla con esta misión. Éstos son formados por agrupaciones relevantes en la sociedad, por ejemplo organizaciones empresariales y sindicatos, grupos religiosos, representantes de la ciencia y cultura, asociaciones juveniles y también los partidos. La evolución de la radiodifusión de derecho público ha mostrado que precisamente los partidos han influido mucho en la política personal de la radiodifusión, desacreditando el sistema. También se critica la falta de flexibilidad y la burocracia de las grandes estaciones así como los altos costos.

Hoy en día compiten entre sí unas 460 emisoras de radio, la mayoría de carácter local y regional. Junto a las cerca de 385 emisoras comerciales existen cerca de 75 radios públicas. En conjunto la radio ha experimentado un cambio de función a lo largo de su historia. Al ponerse en marcha la televisión se convirtió en una especie de medio paralelo, aunque, por lo que respecta al tiempo de uso, sigue registrando niveles de audiencia prácticamente iguales a los de la televisión.

Siguiendo la tendencia mundial de la desregulación, Alemania ha admitido —también influida por las iniciativas de la Unión Europea— relativamente tarde *la radiodifusión privada*, la cual casi en su totalidad es financiada por la publicidad. Con esto, Alemania es de los países europeos con la mayor concentración de cables. Estas cifras seguirán en aumento dramáticamente con la revolución digital inminente. Este desarrollo es reforzado por la introducción única en toda Europa de la nueva técnica de transmisión DVB-T (*Digital Video Broadcast-Terrestrial*) la cual se reemplazó la recepción terrestre análoga tradicional de programas de televisión.

Alemania representa el mercado de televisión más grande del mundo, dominado por dos "familias" de televisión: La RTL Group bajo la participación esencial de la empresa Bertelsmann AG, y la ProSieben/ Sat1 Media AG (un consorcio internacional/ Haim Saban y la empresa Axel Springer AG). El "Pay-TV" ha tardado mucho en desarrollarse dada la diversidad de programas en la televisión libre de Alemania. Solamente una estación de televisión (Premiere TV) ofrece programas digitales que requieren la suscripción.

También el sector privado de medios de Alemania está en gran parte reglamentado. Por un lado, institutos estatales de medios independientes, creados por los estados federales, controlan la admisión y la estructura de propiedades de las estaciones privadas de radiodifusión y televisión, tratando de evitar con ello que la economía se concentre en unas cuantas empresas. Estas instituciones también vigilan que se cumpla con las disposiciones, como por ejemplo, la protección de menores y la

diversidad de opiniones. Según las directivas de la Unión Europea sobre la televisión, la publicidad está restringida en forma y volumen en todos los países miembros. También el cumplimiento de estos principios es controlado constantemente por los institutos estatales de medios.

Con ello, Alemania dispone desde 1984 de un "sistema dual", dentro del cual las estaciones de radiodifusión y televisión de derecho público y privadas están en competencia a base de un reglamento elaborado según los intereses de la política de los medios. La consecuencia inmediata de esta expansión fue el aumento en la competencia de los medios entre sí. En Alemania los medios de comunicación son atribuidos al sector de la cultura e idealmente juegan un importante papel en el funcionamiento de la democracia y en la integración social.

En Alemania, como en la mayoría de los países, *Internet y la comunicación móvil* enfrentan a los medios con varios retos de envergadura. Por una parte, se ha hecho realidad la llamada convergencia técnica, es decir, en un solo aparato o plataforma se reúnen servicios de telefonía, acceso a Internet, vídeo, música y tv, por otra, y como consecuencia de lo anterior, también se diluyen los límites entre la comunicación de masas y la comunicación a medida de los usuarios.

Ilustración 9. Estaciones de Radio Online



Fuente: <http://www.alemanista.com/deutschland-fm-como-escuchar-radio-aleman-online/>

En consecuencia, muchas empresas mediáticas alemanas están introduciendo fórmulas integradoras que conjugan el trabajo de redacción solvente con los contenidos generados por los usuarios. Así pues, bajo el lema “Alemania digital” no solo se transforma el panorama de la comunicación como tal sino que la participación política, la cultura y los sectores económicos del país afectados por la digitalización también se enmarcan de forma aún más dinámica en los actuales procesos internacionales.

2.2. LEYES DE TELECOMUNICACIONES EN AMÉRICA LATINA

América Latina viene protagonizando, desde finales del siglo pasado, una batalla por construir una democracia, es decir, algo que vaya más allá de la sola alusión a la mecánica electoral y que se sintetiza en la tentativa de fundar sociedades más justas en este, el continente más desigual e injusto. En otras palabras, completar el tránsito entre una democracia eleccionaria a otra de carácter sustantiva y fundamental.

La experiencia enseña que en la medida en que las democracias admitan resignadamente la injusticia, la desigualdad y la opresión inherentes al sistema capitalista sus gobernantes no tropezarán con obstáculo alguno que trabe su funcionamiento. Y tal como lo comprueba la historia: que capitalismo y democracia son incompatibles, que las premisas fundamentales de uno y otra son antagónicas, y que la reconciliación entre ambos –durante la fase keynesiana de posguerra, clausurada con la contrarrevolución neoliberal de los ochentas- fue más aparente que real, y siempre parcial y transitoria.

2.2.1. REFORMISMO Y CONTRARREVOLUCIÓN

En América Latina y el Caribe (ALC) se conoce desde hace mucho tiempo esa brutal actitud de las clases dominantes y la ferocidad con que se reprime la desobediencia. El listado sería interminable: recordando algunos casos paradigmáticos como los de Jacobo Arbenz, en Guatemala; Juan Bosch en República Dominicana; Salvador

Allende en Chile; Joao Goulart en Brasil; Omar Torrijos en Panamá; Jaime Roldós en Ecuador y Juan J. Torres en Bolivia. Salvo Bosch y Arbenz ninguno de ellos murió de “muerte natural”, y muchos más que atestiguan lo peligroso que puede ser en esta parte del mundo intentar construir una sociedad mejor.

Más recientemente, la reacción ante la oleada democratizadora puesta en movimiento con la elección de Hugo Chávez Frías en 1998 no se hizo esperar, procurando arrancar la maleza de raíz y evitar su propagación. La reacción ante el nuevo clima político instalado en la región se tradujo en el golpe de estado en Venezuela, en Abril 2002, derrotado por la formidable respuesta de la población que evitó el magnicidio y restituyó a Chávez Frías en el poder.

Luego de eso, el paro petrolero que tanto daño hiciera a la economía venezolana. Derrotada también esta intención, en 2008 la coalición oligárquico-imperialista vuelve a intentarlo en Bolivia: tentativa de golpe y secesión, frustrada por la decisión de Evo y la rápida reacción de UNASUR.⁸

Ilustración 10. Países que conforman a UNASUR



Fuente: www.unasursg.org

⁸ La Unión de Naciones Suramericanas, es un organismo de ámbito internacional que tiene como objetivos construir una identidad y ciudadanía suramericanas, al igual que desarrollar un espacio regional integrado. Está formada por los doce estados de Suramérica (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela), cuya población conjunta con más de 400 millones de habitantes representa el 68 % de la población de América Latina.

En 2009 derrocan a Manuel Zelaya en Honduras, país que es uno de los pilares fundamentales de la estrategia antsubversiva de Estados Unidos en la región. El bloque reaccionario sufre una derrota en Septiembre del 2010 cuando trata de deponer a Rafael Correa en Ecuador. Pero no bajan los brazos: se repliegan, toman aliento y vuelven a la carga en el 2012, liquidando al gobierno de Fernando Lugo en Paraguay, otro pilar de la estrategia norteamericana en la región por su presencia en la gran base militar de Mariscal Estigarribia.⁹

Con “gobiernos amigos” en Honduras, Colombia y Paraguay se garantiza el éxito de la operación “Frog Leap” (salto de rana) del Comando Sur¹⁰, concebida para concretar el rápido despliegue de sus tropas hasta los confines septentrionales de la Patagonia en veinticuatro horas, en caso de que las circunstancias así lo exijan. Si no hubiera gobiernos de ese tipo, serviciales y serviles, siempre dispuestos a colaborar con Washington, la logística de la operación restauradora del orden imperial sería mucho más complicada, y de inciertos resultados.

Esta vocación por rediseñar el tablero sociopolítico latinoamericano no debería causar sorpresa alguna. Si se tiene en cuenta que los lineamientos generales de la política de EEUU hacia América Latina y el Caribe han permanecido invariables desde 1823, cuando fueron establecidos por la Doctrina Monroe¹¹: mantener la desunión a las repúblicas al Sur del Río Bravo; fomentar sus discordias y sabotear cualquier tentativa de unión o integración, directivas puntualmente seguidas desde el

⁹ Se presume que hay un Acuerdo Militar de Entrenamiento de tropas del Ejército de Paraguay y Ejército de los Estados Unidos, para la construcción de una base militar, a 200 km de Argentina y de Bolivia, y a 300 de Brasil. Los gobiernos de Paraguay y de los Estados Unidos negaron la existencia de tal base al igual que pobladores de la zona enunciando que "No existe una base militar extranjera en la zona, las únicas bases milites pertenecen al Ejército Paraguayo (Tercer Cuerpo del Ejército y sexta División de Infantería)".

¹⁰ El Comando Sur de Estados Unidos o USSOUTHCOM (*United States Southern Command* en inglés) es uno de los diez comandos perteneciente a los Estados Unidos. Abarca el área relativa al Sur del continente Americano, América Central y el Caribe. Tiene su sede en Miami, Florida.

¹¹ La Doctrina Monroe, sintetizada en la frase «América para los americanos», fue elaborada por John Quincy Adams y atribuida a James Monroe en el año 1823. Establecía que cualquier intervención de los Estados europeos en América sería vista como un acto de agresión que requeriría la intervención de Estados Unidos.

Congreso Anfictiónico de Panamá convocado por Simón Bolívar en 1826 hasta nuestros días. Fiel a estas premisas, ante los riesgos que entraña la institucionalización de la UNASUR y la CELAC¹² el imperio respondió con su más reciente táctica divisionista: la Alianza del Pacífico.¹³

Ilustración 11. CELAC



Fuente: www.celac.gob.ve

Esta no es otra cosa que una estrategia del imperio que le da el curioso nombre de “alianza” a un conjunto de países que casi no tienen vínculos comerciales entre sí y que, aparte de servir como caballos de Troya a los efectos de debilitar la UNASUR y la CELAC tiene como mal disimulado propósito neutralizar la presencia de China en el área. Nada nuevo: ya el Libertador (Simón Bolívar) había advertido sobre estas maniobras en su célebre Carta de Jamaica de 1815, hace doscientos años.

Por lo tanto, gobiernos que se tomaron –o se toman- en serio al proyecto democrático se convierten automáticamente en mortales enemigos de los poderes

¹² La Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, es un organismo intergubernamental de ámbito regional, heredero del Grupo de Río y la CALC, la Cumbre de América Latina y del Caribe que promueve la integración y desarrollo de los países latinoamericanos y caribeños. Fue creada el martes 23 de febrero de 2010 en sesión de la Cumbre de la unidad de América Latina y el Caribe, en Playa del Carmen (México).

¹³ La Alianza del Pacífico es un bloque comercial de ámbito subregional conformado por cuatro países miembros: Chile, Colombia, México y Perú, y otros 2 países candidatos a miembros: Costa Rica y Panamá.

establecidos. En la cosmovisión burguesa del mundo y la política –que prevalece en el mundo de las ciencias sociales- la democracia nada tiene que ver con la justicia social. Es apenas el rostro farsante amable de la dominación, y será tolerada siempre y cuando no ponga en riesgo a esta última.

Si algunos gobernantes amenazan con poner fin a la dominación clasista y a la injusticia, todas las fuerzas del imperio y sus aliados locales se pondrán en marcha para destruirlos. Si no los pueden derrocar por la vía rápida del clásico golpe militar se los somete a intensas presiones desestabilizadoras hasta que, eventualmente, se produce su derrumbe.

Para esto se sirven de las recomendaciones del manual de Gene Sharp¹⁴ sobre la “no violencia estratégica”, que en realidad es un compendio sobre la utilización racional, fría y calculada de la violencia tal y como fuera aplicada sobre todo por la CIA en sus hazañas “liberadoras” en Guatemala, Irán e Indonesia. La historia reciente de países como Honduras, Paraguay y Venezuela ilustra con elocuencia que clase de “no violencia” es la que se emplea cuando se sigue esta metodología, y cuán “blando” puede ser el golpe de estado en curso.

Desestabilización aplicada, en diferentes grados y apelando a distintas tácticas, contra los gobiernos progresistas de la región, no importa si se trata de sus variantes “moderadas” (como en Argentina, Brasil y Uruguay); o uno “muy moderado”, o “inmoderadamente moderado”, como en Chile; o de gobiernos como los bolivarianos (Venezuela, Bolivia y Ecuador) cuyo horizonte de cambio provoca, a diferencia de los casos anteriores, la virulenta animosidad de las clases dominantes.

¹⁴ Gene Sharp es un filósofo, político, profesor y escritor estadounidense conocido por su extensa obra en defensa de la no violencia como lucha contra el poder, que promueve el uso de la acción no violenta para "democratizar el mundo".

2.2.2. NUEVAS LEYES DE MEDIOS EN SUDAMÉRICA

En la última década se ha podido presenciar en Sudamérica el triunfo reiterado de gobiernos de izquierda y centro izquierda, y una aceptación creciente entre su población de la idea de construir una sociedad poscapitalista e incluso socialista. Al conceptualizar esta tendencia, algunos autores hablan del giro a la izquierda del continente, otros del continente de izquierda (Avilés, 2012; Sader, 2009; Borón, 2008).

Los triunfos electorales reiterados de varios jefes de Estado, como los de Bolivia, Ecuador y Venezuela, cuyos programas no buscan un mejor capitalismo, como lo plantea la llamada Tercera Vía, sino cuestionar los postulados básicos de este sistema, han llevado a diversos autores a plantear la hipótesis del desplazamiento del epicentro de la lucha ideológica hacia América Latina (Halimi, 2011). Incluso el Partido de los Trabajadores (PT) brasilero, en el documento final de su IV Congreso (2011) y que fue leído por Lula Da Silva, habla de un necesario relevo que la izquierda latinoamericana debe efectuar de la izquierda europea. (Partidos dos Trabalhadores, 2011).

Es así que mientras para el convencional conocimiento de occidental europeo el socialismo no está sino muerto, el presidente boliviano Evo Morales proclama el nacimiento del socialismo comunitario¹⁵ (Ellner, 2012: 105). Y tanto en Venezuela como en Ecuador se ha propuesto el Socialismo del Siglo XXI como horizonte posible para la realidad latinoamericana y como alternativa para enfrentar la crisis orgánica actual del capitalismo.

Existen, eso sí, diferencias en las velocidades y en las intensidades con las que se llevan a cabo estos procesos reformistas. Ellner (2012), por ejemplo, distingue entre gobiernos de centro-izquierda (Argentina, Brasil y Uruguay) y de izquierda (Bolivia,

¹⁵ Lo que le permite diferenciarse del llamado socialismo de Estado al entregar medios de producción a la comunidad.

Ecuador, Venezuela). El presidente ecuatoriano Rafael Correa ha señalado que América Latina es hoy un continente en movimiento, "por la presencia simultánea de gobiernos progresistas y gobiernos revolucionarios" (Correa, 2008: 296).

En Venezuela, Bolivia y Ecuador los gobiernos revolucionarios, sus máximos dirigentes hablan explícitamente de la Segunda Independencia y de la construcción de una nueva sociedad basada en la idea del Socialismo del siglo XXI. Aquí nuevas coaliciones políticas han desplazado del gobierno a los partidos tradicionales de la burguesía, aliados estratégicos del imperialismo estadounidense. Se han aprobado nuevas constituciones y se ha realizado una serie de medidas económicas y políticas para consolidar la independencia frente al capital extranjero. En los tres países se han renacionalizado los sectores estratégicos de la economía y en Ecuador, por ejemplo, la nueva Constitución prohíbe expresamente la instalación de bases extranjeras en su territorio. Asimismo, los recursos naturales se declaran estatales.

En Bolivia, el vicepresidente Álvaro García Linera describe la construcción del nuevo bloque de poder bajo la conducción del Movimiento al Socialismo MAS, como étnica y clasista radicalmente distinta al antiguo bloque de poder. "Lo que está aconteciendo hoy en Bolivia no es, por tanto, una simple mutación de las élites en el poder, sino una auténtica sustitución de la composición de clase del poder del Estado, cuya radicalidad es directamente proporcional a la distancia de clase y cultural entre el bloque social emergente y el bloque social desplazado" (García Linera, 2008: 400).

En 2005, el fallecido presidente Hugo Chávez proclamó el carácter socialista del proceso bolivariano, nacionalizó sectores como las telecomunicaciones, los bancos, la electricidad y el acero, y en contra del recetario neoliberal, puso fin a la autonomía del Banco Central y autorizó el empleo parcial de las reservas internacionales para financiar programas sociales (Alvarado, 2009). Asimismo, se han incentivado otras formas de propiedad como las cooperativas, se estima que éstas involucran a más

de 2.5 millones de venezolanos o 14% de la fuerza laboral y que contribuyen con un 8% del PIB (Piñeiro, 2009: 310). También destacan en Venezuela las "Misiones", una modalidad nueva de organizar la gestión de las políticas públicas y sociales contra la pobreza y la exclusión social (Alvarado, 2009).

Por su parte, los gobiernos de centro izquierda de Argentina, Brasil y Uruguay, "los gobiernos progresistas", como los define el presidente Rafael Correa (2008), no llevan a cabo procesos de transformación tan radicales ni tienen una orientación socialista evidente. Se trata de gobiernos reformistas, cuyas críticas centrales se dirigen a las políticas neoliberales, pero no necesariamente a la transformación del estado capitalista (Ellner, 2012).

Tienen en común que transitaron de gobiernos desarrollistas en los años cincuenta y sesenta, a dictaduras militares neoliberales en la década de 1970 y 1980 y luego a gobiernos civiles neoliberales en los años noventa, para llegar a la actual etapa de "gobiernos civiles neo-desarrollistas" (Espinosa, 2012: 126). En estos países se ha reorientado el modelo de desarrollo que, alejándose del dogma neoliberal, apuesta por el capitalismo productivo nacional, se mantienen los incentivos a la inversión extranjera, especialmente en la explotación de los recursos naturales, aunque ahora con una fuerte incidencia del Estado en el despliegue de estrategias de intervención económicas y políticas, en alianza con amplios sectores populares movilizados.

Por encima de esas diferencias, sin embargo, todos estos gobiernos tienen en común que a la hora de asumir se encontraron en sus respectivos países con una estructura mediática altamente concentrada, en un mercado comunicacional dominado por pocos grupos, con una clara tendencia ideológica. Y a la hora de gobernar y de impulsar medidas cuestionadoras de la ortodoxia neoliberal como las descritas han debido enfrentar una férrea y permanente oposición de los principales medios tanto escritos, radiales como audiovisuales, que en su mayoría pertenecen a grupos económicos que adversan a estos gobiernos.

Este contexto mediático-comunicacional con el que los nuevos gobiernos sudamericanos se encuentran se consolidó durante la década de 1990, en el marco de los procesos de privatizaciones masivas y de desregulaciones que afectaron al continente (Estrada, 2012; Wood, 2009). Es decir, la actual conformación de la estructura mediática sudamericana es consecuencia de la estructura económica del capitalismo neoliberal, por lo tanto, proponer reformas a las bases económicas y políticas del modelo significa inevitablemente chocar con su sistema mediático, en palabras de Marx, "con sus medios de producción mental".

En ese sentido, si bien los países muestran diferencias como las mencionadas en las intensidades con las cuales se oponen al recetario neoliberal, tienen en común la existencia de fuertísimas tensiones con los medios hegemónicos. Esta tensión es doble: por un lado, los medios se han convertido en los principales opositores de los gobiernos, y por otro, la concentrada estructura de propiedad de la industria de medios (Becerra y Mastrini, 2009; Reig, 2011) dificulta la exposición y circulación de discursos alternativos y diversos que representen a la base electoral y política oficialista. En ese sentido, a pesar de los triunfos electorales, los discursos mediáticos hegemónicos siguen siendo los de la oposición.

Efectivamente, en Argentina, Bolivia, Venezuela, Uruguay, Ecuador y Brasil se han verificado —con diferentes intensidades— procesos de discusión ciudadana y legislativa en torno a las políticas de comunicación heredadas de la etapa neoliberal de los años noventa y a sus posibles modificaciones. Respecto de estas nuevas políticas de comunicación, se resalta la existencia de un alineamiento regional en torno a los marcos legales que se están implementando entre los países que integran el ALBA¹⁶ y el MERCOSUR¹⁷; el objetivo es crear una nueva base normativa sobre la

¹⁶ALBA, Alianza Bolivariana para América es una organización internacional de ámbito regional, enfocada para los países de América Latina y el Caribe que pone énfasis en la lucha contra la pobreza y la exclusión social con base en doctrinas de izquierda.

¹⁷MERCOSUR, El Mercado Común del Sur, es un proceso de integración regional fundado en 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, posteriores se han incorporado Venezuela y Bolivia y los

relación democracia-sistema de medios. A su vez se observa que dicho alineamiento tiene una inspiración histórica común: el pensamiento comunicacional latinoamericano de la década de 1970 y las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que entonces se trataron —sin éxito— de implementar en parte del continente.

Ilustración 12. Alianza Bolivariana para América



Fuente: www.portalalba.org

Siguiendo estas ideas, se cree que el subcontinente puede ser analizado como un caso particular sobre el modo como se está configurando la relación, medios—democracia, en comparación con el resto del mundo, donde la tendencia es a la concentración de la industria. Esto está directamente relacionado con las singularidades de la actual dinámica política del subcontinente, porque si bien es cierto que, por un lado, existe en Sudamérica una alta concentración mediática propia de las democracias capitalistas (Corrales y Sandoval, 2005; Becerra y Mastrini, 2009), por otro —y eso los diferencia—, vemos en esta parte del mundo esfuerzos de la sociedad política y de la civil por construir tanto en el plano económico, político como en el comunicacional alternativas a la lógica neoliberal. Eso hace de Sudamérica hoy "un territorio en disputa" (Estrada, 2012: 313), tanto en el plano político, en el económico y como en el comunicacional.

define como "Estados parte, "Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Guyana y Surinam" integran el bloque como "Estados asociados", y que México y Nueva Zelanda son "Estados observadores".

2.2.3. RECONFIGURACIÓN DEL SISTEMA TRADICIONAL DE PARTIDOS

Los constantes triunfos de los presidentes progresistas desde 1998 en adelante han implicado, entre otros, la reconfiguración del sistema de partidos en las naciones sudamericanas. Con la aparición de nuevos líderes, de nuevas mayorías y de nuevos referentes políticos, los partidos tradicionales que habían dirigido el destino de sus países en las últimas décadas comenzaron a ser seriamente cuestionados, desplazados y en ocasiones marginados.

Partidos con décadas de existencia, que jugaron un rol clave en la instalación y legitimación del neoliberalismo en el continente, como Alianza Democrática (AD) y Comité de Organización Política Electoral Independiente (Copei) en Venezuela, el Partido Social Cristiano de Ecuador, el Movimiento Nacionalista Revolucionario en Bolivia, Partidos Blanco y Colorado en Uruguay, etcétera, sufrieron debacles electorales ante los arrolladores y repetidos triunfos del Movimiento al Socialismo (MAS) en Bolivia, el Partido Socialista Unido de Venezuela, Alianza País en Ecuador, Frente Amplio en Uruguay, Partido de los Trabajadores en Brasil, etcétera (Altman et al., 2008; Braun y Straw, 2009).

Ilustración 13. Partidos Políticos Sudamericanos



Fuente: <http://www.educa.com.bo>

Las derrotas de los antiguos partidos y los triunfos de los gobiernos progresistas tornaron muy inestable el sistema político tradicional, provocando dinámicas centrífugas, una reconfiguración del mapa, el repliegue de las antiguas organizaciones partidarias y la consolidación de nuevas. Éstas han desplazado a las orgánicas partidarias tradicionales, y de ellas han surgido nuevos líderes que, como Chávez, Maduro, Morales y Lula no pertenecen a la élite nacional ni a la oligarquía. Por primera vez un mestizo, por primera vez un indígena y por primera vez obreros asumen las presidencias.

En dicho contexto de repliegue de las estructuras políticas tradicionales de la burguesía, el sistema de medios en Sudamérica ha proveído refugio y retaguardia a los actores de la derecha. Esto ha sido posible ya que los cambios políticos de la última década si bien permitieron desplazar a las oligarquías del Poder Ejecutivo, apenas han cambiado las relaciones medios--Estado construidas en las décadas de 1980 y 1990.

Durante los últimos diez años los representantes políticos de la oligarquía se han convertido en minoría en los poderes ejecutivos y legislativos, situación que los ha obligado a reaccionar y maniobrar. Como explica García Linera (2008), se han visto obligados a buscar otras formas en la lucha empresarial por el control de las estructuras decisionales del poder político. "El bloque de poder del viejo Estado, carente de un nuevo proyecto político general, se ha replegado. Estamos ante un nuevo sistema político donde se están reconfigurando cinco aspectos: las características clasistas y culturales del nuevo bloque de poder estatal; las nuevas fuerzas políticas duraderas en el país, los nuevos liderazgos generacionales, la distribución territorial del poder estatal y, por supuesto, el nuevo sistema de ideas antagonizables a mediano y corto plazo" (García Linera, 2008: 400).

En este nuevo contexto los medios se convierten en los más identificables defensores públicos y guardianes políticos de los intereses económicos capitalistas.

Como explica Britto (2004: 46) para el caso de su país, "en Venezuela la universal contradicción entre medios y partidos, se convirtió en sustitución". Ocurre entonces que la estructura de medios acoge a la dañada estructura política del bloque que representaba los intereses del capital en los espacios institucionales, así los principales medios sudamericanos comienzan a ejercer en la última década "la dirección política e ideológica de la derecha latinoamericana" (Sader, 2009: 69) y se convierten en el lugar desde el cual actúan los intelectuales orgánicos de la oligarquía.

Este acoplamiento orgánico de la derecha política con el sistema de medios ha resultado relativamente natural, ya que a partir de la década de 1980 se había consolidado una serie de condiciones objetivas para ello. Por un lado, gracias a la acción cómplice de los gobiernos, se desreguló el sector comunicacional, se debilitaron los controles antimonopólicos y se permitió la existencia de una oligopólica estructura de propiedad que favorece ideológicamente a la derecha. Por otro lado, gracias a legislaciones pro-mercado los medios gozan de altos grados de autonomía frente a los gobiernos, situación propia del proceso privatizador que sufrió América Latina en las últimas décadas (Wood, 2009). Incluso muchas de las leyes que han regulado el funcionamiento de la industria mediática sudamericana fueron aprobadas durante los regímenes dictatoriales como en Chile (1982), Uruguay (1977), Brasil (1967), Ecuador (1975) y Argentina (1980), con las cuales se sentó las bases de la seguridad jurídica de la que gozaron los medios después.

Si bien la derecha sufre importantes caídas en las preferencias electorales en Bolivia, Ecuador, Venezuela, Uruguay, Brasil y Argentina, gracias al alto consumo mediático de la población, tiene asegurado un contacto diario con una audiencia masiva a través de los medios. Es decir, no tiene los electores, pero tiene una gran audiencia¹⁸. Y en la lógica de mercado, audiencias masivas atraen avisaje y

¹⁸ En América Latina la penetración de internet es aún limitada, aunque creciente. De acuerdo a los datos provistos por Internet World Stats (dic. 2011), el promedio de penetración es del 32.1 % de su

publicidad, es decir, recursos económicos. En efecto, el campo comunicacional ha adquirido creciente peso económico. En 2004, por ejemplo, la importancia económica de este sector se aproximaba, en promedio, a un 5% del PIB del conjunto de los países latinoamericanos (Becerra y Mastrini, 2009).

Los puntos anteriores sirven para explicar por qué la derecha latinoamericana encuentra en el campo comunicacional su propia estructura de repliegue defensivo y el locus desde el cual articularse y desarrollar sus estrategias políticas en un contexto nuevo, inestable y desfavorable. Los medios se convierten de este modo en la oposición política principal y más visible a los nuevos gobiernos sudamericanos. Como dice Reig (2011: 151), "los medios están descaradamente unidos a las opciones políticas y son frecuentes los duopolios mediáticos".

Por ejemplo, en Argentina el Grupo Clarín es la principal corporación multimedia de ese país, concentra el 31% de la circulación de periódicos, el 28% de la audiencia de la televisión abierta (Becerra y Mastrini, 2009) y es propietario de los siete principales sitios de internet en relación con el número de visitas (Igarza, 2010). Este imperio mediático se ha enfrentado permanentemente al gobierno del ex presidente Néstor Kirchner, primero, y al de la presidenta Cristina Fernández, después.

En Brasil, el ex presidente Lula da Silva y la actual presidenta Dilma Rousseff han vivido permanentes tensiones con el grupo empresarial Globo, dueño de la Red Globo de Televisión, la más importante del país que concentra casi el 64% de la audiencia de la televisión abierta y férreo opositor a cualquier modificación de la situación jurídica de los medios. En la televisión por cable (paga) este grupo controla el 45% del total de facturación en el país y casi el 40% de los abonados (Becerra y Mastrini, 2009).

población. Los países con mayor acceso a la red son Argentina (50.4%), Chile (48.9%) y Colombia (47.6). Los países que tienen aún menores tasas de penetración: Uruguay (38.3%), Brasil (36.2%), Venezuela (33%), Ecuador (12.6%) y Bolivia (10.7%).

En Venezuela el principal grupo mediático es el poderoso grupo Cisneros, con presencia en toda América Latina y en diversos ámbitos de la economía. Posee, entre otros, el canal de televisión abierta Venevisión, opositor al gobierno de Hugo Chávez. En este país, de los cuatro canales de televisión con alcance nacional, tres están en manos de grupos opositores al gobierno bolivariano (Globovisión, Venevisión y Televen), y concentran el 90% de la audiencia.

En Ecuador, seis de los siete canales de TV con cobertura nacional son propiedad de la banca. Dos diarios, El Comercio y El Universal concentran más del 65% de las ventas y de la circulación de la prensa nacional. Este duopolio se ha convertido en un férreo adversario del presidente Rafael Correa, quien ha debido lidiar con ambos grupos empresariales desde que inició su primer gobierno.

Ilustración 14. Principales grupos de medios de comunicación de América Latina



Fuente. Elaboración propia.

No es novedad caracterizar teóricamente a los medios como actores políticos, diversos autores le asignan esa función (Borrat, 1989; Curran, 2003; Herman y Chomsky, 1990; Mazzoleni y Schulz, 1999). Lo novedoso es que en el contexto descrito ocurre una verdadera sustitución de la oposición política por la de los medios. Esto significa que el enfrentamiento clásico entre oposición y gobierno se ha convertido en una disputa permanente entre oficialismo y medios. Este antagonismo significa un desafío de la mayor importancia para los gobiernos progresistas

sudamericanos. Por lo mismo, son diversas las iniciativas político-comunicacionales que se han tomado en los últimos años para contrarrestar y limitar el efecto ideológico de los medios hegemónicos y para cambiar la relación medios-Estado. Las estrategias de los gobiernos en cuestión para enfrentar este antagonismo muestran significativas coincidencias.

En ese sentido, se postula la existencia de un alineamiento subcontinental en la implementación de las estrategias político-comunicacionales. La observación realizada permite identificar dos ámbitos como los principales —aunque no los únicos— en los que se impulsa una serie de acciones. El primero es ideológico-discursivo y está protagonizado directamente por los presidentes de los países en cuestión. El segundo es político-legislativo y su propósito es cambiar la dinámica medios-Estado y la relación democracia-medios; aquí los partidos políticos con representación parlamentaria y los movimientos sociales han asumido un rol prominente.

2.2.4. LA LUCHA POLÍTICO COMUNICACIONAL

Teóricamente la relación entre los presidentes y los medios de comunicación en las democracias occidentales ha sido descrita y conceptualizada por la llamada Teoría del Agenda Setting (MacCombs, 1996, 2003), teoría sustantiva que se preocupa de explorar empíricamente la relación entre los temas que los medios ponen en agenda y cómo dichos temas afectan los discursos de las personas. Uno de sus postulados centrales sostiene que los jefes de Estado son actores políticos que —a diferencia de otros— tienen altas posibilidades de influir en la agenda mediática y, por lo tanto, de colocar temas en el debate público. Serían, en ese sentido, "instaladores de agenda" privilegiados. Por lo mismo, los medios siempre están pendientes de sus opiniones, los entrevistan y monitorean sistemáticamente.

Lo común suele ser que la mayoría de los presidentes de las democracias capitalistas coinciden en sus perspectivas políticas con la de los medios

hegemónicos y los dueños de las corporaciones y, por lo mismo, suelen ser momentos de excepción cuando hay divergencias notorias y públicas. Rara vez cuestionan la línea editorial de los medios, más bien tienden a mantener una (aparente) neutralidad al respecto, neutralidad que muchas veces oculta una alianza ideológica entre el campo político y el campo mediático.

En contraste, en los países latinoamericanos las máximas autoridades de gobierno lejos de guardar neutralidad han asumido en los últimos años un rol discursivo protagónico en la pugna político-comunicacional. En ese sentido, los dirigentes usan el poder de agenda que les otorga su posición política para criticar el discurso de los medios. No es raro observar cómo los presidentes sudamericanos responden a los planteamientos mediáticos cuestionando las visiones de mundo que éstos ofrecen y cuestionando, en términos generales, el rol de la prensa en las democracias capitalistas, advirtiendo a la ciudadanía a desconfiar de los mensajes periodísticos y denunciando la concentración de propiedad de la industria como un peligro para la democracia.

Se trata de una acción que podríamos describir como de "discurso contra discurso". Los presidentes, y a menudo también otras altas autoridades, han entrado de lleno en la batalla mediática y sus discursos denuncian explícitamente las estrategias ideológicas de los medios. Se trata de una situación novedosa para la teoría y de un desafío práctico para los medios, es decir, cómo proceder con los instaladores de agenda que cuestionan la agenda medial.

De este modo, hoy se presencia una permanente tensión y contradicción entre la agenda que proponen los medios hegemónicos y los discursos públicos de los instaladores de agenda. A modo de ejemplos que ilustran esta tensión, se cita algunas declaraciones de estas máximas autoridades:

- **José Vicente Rangel**, ex vicepresidente de la República Bolivariana de Venezuela: "La internacional mediática hace el trabajo sucio. Bombardea

sistemáticamente para ablandar posiciones y confundir a la opinión pública. El medio, devenido en partido, en fuerza armada, en iglesia, es el principal promotor de la desestabilización en América Latina; es el motor de la guerra de cuarta generación" (revista Punto Final, Chile, mayo de 2010).

- **Evo Morales**, presidente de Bolivia: "En el referendo revocatorio la peor derrotada ha sido la prensa. ¡Semejante prensa contra Evo y también semejante apoyo del pueblo: 67 por ciento!" (Página 12, Argentina, 19 de octubre de 2008).
- **Cristina Fernández**, presidenta de Argentina: "Esta vez no han venido acompañados de tanques, esta vez han venido acompañados por algunos generales multimediáticos, que además de apoyar el lockout al pueblo, han hecho lockout a la información, cambiando, tergiversando, mostrando una sola cara" (Página 12, Argentina, 1° de abril de 2008).
- **Rafael Correa**, presidente de Ecuador: "Los medios de comunicación son los que han respaldado las dictaduras, los que han callado las represiones, los atracos bancarios, etc., y son los que persiguen a los gobiernos que queremos cambiar las cosas. Desmitifiquemos eso, por favor, por favor, no nos engañemos, entendamos lo que vive América Latina. Ustedes se creen propietarios de la opinión pública, y no, ustedes son propietarios de la opinión publicada. La opinión pública es la de nuestros pueblos" (19 de marzo de 2012, entrevista en Televisión Española).

Esta tensión es mutua, por un lado los medios tienen ahora como antagonistas a las máximas autoridades políticas que suelen ser fuentes privilegiadas del discurso periodístico y que forman parte de las rutinas de monitoreo de los medios; y por otro, los presidentes tienen a los principales medios como oposición y no cuentan con éstos como canales de difusión masivos para dar a conocer a la ciudadanía sus puntos de vista sobre las diversas materias que la gestión gubernamental entraña.

En el marco de lo que se califica antes como un alineamiento regional en la lucha comunicacional, se presencia hoy en la mayoría de los países de Sudamérica procesos de *revisionismo legislativo* que, en parte, dan cuenta de la tensión recién descrita. Nos referimos a iniciativas políticas impulsadas por el Poder Ejecutivo, por los partidos aliados y por parte importante de la sociedad civil cuyo propósito es revisar críticamente las leyes que han regulado el funcionamiento de los medios de comunicación, muchas de las cuales, como se señaló antes, fueron promulgadas durante la época dictatorial sudamericana.

En efecto, hoy la mayoría de los Estados y congresos de los países del subcontinente se encuentran discutiendo sus leyes de medios y promulgando nuevas. Desde el punto de vista del avance legislativo, Venezuela, Argentina, Uruguay, Ecuador y Bolivia son los países más adelantados, pues en todos ellos ya se aprobaron nuevas leyes de medios. En tanto, en Brasil se han realizado discusiones en la sociedad civil y se ha anunciado un proyecto de ley. En Argentina, en 2009 se votó en el Senado la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que reemplaza una normativa vigente desde 1980.

En 2008, Uruguay aprobó una nueva regulación específica para los medios comunitarios (también llamado tercer sector de la comunicación), y en 2013 el gobierno de Mujica ingresó a discusión legislativa un proyecto de ley para contar con nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que reemplazará la de 1977.

En Venezuela se promulgó la Ley Orgánica de Telecomunicación (2000), el Reglamento de Radiodifusión Sonora y TV Abierta Comunitaria (2002) —que como en Uruguay legaliza y norma al tercer sector de la comunicación— y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2005). En agosto de 2011 el Presidente Evo Morales promulgó la Ley General de Telecomunicaciones Tecnologías de Información y Comunicación.

En Ecuador el 2014 comenzó a regir la Ley Orgánica de Comunicación que reemplaza la que estaba vigente desde 1975. Antes, en abril de 2011, el presidente Rafael Correa convocó a un referéndum nacional y tres de 14 preguntas se relacionaban directamente con los medios. Una de ellas (que como todas las demás fue aprobada mayoritariamente por la ciudadanía) propuso prohibir que grupos financieros pudieran ser dueños de medios de comunicación.

En Brasil, en tanto, la presidenta Dilma Rousseff anunció para el 2014 la discusión de una nueva ley de medios y previamente, en diciembre de 2009, se realizó la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom) que fue antecedida por asambleas en todo el país en las cuales más de diez mil personas discutieron en torno a la comunicación, los medios brasileiros y la necesidad de una nueva políticas de comunicación (Lemos, 2010: 211).

A su vez, en marzo de 2014 y en respuesta al espionaje estadounidense que afectó al gobierno de Brasil, el senado brasileiro aprobó el "Marco Civil de Internet". Se trata de una de las pocas leyes en el mundo en el campo de Internet que crea mecanismos para proteger al usuario y que garantiza la inviolabilidad de la intimidad, de la vida privada y de la confidencialidad del flujo y de las comunicaciones privadas amenazadas actualmente en la red.

Respecto de todas estas iniciativas es interesante observar que las definiciones conceptuales que las sustentan, las orientaciones político-comunicacionales que las guían y las discusiones legislativas que se han tomado en estos países coinciden plenamente. En términos generales las nuevas políticas de comunicación buscan modificar la relación entre comunidad y comunicación, la forma en que el modelo comunicacional hegemónico se relaciona con las audiencias, diversificar la oferta mediática, rediseñar la gestión del espacio radioelectrónico (que es un bien público), poner límites a la concentración y modificar el rol central que el mercado cumple en el sistema de medios así como la regulación mínima que el Estado debe ejercer.

Considerando que tanto la radio como la televisión (libre y por suscripción) deben usar para su funcionamiento un recurso público (el espacio radioelectrónico), no así la prensa escrita que es, fundamentalmente, una actividad ligada al mundo privado, los medios más afectados en la construcción de esta nueva ecología mediática son éstos dos, los que a su vez son los más consumidos por la población.

Las coincidencias centrales de las nuevas políticas de comunicación en estos países son las siguientes:

La génesis: Los debates político-legislativos revisionistas iniciaron a comienzos de la década del 2000, coincidiendo con la crisis del modelo neoliberal en gran parte de Sudamérica, con el ascenso de los movimientos sociales y con la llegada al poder gubernamental de nuevas coaliciones que han cuestionado la ortodoxia neoliberal, entre ella y el funcionamiento del sistema de medios.

Ilustración 15. Movimientos sociales en contra del neoliberalismo



Fuente: <https://chemazdamundi.wordpress.com>

Carácter antimonopólico de las leyes y restricciones a la propiedad: Las nuevas leyes prohíben los oligopolios y limitan la concentración y el número de licencias por actor. Se desmercantiliza así parcialmente el mercado mediático, hasta ahora

dominado por pocos grupos comerciales. En cuanto al carácter antimonopólico todas las nuevas normativas ponen límites a la propiedad cruzada y vertical.

Según la ley argentina, por ejemplo, un mismo concesionario sólo puede tener una licencia audiovisual sobre soporte satelital y sólo hasta 10 señales sonoras, de televisión abierta o cable; asimismo, a ningún operador se le permite que dé servicios a más del 35% del total de la población del país.

En Venezuela, el artículo 191 de la Ley Orgánica de Telecomunicación señala que ninguna persona natural o jurídica o grupo de personas podrá "obtener en concesión o llegar a controlar más de una estación de radiodifusión o televisión abierta, en la misma banda de frecuencia por localidad".

En Ecuador, luego del plebiscito del 2011, está prohibido que grupos financieros puedan ser dueños de medios de comunicación y la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en 2013 prohíbe expresamente en su art. 113 "que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias o señales para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión". En Bolivia, es la propia Constitución Política del Estado la que en su art. 108 establece que "los medios de comunicación no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios y oligopolios".

Reconocimiento legal de diferentes tipos de propiedad de medios: Todas estas iniciativas legales reconocen explícitamente tres diferentes tipos de propiedad en relación con los medios de comunicación: *medios públicos*, *medios privados* y, por vez primera, a los *medios comunitarios*. Venezuela y Uruguay establecieron una legislación específica para el tercer sector de la comunicación.

En Ecuador, el art. 70 de la ley señala: "Los medios de comunicación social son de tres tipos: públicos, privados, comunitarios". Lo mismo ocurre con la ley argentina

que reconoce en su artículo 21 que "los servicios de comunicación serán operados por tres tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro". La ley boliviana, en su art. 6 distingue entre operadores cuya naturaleza puede ser "pública, privada, cooperativa o comunitaria". Este reconocimiento es muy importante en relación con los criterios que garantizan las libertades de expresión e información.

De acuerdo con la legislación y las recomendaciones internacionales en la materia, hablar de pluralismo en el sistema mediático de un país implica la existencia de diversidad en los tipos de medios, es decir, presencia de medios comerciales (privados con fines de lucro), comunitarios (privados sin fines de lucro) y públicos.

La Unesco (2008) recomienda específicamente la existencia de estos tres tipos de medios y considera dicha mezcla como un indicador clave para el desarrollo y fortalecimiento de la democracia y para establecer lo que se denomina una ecología mediática sana en un país: "En general, lo mejor es lograr una diversidad de medios públicos, comunitarios y particulares mediante medidas legales, financieras y administrativas, con disposiciones específicas para alentar a los medios comunitarios y, en el sector de radio y televisión, asignar justa y equitativamente el espectro" (Unesco, 2008: 26).

Rediseño de la gestión del espectro radioelectrónico: En todas las legislaciones se garantiza ahora de manera legal y equitativa el acceso de los tres tipos de medios a las frecuencias, modificándose las barreras de entrada y las medidas discriminatorias que afectaban fundamentalmente a los medios públicos y comunitarios, permitiéndose el ingreso de nuevos actores al sistema, aumentando así la competitividad (Bulla, 2010).

Asimismo, se cambian legalmente las modalidades de asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico en Venezuela, Argentina, Bolivia, Uruguay y en Ecuador,

contemplándose la distribución equitativa de las frecuencias para actores de los tres sectores de la comunicación. Para ello las leyes de argentina, uruguay, ecuatoriana y venezolana reservan un tercio del espacio para los tres tipos de medios.

El caso boliviano es ligeramente distinto. Coherente con el carácter plurinacional del Estado con el cual la nueva Constitución política define a Bolivia (aprobada en 2009), la Ley de Telecomunicaciones distribuye las licencias en hasta 33% para medios públicos, hasta 33% para medios comerciales, hasta 17% para medios comunitarios y 17% para medios de "pueblos indígenas, originario campesino".

Reconocimiento legal del tercer sector de la comunicación (medios comunitarios no comerciales): Por primera vez en la historia sudamericana los medios comunitarios logran un reconocimiento legal pleno e igual que los medios comerciales. Implica que los medios comunitarios salen de la situación de ilegalidad y semiclandestinidad en la que han operado por décadas.

Ilustración 16. Radio comunitaria



Fuente: <http://venezueladx.blogspot.mx>

A pesar de ser por años muy activos en el continente y tener una larga tradición de lucha social, el funcionamiento de ellos, tanto radial como televisivo, generalmente ha operado al margen de la ley.

Esa situación se mantuvo inalterada con la llegada de los gobiernos democráticos en la década de 1980. Las nuevas leyes ponen así fin a una situación de discriminación regulatoria. Por otro lado, se amplía de este modo la pluralidad de voces, pues nuevos actores tienen ahora la posibilidad de transmitir sus discursos a través de las frecuencias. También se trata de un intento de involucrar de una manera distinta a la comunidad con la comunicación y a los medios con la audiencia.

Cuotas de pantalla: Todas las leyes contemplan cuotas de pantalla para favorecer la producción nacional, tanto en programación como en publicidad. Este punto ha significado un estímulo importante para productoras nacionales y también para las artes escenográficas, en general.

Proceso ciudadano participativo: Los movimientos sociales jugaron un rol de primer orden en la génesis y en el desarrollo de estas políticas de comunicación (Baranchuk, 2010; Bulla, 2010; Kaplún, 2010; Mauersberger, 2012). En Ecuador, por ejemplo, antes de la aprobación de la ley se realizaron foros sociales en los cuales diversos actores efectuaron más de 600 observaciones y propuestas, gran parte de las cuales fueron recogidas por la Ley Orgánica de Comunicación.

En Argentina, en 2004, la Coalición por una Radiodifusión Democrática, organización integrada por movimientos sociales y universidades públicas, planteó los "21 puntos para una difusión democrática", base del proyecto de ley. Se realizó un proceso nacional de discusión durante el cual se recibieron más de 1,300 propuestas, 24 foros fueron organizados, junto con 80 debates y más de 15,000 aportes enviados por e-mail.

En Uruguay, las bases del proyecto de Ley de Medios Comunitarios fueron elaboradas en el año 2005 por organizaciones de la sociedad civil y académicas. Éstas redactaron un proyecto sobre radiodifusión comunitaria y lograron que los diputados del gobierno lo presentaran y aprobaran en el Parlamento (Kaplún, 2010).

En Brasil, en tanto, la presidenta Dilma Ruseff anunció en 2013 la discusión de una nueva ley de medios y antes, en diciembre de 2009, se llevó a cabo la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom), que fue antecedida por asambleas en todo el país en las cuales más de diez mil personas discutieron en torno a la comunicación, los medios brasileiros y la necesidad de una nueva política de comunicación (Lemos, 2010).

Se propone una nueva relación entre comunicación y comunidad: La legislación argentina (art. 114), por ejemplo, otorga incidencia efectiva a la ciudadanía en la implementación de políticas comunicacionales al incorporar a representantes de la sociedad civil en los órganos oficiales de aplicación de las normativas; asimismo, contempla la realización de audiencias públicas en el proceso de renovación de licencias (art. 40).

También el proyecto uruguayo incorpora las consultas públicas (art. 115) y la ley ecuatoriana incorpora el "Principio de participación" (art. 13 y 38). La venezolana opta por incorporar a los ciudadanos en la producción directa de contenido (art. 28, Ley Resorte) al decretar que, al menos, el 70% del contenido emitido por los medios comunitarios debe ser producido por la propia comunidad. Todas estas legislaciones tienen también en común que crean Consejos de Regulación integrados por representantes de los tres sectores que, entre otras atribuciones, fiscalizan y regulan la asignación y renovación de las licencias.

Considerando lo anterior se ha comparado analíticamente las medidas centrales que se están tomando en los países sudamericanos que integran el ALBA y el MERCOSUR, en el marco de lo que se ha conceptualizado como una lucha político comunicacional que enfrenta a los gobiernos progresistas con los medios de comunicación hegemónicos.¹⁹ Se trata de iniciativas muy similares, "operaciones

¹⁹ Sólo los países que se han incorporado a la llamada Alianza del Pacífico (Chile, Colombia y Perú) no se han sumado a esta tendencia de renovación de las leyes de medios.

simultáneas de nuevas regulaciones" (Becerra, 2011: 14) con las que se ha incursionado en un territorio vedado y en un tema hasta ahora tabú en las democracias capitalistas: la seguridad jurídica del concentrado sistema mediático.

Se presencia así en esta parte del mundo el intento por crear y hacer surgir nuevos modos de comunicación social para superar el modelo comunicacional capitalista y para cambiar las consolidadas "estructuras monocéntricas" de los países que como Sartori (2003) señala, constituyen un peligro mayor para las democracias.

2.3. LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO

2.3.1. HISTORIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La industria de la radio y televisión en nuestro país surge casi paralelamente a la formación y consolidación del sistema presidencial mexicano, aunque es de señalarse que la radio antecede a la televisión en casi todos los países del mundo debido a la transformación tecnológica y material que tiene lugar en la primera mitad del siglo XX. A continuación, se hace un breve recorrido histórico con los principales hechos que marcaron la evolución de los medios de comunicación electrónicos en México, así como de los reglamentos que surgen a consecuencia de estos.

2.3.1.1. LA RADIO

En México, la primera transmisión radiofónica se registró el 9 de octubre de 1921 en la ciudad de Monterrey, a cargo del Ingeniero Constantino de Tárnava Jr.²⁰, a la cual le siguieron otras más en el Distrito Federal, Veracruz y algunos estados del Norte de la República, como es el caso de Chihuahua (Fernández, 1976).

²⁰ Aunque muchos atribuyen la primera transmisión a este último, existe una divergencia respecto de quién pudo haber sido el primero en llevar a cabo tal hecho, pues se menciona que ésta pudo haber sido realizada por el doctor Adolfo Enrique Gómez Fernández en la ciudad de México (Fernández, 1976:238).

Para el 27 de septiembre de 1921 en la Ciudad de México, los hermanos Gómez Fernández, que contaban con el patrocinio del empresario Pedro Barra Villela para sus experimentos, instalaron un equipo de Radio de marca De Forest en la planta baja del Teatro Ideal de la Ciudad de México y transmitieron desde ahí un breve programa radiofónico. La emisora de los hermanos Gómez Fernández, se mantuvo al aire desde el 27 de septiembre de 1921 hasta enero de 1922 (Mejía, 2010).

Más adelante, en el mes de junio de 1922, los radioaficionados que habían surgido desde el periodo de Álvaro Obregón, conformaron la Liga Nacional de Radio, la cual tenía como principal propósito el intercambio de experiencias, la programación de conferencias y la intención de constituirse como una institución sólida. Cabe aclarar que en este momento no existía ninguna regulación sobre el espectro radiofónico, pues será hasta 1926 que se regule en materia, con la promulgación de la Ley de Comunicaciones Eléctricas.

En este mismo año, y ante la oportunidad que se vislumbraba en el medio, el norteamericano Sandal S. Hodges convenció a Raúl Azcárraga Vidaurreta de instalar en México una estación radiofónica con el propósito de incursionar en la industria. El 1 de mayo de 1923 fundó la Casa de la Radio, la cual debido al éxito de sus transmisiones unió sus fuerzas a las del periódico El Universal a través de un acuerdo signado con Félix F. Palavicini para operar de manera conjunta.

Habiéndose iniciado este proceso de expansión –principalmente producto de la inercia del mercado-, las empresas radiofónicas rápidamente comenzaron a proliferar en la capital mexicana. De tal manera que para 1923, y como parte de la negociación que Álvaro Obregón llevó a cabo con los Estados Unidos para el reconocimiento de su gobierno²¹, otras estaciones aparecieron en la capital: Radio JH, Radio 1J y El Buen Tono o XEB.

²¹ La legitimación por parte del gobierno norteamericano era indispensable para Álvaro Obregón debido a que encabezaba el primer gobierno posrevolucionario, el cual buscaba unificar y controlar a

A este vertiginoso auge de la radiodifusión, se sumó además la conformación de otras organizaciones como: el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros. Estas dos últimas, sumadas a la Liga Central Mexicana, darían vida el 6 de septiembre de 1923 a la Liga Central Mexicana de Radio, primer antecedente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión.

Por otro lado, el Estado también tuvo sus intentos de incursionar en la radio. Ese mismo año, el secretario de Relaciones Exteriores, Alberto J. Pani, solicitó al ingeniero Salvador Flores Domenzain la instalación de una estación receptora y transmisora en la dependencia. Un año más tarde, entró en operaciones la emisora CZE, operada por la Secretaría de Educación Pública, la cual tuvo como su primera tarea la transmisión de la toma de protesta como Presidente de la República del General Plutarco Elías Calles, el 1 de diciembre de 1924 (Mejía, 2010).

Para 1925, se destaca el nacimiento de la estación radiofónica CYJ, utilizada por la empresa General Electric adquirida principalmente con fines propagandísticos por Félix F. Palavicini en 1930, quien por su vinculación con el periodismo, la convirtió en Radio Mundial (XEN). Además de la capital, las estaciones de radio comenzaron a surgir en el interior de la República, mayormente en la parte norte, en donde la familia Azcárraga Milmo tenía sus inversiones. “Así, antes de finalizar los años veinte, las frecuencias de XEFE transmiten en Nuevo Laredo, la de XES en Tampico, las de XEU en Ciudad Juárez y las de XEH y XET en Monterrey” (Fernández, 1976:239).

Conforme comenzaron a proliferar las emisoras de radio en la República, el Estado buscó impulsar la inversión de capitales tanto nacionales como extranjeros en la industria pues “mientras la atención de Plutarco Elías Calles está ocupada en la centralización política del país y el enfrentamiento exitoso a las crisis económicas ya

las fuerzas vivas revolucionarias que se encontraban dispersas y agitadas a lo largo del territorio nacional y que, no obstante, constituían una amenaza seria a su mandato.

desatadas, los grandes capitales extranjeros existentes desde el porfiriato instalan la estructura de la actual industria radiofónica” (Fernández, 1976: 239).

No obstante, el gobierno de la República, que reservó para sí estaciones como la CZE de la Secretaría de Educación Pública, en 1929 instaló una emisora en la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo pero pasó a segundo término cuando en 1931 se dio a conocer la creación de una emisora de radio oficial que significaría el soporte bajo el cual se haría llegar a los hogares la ideología revolucionaria: la estación del Partido Nacional Revolucionario (PNR).

La estación se inauguró el 31 de diciembre por Pascual Ortiz Rubio bajo la frecuencia XEFO, cuyos principales objetivos fueron la “difusión de la doctrina del partido; información diaria de la gestión mismo, y de los gobernantes; e incorporación espiritual a las masas proletarias al arte y la literatura” (Fernández, 1976: 240). Cabe señalar que la estación del partido se puso a prueba en la campaña presidencial de Lázaro Cárdenas²², así como en su administración a través de la difusión de acciones de gobierno (1934 a 1940). Sin embargo, ésta se mantuvo vigente hasta 1946, fecha en la que Miguel Alemán decidió entregarla a los capitales privados.

Bajo esta lógica mercantilista apoyada por el Estado mexicano e incentivada por el capital norteamericano, nació en 1930 en la ciudad de México la XEW-NBC²³, la cual es considerada un parte-aguas en la historia de la comunicación de masas en México.

²² Lázaro Cárdenas percibía en la radio el medio a través del cual poder aglutinar e incorporar a los cuatros sectores que conformaran al partido. Desde su mandato se visualiza la intención de los presidentes por utilizar a los medios de comunicación como una herramienta que permite el acercamiento -que en el caso de México podría traducirse a control- entre gobernantes y gobernados.

²³ Fátima Fernández considera que su fundación en México no es un caso fortuito sino que encuentra su génesis en la intención de la RCA de detonar la venta de discos, fonógrafos y receptores de radio, lo cual no podía llevar a cabo mientras la industria de la radio en nuestro territorio siguiera siendo incipiente. Por ello señala que por un lado, no resulta extraño que en el acta constitutiva de la misma apareciera como accionista mayoritaria la México Music Co. (filial de la RCA en México y donde trabajó Emilio Azcárraga Vidaurreta) y que por el otro, “tampoco es producto de la casualidad que la XEW pertenezca a la cadena de la nacional Broadcasting Corporation (Fernández, 1976:243-244).

Durante los años subsecuentes a su formación, influirá de manera significativa en la legitimación del poder presidencial, en la forma en cómo se transmite la información, en el impulso de la economía nacional, en los modos de entretener a los mexicanos a través de los melodramas de las novelas y en la configuración de una opinión pública muy en sintonía con los intereses políticos y comerciales.

2.3.1.2. LA TELEVISIÓN

Una vez fundada la XEW, otras emisoras radiales en la país se integraron a ella, en tanto que otras más fueron absorbidas, como la “XEH de Monterrey, fundada por Constantino de Tárnava; la XEFI de Chihuahua, instalada por la Radio Telephone Company de los Estados Unidos; la XEI de Morelia, Michoacán, y la XEFE de Nuevo Laredo, Tamaulipas” (Fernández, 1976: 244). Con esta concentración de capitales entorno a una sigla en común, se estableció en México el modelo comercial privatizador al estilo norteamericano, caracterizado por su toque netamente comercial. Así, tiempo después a la primera transmisión de la XEW, Emilio Azcárraga Vidaurreta inauguró en la República las siguientes estaciones de radio:

Tabla 2. Estaciones de radio inauguradas por Azcárraga Vidaurreta 1930 y 1940

XEU	Puerto de Veracruz.	1930
XEFB	Monterrey, Nuevo León.	1931
XEE	Durango.	1934
XECZ	San Luis Potosí, SLP.	1934
XEHF	Nogales, Sonora.	1934
XEAM	Matamoros, Tamaulipas.	1935
XEHB	Hermosillo, Sonora.	1935
XEBO	Irapuato, Guanajuato.	1936
XEP	Ciudad Juárez, Chihuahua.	1936
XEBX	Sabinas, Coahuila.	1936
XEBI	Aguascalientes, Ags.	1936
XEMU	Piedras Negras, Coahuila.	1937
XECL	Mexicali, Baja California.	1938

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Fátima Fernández en “Gestión y desarrollo de la industria de radio y televisión” (Fernández, 1976: 244).

Estas cadenas son las primeras que se integraron a la XEW-NBC, y se agregaron otras más cuando en 1938 otra cadena norteamericana radiofónica inició sus actividades en México: la Columbia Broadcasting System (CBS). La primera estación de la cadena se instaló en la ciudad de México bajo las siglas XEQ. Un año más tarde, se sumaron a ella las estaciones XEOX de la ciudad de Obregón, Sonora; la XERH de la ciudad de Puebla y la XEA en la capital de Campeche.

El crecimiento de la industria de la radio para 1940 también se vio influenciado por el impulso que decidió darle el presidente Lázaro Cárdenas, al permitir que los concesionarios se organizaran en torno a un gremio en común nombrada Cámara de la Industria Radiofónica, con el propósito de que fuera un organismo de consulta para el Estado. Esto no sucedió así, pues lejos de cumplir con su objetivo, se convirtió en un grupo que buscaba defender sus intereses económicos y políticos ya sea frente al Estado o junto con él, por lo que no resulta extraño que el primer presidente del organismo lo encabezara Emilio Azcárraga Vidaurreta. Para los años siguientes, se incorporaron las siguientes radiodifusoras:

Tabla 3. Radiodifusoras que se incorporaron a la Columbia Broadcasting System

XEMR	Monterrey, Nuevo León.	1941
XETG	Tampico, Tamaulipas.	1941
XEHL	Guadalajara, Jalisco.	1941
XEPP	Orizaba, Veracruz.	1941
XEAX	Oaxaca de Juárez, Oaxaca.	1941
XEDN	Torreón, Coahuila.	1942
XEWE	Irapuato, Guanajuato.	--
XEHQ	Hermosillo, Sonora.	--
XESJ	Saltillo, Coahuila.	1943
XENC	Celaya, Guanajuato.	--
XER	Linares, Nuevo León.	1944
XETK	Mazatlán, Sinaloa.	1945

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Fátima Fernández en "Gestación y desarrollo de la industria de radio y televisión" (Fernández, 1976: 245).

Es en este contexto, en el cual sólo dos compañías americanas controlaban el espacio radiofónico, que en 1941 Emilio Azcárraga fundó junto con Clemente Serna Martínez, Radio Programas de México, organización que consistía en dos redes de estaciones radiofónicas: la cadena Azul, encabezada por la XEQ y que formaba parte de la Red de la Américas de la CBS, y la cadena Tricolor, parte de la Red Panamericana de la NBC. Así, el número de emisoras pasó de 113 comerciales y 11 culturales en 1940 a 198 comerciales y 9 culturales en 1950 (Toussaint, 1998).

Sin embargo, y pese al boom que se dio en el crecimiento de las estaciones a lo largo y ancho del país, fue a partir de 1945 cuando las dos cadenas que controlaban la industria radiofónica (XEQ-NBC y XEQ-CBS) decidieron dejar de adquirir concesiones radiofónicas ante la posibilidad de instalar estaciones de televisión. No obstante, a la incursión en la industria de la radiodifusión por parte grupo encabezado por Azcárraga se suma casi de forma paralela el grupo O’Farril-Alemán-Jenkins. El grupo, según registra Florence Toussaint (1998), inició en 1947 en la industria de la radio, cuando Rómulo O’Farril fundó la XEX y creó además la editorial Herrerías, a la cual pertenece el diario Novedades que había sido fundado en 1936. De tal modo que, cuando este capital encabezado por Rómulo O’Farril y el grupo encabezado por Emilio Azcárraga Vidaurreta decidieron incorporarse a la industria de la televisión en 1950²⁴, no sólo invirtieron en un nuevo mercado que para ese entonces parecía prominente, sino que además, permitieron que los pequeños propietarios en todos el país tuvieran la oportunidad de solicitar concesiones para la instalación de estaciones de radio, fortaleciendo así la industria radiofónica nacional.

Es así que en 1950, el grupo O’Farril recibió el primer permiso para transmitir a través del Canal 4 (XHTV), estrenando su emisión inaugural con el informe

²⁴ Fátima Fernández Christlieb (1976:245) señala que para la fecha en que se inauguró oficialmente la televisión en México, en Estados Unidos existían 10,500,000 receptores de televisión que no obstante eran fabricados por las mismas empresas que controlaban la radiodifusión en México (CBS y RCA) y en otros países de Latinoamérica.

presidencial de Miguel Alemán, considerado como el impulsor de la Televisión en México. Para 1951 Emilio Azcárraga hizo lo propio con Canal 2, XEW-TV, fundando la empresa Televimex S.A. de C.V. Posteriormente, en 1952, Guillermo González Camarena vio premiado su esfuerzo científico y tecnológico con la concesión de la estación XHGC, Canal 5 (Toussaint, 1998). A partir de 1952, la industria televisiva comenzó una etapa de consolidación monopólica en manos de particulares cuando Televimex absorbió a sus dos principales competidores:

El 10 de mayo de ese año, la estación del ingeniero anunció su decisión de fusionarse con canal 2, al mismo tiempo que O’Farril se asoció con Azcárraga para formar entre las tres empresas el conglomerado de Telesistema Mexicano [...] De esta forma, la fusión de los canales 2, 4 y 5 en Telesistema Mexicano dio el tercer rasgo de la fórmula mexicana: la concentración de una sola empresa que permite el monopolio, pero no en manos del Estado –como sucedía en Gran Bretaña con la BBC- sino de un corporativo privado comercial. (Villamil, 2005:22-23)

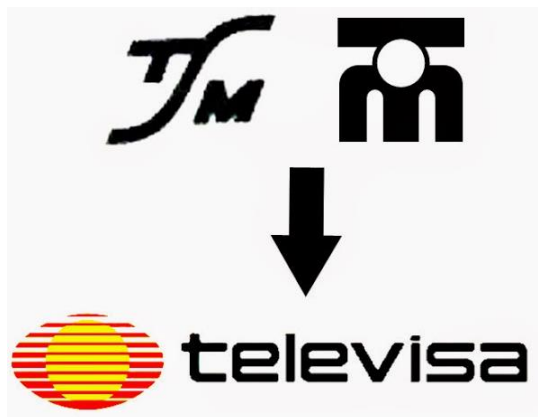
Así pues, en 1973 se consolidó la fórmula mexicana con el nacimiento de Televisión Vía Satélite, S.A. de C.V. (Televisa) que resultó de la integración de Telesistema Mexicano, controlado por la familia Azcárraga y Televisión Independiente de México (TIM), dirigido por Bernardo Garza Sada. En adelante, esto significaría el control por parte de Televisa de los canales 2, 4, 5 y 8, aunque el cambio generacional de la élite televisiva permitirá que tiempo más tarde, Emilio Azcárraga Milmo²⁵, con toda la experiencia y dinámica heredada por su padre, cristalice la expansión del poder político y económico de la televisión y de lo que hoy es Grupo Televisa.

De esta forma, entre la década de los setentas y los noventas, este grupo tomó el control de la radio y la televisión en México, sentando las bases del sistema

²⁵ Y este a su vez continuó el legado con su hijo Emilio Azcárraga Jean.

monopólico que hasta la fecha sigue influenciando no sólo la política y los medios de comunicación de nuestro país, sino la vida y el debate público de la sociedad.

Ilustración 17. Fusión Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México



Fuente: <http://nouseslalogica.blogspot.mx>

Al poder de este consorcio habría que sumarle hoy en día la aparición del grupo televisivo TV Azteca, encabezado por la familia Salinas Pliego, quien en 1991 mediante una subasta pública adquirió los canales 7 y 13, consolidando uno de los duopolios más poderosos que existe tanto en México como en Latinoamérica.

2.3.2. CREACIÓN DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

Con el surgimiento de los medios electrónicos de comunicación, se hizo urgente la necesidad de regularlos; tarea nada sencilla al ser una nueva industria en surgimiento, lo cual representaba todo un desafío jurídico para los primeros legisladores de la época. Hasta antes de 1960, la participación del Estado se limitaba únicamente a la administración jurídica de los medios, dejando a un lado la operación y contenido que reservaban para sí los capitales internacionales. De tal manera que de 1926 a 1960, se expidieron cuatro leyes que buscaron regular a la industria de la radio y la televisión y las cuales, además, conformaron el marco jurídico de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT):

- a) La primera fue la Ley de Comunicaciones Electromagnéticas, promulgada en el gobierno del General Plutarco Elías Calles el 23 de abril de 1926. Ésta prescribía entre otras cosas:

La obligación de las embarcaciones y aeronaves de contar con sistemas de comunicación inalámbrica, disposiciones para el caso de guerra o perturbaciones graves del orden público, medidas para resolver interferencias, algunos límites a la transmisión de noticias y mensajes (p. ej., ataques contra el gobierno constituido o la vida privada), la confidencialidad de las comunicaciones, y los requisitos para el otorgamiento de concesiones y permisos (Álvarez, 2007).

- b) La segunda fue aprobada por decreto en el mandato del presidente Pascual Ortiz Rubio en 1931, conocida como Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte. A decir de Manuel Abascal Sherwell (2000), ésta se conformaba por siete libros que establecían normas en lo general y en lo particular para el funcionamiento de todos los medios de transporte y de comunicación, así como también de la regulación de las concesiones (libro 2 al 6) y de las sanciones aplicables en materia (libro 7).
- c) La tercera surgió de la modificación y adición que realizó por decreto el presidente Pascual Ortiz Rubio a la Ley de 1931. De tal manera que el 28 de septiembre de 1932, se promulgó en el Diario Oficial de la Federación (DOF), la Ley General de Vías de Comunicación, la cual retomó algunos artículos transitorios de su predecesora, aunque también se contrapuso en otros más.
- d) Por último, el 19 de febrero de 1940 se expidió la Ley de Vías Generales de Comunicación, presentada por el Ejecutivo Federal al Congreso de la Unión en 1937 con el propósito de orientar las vías de comunicación no hacia los intereses de los particulares, sino hacia el interés nacional, pues se consideró que éstas debían ser un servicio público concesionado y regulado por el Estado en beneficio de los intereses generales de la nación. Sin embargo, no sucedió de esa manera, debido a que las concesiones continuaron siendo otorgadas de manera

discrecional y bajo esquemas que poco o nada favorecían la competencia entre los concesionarios. Además de que en el reglamento, la radiodifusión se encontraba limitada al estar regulada únicamente por 13 artículos (Capítulo VI).

Así, y frente al avance e influencia que los medios de comunicación electrónicos habían adquirido en la segunda mitad del siglo XX en nuestro país, surgió la necesidad de regularlos mediante una normatividad específica que rectificara la clasificación que se tenía de ellos como vía de comunicación, y que, aun así, reivindicara su orientación social y cultural. Esto según se muestra en un fragmento introductorio hecho por la Comisión de la Industria de la Radio y Televisión y de Estudios Legislativos, al presentar el proyecto de ley en materia de Radio y Televisión en noviembre de 1959:

Hasta el momento, la radiodifusión mexicana está regulada solamente por los trece artículos del Capítulo VI de la Ley de Vías Generales de Comunicación, reformada en su parte relativa por decreto de 30 de diciembre de 1950 y de la que se deriva el reglamento en vigor, que considera a la propia radiodifusión simplemente como una vía de comunicación, asimilada a los sistemas de comunicaciones y transportes e ignorando la misión de orientación social y de contribución cultural que le corresponde cumplir. Se estimó, por lo tanto, que la legislación que regule esta importante actividad de interés público, debe ser especial y autónoma y contemplar íntegramente los complejos factores que convergen en su función así como los aspectos particulares que reviste²⁶.

En este fragmento resalta el hecho de que se considera a la radio y la televisión como una actividad que es de interés público²⁷, con lo cual se deja entrever por un lado, la intención de los legisladores por restar el poder que habían adquirido los

²⁶ Centro de Documentación, Información y Análisis (CEDIA) de la Cámara de Diputados, Carpeta No. 272, Ley Federal de Radio y Televisión, versión estenográfica del 10 de noviembre de 1959, pág. 17

²⁷ 36 Artículo 11 de la nueva propuesta de Ley: “La radio y la televisión como medios de expresión y de transmisión de informaciones e ideas constituyen una actividad de interés público”.

medios privados comerciales hasta ese momento, y por el otro, el procurar mantener la rectoría del Estado en materia. De esta forma, la propuesta de ley se centró en cinco títulos:

- **Título primero (Disposiciones Fundamentales).** Conformado por tres capítulos (Jurisdicción y Competencia, Función Social e Interés Público y Definiciones y Clasificación) y por los primeros 19 artículos.
- **Título segundo (Concesiones e instalaciones).** En este se agruparon tres capítulos (Concesiones e Instalaciones, Expropiación y Construcción e Instalación) y 33 artículos (del 20 al 52).
- **Título tercero (Funcionamiento).** Este título está conformado por seis capítulos (Operación, Tarifas, Programación, Escuelas Radiofónicas, Locutores e Información Radiofónica) y 38 artículos (del 53 al 98).
- **Título cuarto (Regulación del servicio y derechos de la nación).** Integrado por cinco capítulos (Organismo Regulador, Inspección y Vigilancia, Derechos de la Nación, Nulidad, caducidad, revocación y rescisión y Delitos, infracciones y sanciones) y 49 artículos (del 99 al 147).
- **Título quinto (Disposiciones generales).** Con un capítulo único que enmarca las disposiciones generales y 12 artículos (del 148 al 160).
- **Transitorios.**

Una vez elaborada y presentada la propuesta ante el pleno de la Cámara de Diputados, se procedió a la primera lectura que estuvo a cargo del secretario de la Segunda Comisión de Gobernación de la XLIV Legislatura, Francisco Pérez Ríos. En ella, el diputado evidenció el carácter que distingue a esta nueva ley al señalar que “caracteriza al proyecto de ley el concepto de actividad de interés público, propio de la radiodifusión, que lo distingue sustancialmente de las vías de comunicación desde el momento que sus emisiones son recibidas por un auditorio indeterminado”.

Destaca en el debate de la iniciativa la nueva visión que los oradores tienen respecto del papel que desempeñan los medios electrónicos de comunicación en la vida pública pues así lo evidencian los argumentos ahí vertidos:

Tabla 4. Debate de la nueva Ley Federal de Radio y Televisión

Diputada Esperanza Téllez Oropeza	“Si consideramos que la conciencia del individuo, la personalidad de los hombres y la cultura de los pueblos, se encausa y se forma en el hogar y en la escuela, que son los centros fundamentales de nuestra vida, debe preocuparnos la influencia que la radio y la televisión tienen dentro de nuestros hogares y el fuerte impacto que hacen sus programas en la mente de nuestros niños y jóvenes”
Diputado Rubén Marín y Kall	“[...] esta H. XLIV Legislatura, a la que me honro en pertenecer, ha dado cima a su proyecto de Ley de Radio y Televisión que regulará con justicia, con equidad, con equilibrio, la vida y actuación de esos modernos vehículos de información y de cultura”
Diputado Moisés Campos Ochoa	“Estábamos, por lo tanto, frente a dos factores fundamentales que había de considerar: la expresión, por un lado, y la recepción por el otro; el mensaje y el auditorio; la radio y el radio; la radiodifusión y la radioescucha. [...] Pero estos dos principios fundamentales que animaron la elaboración del proyecto, tuvieron un denominador común. Este fue, el principio de libertad de expresión [...]”
Diputado Leopoldo González Sáenz	“[...] el objeto de la iniciativa es el de regular la radio y la televisión, considerándolas como actividades privadas de interés público, a través de un ordenamiento como el que se presenta, que habrá de satisfacer las exigencias y que estará a tono con el desarrollo y complejidad que en nuestros días han adquirido estos dos importantísimos medios de difusión de la imagen y del pensamiento”

Fuente: Elaboración propia con citas textuales extraídas del Centro de Documentación, Información y Análisis (CEDIA) de la Cámara de Diputados, Carpeta No. 272, Ley Federal de Radio y Televisión, versión estenográfica del 7 de diciembre de 1959, págs. 15,16,17, 20 y 21.

Tras un cabildeo sin grandes contratiempos, la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) fue aprobada en lo general y en lo particular, siendo expedida en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960. La nueva ley quedaría conformada entonces por seis títulos, 13 capítulos, 105 artículos y 7 transitorios distribuidos de la siguiente manera:

- **Título primero.-** Principios fundamentales, capítulo único, artículos del 1 al 7.
- **Título segundo.-** Jurisdicción y competencias, capítulo único, artículos del 8 al 12.
- **Título tercero.-** Concesiones, permisos e instalaciones, tres capítulos (concesiones y permisos; nulidad, caducidad y revocación; e instalaciones), artículos del 13 al 45.
- **Título cuarto.-** Funcionamiento, cinco capítulos (operación, tarifas, programación, de las escuelas radiofónicas y de los locutores), artículos del 46 al 89.
- **Título quinto.-** Coordinación y vigilancia, dos capítulos (organismo coordinador e inspección y vigilancia), artículos del 90 al 100.
- **Título sexto.-** Infracciones y sanciones, capítulo único, artículos del 101 al 105.
- **Transitorios.-** Siete artículos.

En esta ley se hace a un lado el concepto de que los medios electrónicos son una vía de comunicación de servicio público y pasan a ser considerados como un servicio de interés público. Este es en realidad el espíritu que reviste la propuesta original de los legisladores y sobre la que se cimentó la creación de la nueva ley en materia de radio y televisión. No obstante, serán los intereses privados comerciales quienes finalmente irán moldeando tanto su estructura como su aplicabilidad jurídica a lo largo de los últimos cincuenta años a causa de que “ninguna iniciativa de ley ha podido ser aprobada sin el consentimiento de los industriales –mucho menos si afectan sus intereses comerciales-; el derecho a la información ha quedado subordinado a los privilegios empresariales” (Díaz, 2007:15).

2.3.2.1. PRIMERAS REFORMAS

Hasta antes del año 2000, la Ley Federal de Radio y Televisión sólo había sido reformada en cinco ocasiones, sin que en ninguna de ellas se hubiera trastocado de fondo los privilegios de industriales. Máxime que hasta antes de 1988 la participación social en la materia era casi nula. Así se muestra en la siguiente tabla cronológica que contempla las reformas realizadas entre el año de 1960 y 1986.

Tabla 5. Cronología de reformas sucedidas entre 1970 y 1986

Año de Reforma	Propone	Resultados
27 de enero de 1970	Ejecutivo Federal. Presidente Gustavo Díaz Ordaz	Art. 17 Establece los requisitos para el otorgamiento de concesiones de radio y televisión, previa aprobación del Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Art. 19 Incrementa el monto de garantía de la concesión. En el depósito de mínimo cinco mil a máximo doscientos cincuenta mil pesos, cuando antes era de mínimo cinco mil a cincuenta mil pesos, y en caso de fianza, pasó de diez mil a quinientos mil pesos, cuando antes era de diez mil a cien mil pesos.
31 de diciembre de 1974	Cámara de Diputados	Art. 101.- Se reforma al incorporarse las fracciones XXI, XXII, XXIII y XIV, referentes a las infracciones por no acatar las disposiciones que sobre transmisiones formulará el Ejecutivo a través de la Secretaría de Gobernación. Art. 103.- Incluye a las nuevas fracciones del artículo 101 dentro del cobro de multas por infracción, con un monto que va de cinco mil a cincuenta mil pesos. Art. 104.- Adecua el numeral de las fracciones debido a que al ser modificadas, la fracción XXI que hablaba sobre las demás infracciones que se originan por incumplimiento de la ley se recorrió a la fracción XXIV. Art. 104 bis.- Se adiciona para señalar que todo aquel que opere estaciones de radio sin concesión o permiso perderá en beneficio de la Nación todos aquellos bienes muebles e inmuebles destinados a su operación.
10 de noviembre de 1980	Ejecutivo Federal. Presidente José López Portillo	Art. 9, fracción II.- Faculta a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para declarar el abandono del trámite de las solicitudes de concesión o permiso y cambió el texto de “declarar la nulidad o la caducidad” por “declarar la nulidad y la caducidad”. Art. 18.- Incorpora dos párrafos que contemplaban el incremento del
Continua...		

Continua...		depósito o fianza de los trámites de la concesión y la procedencia de abandono de trámite cuando el interesado no cumpliera con los requisitos técnicos, jurídicos o administrativos del artículo XVII, dentro del plazo señalado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
		Art. 19.- Establece que la SCT estudiará cada solicitud que exista en relación a un mismo canal y que calificando el interés social determinará bajo libre juicio si alguna de ellas debe seleccionarse para la continuación del trámite. No obstante, homologa el pago de la garantía (depósito o fianza) de mínimo diez mil y máximo quinientos mil pesos. Art. 30, fracción III.- Alude que el incumplimiento de la garantía citada por el artículo 19, es una causa de caducidad de las concesiones otorgadas.
1 de enero de 1982	Cámara de Diputados	Art. 10, fracción II.- Contempla que las transmisiones de radio y televisión fomenten en la población infantil entre otras cosas: el desarrollo armónico, la creatividad, la solidaridad, los valores nacionales, el interés científico, artístico y social y el proceso formativo. Art. 11, fracción IV.- Elaboración y difusión de programas educativos y recreativos para los niños.
		Art. 59 bis.- Establece un párrafo y cinco fracciones, acerca de las condiciones sobre las cuales las estaciones de radio y televisión deberán dirigir sus programas a la población infantil, así como la sujeción a las mismas fracciones por parte de los programas grabados o filmados en el extranjero. Art. 65.- Adiciona un párrafo para señalar que en el caso de retransmisión de programas desarrollados en el extranjero, se deberá cumplir con lo dispuesto en el artículo 59 bis. Art. 67, fracción IV.- Respecto de que no se deberá hacer en la programación requerida por el artículo 59 bis, publicidad que incite a la violencia o a los malos hábitos alimenticios.
13 de enero de 1986	Ejecutivo Federal. Presidente Miguel de la Madrid Hurtado	Art. 106.- Fija el monto de las sanciones pecuniarias aplicables al título sexto de LFRT y establece que los importes mínimos y máximos reconvertirán a días de salarios mínimos vigentes en el Distrito Federal y Área Metropolitana, a razón de un día por cada diez pesos a partir de la fecha en que se comete la infracción.

Fuente: Diario Oficial de la Federación del 27 de enero de 1970, 31 de diciembre de 1974, 10 de noviembre de 1980, 1 de enero de 1982 y 13 de enero de 1986.

De esta manera, se puede observar cómo las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión no tienen cambios de fondo sino de forma, pues lo que prevalece en ellas son: el incremento de la intervención del Estado en la asignación y control de las concesiones, la protección infantil de los contenidos nacionales y extranjeros, los montos aplicables por sanciones y sus incrementos, el abandono del trámite de la concesión por falta de requisitos y sobre los pagos de garantías -ya sea en depósito o fianza- por realizar los trámites para la adquisición de una concesión o permiso.

A pesar de tener una ley con un espíritu que pondera el interés público sobre el particular, al parecer termina por subordinarse a los intereses comerciales de quienes encabezan la industria de la radio y la televisión en México.

2.3.3. EL SURGIMIENTO DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Como documenta Manuel Abascal Sherwell (2000) en La concesión en la Ley Federal de Telecomunicaciones, es a partir de la reforma del 4 de febrero de 1983 al artículo 25 Constitucional que se establece en nuestro país que las áreas económicas estratégicas y prioritarias para el desarrollo nacional estarían basadas en una economía de tipo mixto (público, social y privado), con lo cual se fomentaba la inversión privada y reservaba para el Estado una intervención en términos exclusivamente legales; esto a fin de incentivar la competencia e impedir el monopolio. Pero tras la reforma del 2 de marzo de 1995 al artículo 28 Constitucional, se determinó en su redacción que se debían considerar como áreas estratégicas a: “correos, telégrafos y radiotelegrafía; petróleo y los demás hidrocarburos; petroquímica básica; minerales radioactivos y generación de energía nuclear; electricidad y las actividades que expresamente señalen las leyes que expida el Congreso de la Unión”.

En consecuencia, se dejaron como áreas prioritarias para el desarrollo nacional a los ferrocarriles y las vías de comunicación, aunque en los términos que dicta el artículo 25 Constitucional.

Esta consideración que se hace en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos acerca de las vías de comunicación como un área prioritaria en el desarrollo nacional tuvo la intención de fomentar la participación dentro del ramo debido a que como señala el artículo “el Estado, sin dejar de reconocer la importancia del sector, admite sus propias limitaciones y reconoce el hecho de que, para ser eficiente y ampliar la capacidad del servicio, es necesaria la participación privada y social, así como la competencia que ello trae consigo”²⁸.

De tal manera que, para detonar el esquema económico planteado por el Estado mexicano, fue necesario que particulares contaran con concesiones y permisos para operar y desarrollar sistemas de telecomunicaciones dentro del territorio, para lo cual se requirió “privatizar los satélites mexicanos” (Sherwell, 2000).

Para ello, puntualiza Manuel Abascal (2000), hubo que quitarle el control de los satélites mexicanos a un órgano desconcentrado dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) –que además operaba la actividad de los telégrafos- conocido como Telecomunicaciones de México (Telecom). Esto se hizo posible tras la reforma de 1995, mediante la creación por parte de la SCT, de una sociedad anónima de capital variable denominada Satélites Mexicanos S.A de C.V (Satmex, S.A de C.V) sobre la cual la dependencia federal transmitió la propiedad de los satélites, y quien a su vez creó una deuda favorable a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes capitalizada mediante un incremento del capital social en la recién formada empresa.

Más tarde y tras un proceso de licitación pública, la dependencia federal vendería el 75% de las acciones de Satmex al consorcio empresarial denominado Grupo Autrey y a la empresa norteamericana Loral Space & Communications LTD. Por su parte, el 25% restante quedó en manos del gobierno federal.

²⁸ Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ilustración 18. Transmisión de la propiedad de los satélites de México



Fuente: Elaboración propia con imágenes de Internet.

Es en este contexto que el 7 de junio de 1995 se promulgó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) la Ley Federal de Telecomunicaciones, la cual expresa en su artículo primero que al ser de orden público “tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, de las redes de telecomunicaciones, y de la comunicación vía satélite”. Asimismo, y en concordancia con lo estipulado por el artículo décimo primero transitorio de dicha ley, se creó el 9 de agosto de 1996 la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) como un órgano desconcentrado de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes con facultades de “regular y promover el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones en el país, de acuerdo a lo que establezca su decreto de creación”. A pesar de ello, no será hasta el año 2006 que la presente ley será sometida a su primera reforma.

Ilustración 19. Comisión Federal de Telecomunicaciones



Fuente: www.observatel.org

2.3.4. REFORMAS A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Ocurridas las elecciones de 1994 para la presidencia de la República, el sistema presidencialista mantenido durante años comenzó a dar signos de inestabilidad política debido a cinco causas principales: 1) la ruptura de las reglas no escritas²⁹, las cuales durante mucho tiempo habían mantenido cohesionado al sistema político; 2) los efectos de la crisis económica, conocida mundialmente como “el efecto tequila”; 3) las matanzas de indígenas tzotziles chiapanecos en Acteal y la ocurrida en Aguas Blancas, en el estado de Guerrero; 4) el incremento de la violencia en el país, en donde figuraron los secuestros de empresarios destacados, así como el asesinato del cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo y; 5) el surgimiento del movimiento guerrillero que encabezó el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas (Cruz, 2005).

Ilustración 20. Causas de la inestabilidad



Fuente: Elaboración propia con imágenes de Internet.

²⁹ Eventos que evidencian esta ruptura son: la crítica pública indirecta que hace Ernesto Zedillo a Carlos Salinas por el estado frágil en que recibió la economía del país, y la réplica de éste último señalando que todo había sido provocado por la nueva administración (autonomía sexenal); el encarcelamiento de Raúl Salinas de Gortari por estar presuntamente implicado en actos de narcotráfico y por su presunta participación en el asesinato de Francisco Ruiz Massieu (el presidente y su familia son jurídicamente intocables); el desencuentro entre el Ernesto Zedillo y su partido, al presionar para que se diera un incremento de 15% en el IVA a fin de incrementar los recursos en las arcas del Estado, provocando que en la XVII Asamblea Nacional del PRI se pusiera un candado en la elección del candidato a la presidencia de la República que dejaba fuera a casi todo el gabinete zedillista (el presidente es el jefe nato del partido); y la pérdida de la mayoría en el Congreso de la Unión en 1997 en manos de la oposición (el presidente controla al Poder Legislativo). (Cruz, 2005).

En este contexto, se formó en 1995, en la Cámara de Diputados, la Comisión Especial de Comunicación Social, cuyo propósito era realizar una consulta pública ciudadana dirigida a salvaguardar la libertad de expresión, robustecer el derecho a la información y adecuar el marco jurídico existente en materia de medios electrónicos de comunicación. Así, entre los meses de junio y julio del citado año, Jenaro Villamil (2005) documenta que se realizaron 11 foros regionales de donde surgieron alrededor de 1,952 propuestas y en donde participaron ciudadanos, académicos, investigadores, periodistas y legisladores de todos los partidos, así como particulares de la industria. No obstante, en la mayoría de ellas, se coincidió en la necesidad urgente de adecuar la Ley Federal de Radio y Televisión, dado que ésta había tenido su última reforma casi una década atrás, en 1986.

De esta manera, el 22 de abril de 1997 en la Cámara de Diputados se presentaron dos propuestas de reforma que abarcaron tanto a los medios de comunicación como a la prensa escrita. Estas propuestas fueron la Ley Federal de Comunicación Social y la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Sin embargo, ambas iniciativas no llegaron a discutirse en la Asamblea Legislativa, pues prontamente fueron vetadas por contrariar los intereses de los particulares y, consecuentemente, a los de la administración en turno.

Una vez presentadas las propuestas ante el pleno por diputados del Partido Acción Nacional (PAN), Partido de la Revolución Democrática (PRD) y Partido del Trabajo (PT) de la LVI Legislatura -y que en un primer momento parecieron avanzar casi sin contratiempos hasta el anuncio del presidente Ernesto Zedillo afirmando que los medios debían “autorregularse”-, se iniciaron una serie de duras críticas por parte de los medios de comunicación hacia los abanderados del proyecto. Argumentaban que lo que subsistía de fondo en dichas iniciativas no era la protección del ejercicio de la libertad de expresión y el acceso a la información, sino la promoción de una “*Ley Mordaza*”. Al respecto, Edith Barajas (1999) señaló que, ante la sospecha de

“misterioso amarillismo” por parte de los diputados que apoyaron las reformas, algunos medios publicaron en sus titulares lo siguiente:

El Heraldillo, en su encabezado principal denunció: "Pretenden los diputados controlar los medios". El Sol de México y La Prensa en sus cintillos, alertaron: "Pretenden diputados el terrorismo informativo" y "Quieren diputados censurar y quitar concesiones a medios de comunicación". Excelsior anunció: también en su primera plana: "Impondría ´mordazas´ la iniciativa que impulsa AN y PRD", y Ovaciones: "Diputados de AN proponen Ley Mordaza" (Barajas, 1999).

Autores como Sergio López Ayllón (2005) y Jenaro Villamil (2005), coincidieron por separado en que el proyecto en cuestión no limitaba la libertad de expresión ni mucho menos coartaba el derecho a la información como se afirmaba en algunos medios.

En este tenor, la Ley Federal de Comunicación Social, que tenía por objeto reglamentar el artículo 6º y 7º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y derogar la Ley de Imprenta de 1917 por considerarse obsoleta, de forma particular buscaba regular e incentivar tres principales aspectos: 1) el acceso a la información de los archivos y documentos que obraban en manos del Estado; 2) el derecho de réplica en medios de comunicación con el establecimiento de sanciones por actos de difamación y; 3) la creación de una Comisión Nacional de Comunicación Social encargada de la promoción, regulación, vigilancia y control del derecho a la información y de la libertad de expresión.

Por otro lado, la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, estaban encaminadas a trasladar algunas facultades que poseía la Secretaría de Gobernación hacia la Comisión Nacional de Comunicación Social, y crear un organismo autónomo como lo era el Comité de Concesiones de Radio y Televisión.

Éste estaría integrado por representantes del sector público y privado, así como por una academia responsable de la asignación de las concesiones y los permisos correspondientes. Asimismo, se pretendían modificar los criterios en la asignación de concesiones a particulares, favoreciendo a su vez, la adquisición de permisos por parte de estaciones comunitarias, científicas y culturales (López, 2005).

Ante el congelamiento de la iniciativa y el ataque mediático hacia el proyecto, el diputado panista Javier Corral Jurado (2000), advirtió que ésta era una de las principales asignaturas pendientes de la transición democrática en nuestro país y, por consiguiente, parte fundamental del trabajo legislativo futuro en la consecución de la democratización de los medios de comunicación. Así lo evidenció el diputado:

En tal sentido, corresponde al legislador adecuar a un marco jurídico el desarrollo acelerado en materia de comunicación, sobre todo con el objeto de garantizar el ejercicio de las libertades de expresión e información y el derecho a la información pública por parte de los ciudadanos. Es necesaria esa certidumbre jurídica para que los ciudadanos puedan ser más libres.

Nuestra transición no ha llegado aún a los medios de comunicación y no existe transición política a la democracia si no existe una democratización de los medios, regida fundamentalmente por dos grandes principios: por el de la responsabilidad legal de un marco jurídico acorde a las nuevas realidades, pero también a través de un esfuerzo de carácter deontológico, de autorregulación ética que establezca compromisos de deberes y obligaciones de los comunicadores o de los medios con la sociedad (Corral, 2000).

Llegados los tiempos electorales para la renovación de la presidencia de la República y el Congreso de la Unión en el año 2000, la influencia de los medios de comunicación se hizo notar, pues rápidamente dieron una cobertura mediática que nunca antes había sido vista en la historia política y electoral de nuestro país. Los

tres principales candidatos del PRI, PAN y PRD, lucharon por obtener un espacio de cobertura que les permitiera tener un mayor grado de penetración en el electorado, aunque la idea del “cambio” y el carisma de Vicente Fox, inclinaron la balanza de los medios de comunicación en su favor. Según datos recabados por Raúl Trejo Delarbre (2006), entre la elección presidencial de 1994 y la del año 2000, el PRD incrementó su cobertura en medios de 19.3% a 22.89%, en tanto que el PRI tuvo un decremento al pasar del 32% al 28.1%, no así el PAN que incrementó sus puntos porcentuales al transitar del 16.7% al 31%.

Esta cobertura de los medios de comunicación hacia la campaña de Vicente Fox, aunado a los efectos de la ruptura del sistema presidencialista, permitió que con mucho tiempo se adelantaran los resultados de la contienda política en beneficio del candidato panista. Al mismo tiempo que esto sucedía, entre 1999 y el año 2000, cerca de 600 organizaciones civiles y sociales se unieron para dar pie a un grupo denominado Poder Ciudadano, de donde surgieron diversas propuestas en torno a diferentes problemáticas del país, y en las cuales se incluía a los medios de comunicación. Estas propuestas fueron firmadas por los diferentes candidatos a la presidencia de la República, dentro de los cuales figuró Vicente Fox.

Ilustración 21. Campaña electoral de Vicente Fox



Fuente: www.planeacionestrategica.net

Mientras tanto, el 30 de noviembre del 2000 se llevó a cabo la sexta reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión sin ningún cambio trascendental que favoreciera el interés público, pues únicamente se adicionó la fracción VII al artículo 11 para atribuirle a la Secretaría de Educación Pública la coordinación del funcionamiento de las estaciones de radio y televisión que pertenezcan al gobierno federal en concordancia con el artículo tercero constitucional. Además, se derogó la fracción III del artículo 10 referente a la vigilancia de la eficacia en las transmisiones contenidas en el artículo 59 de la LFRT por parte de la Secretaría de Gobernación, y que a la letra dice:

Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Iniciadas las funciones del nuevo gobierno, el proceso de cabildeo entre éste y la sociedad presentó un cambio significativo cuando el 5 de marzo del 2001 la Secretaría de Gobernación estableció la “Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos” que tenía como principal objetivo “negociar una propuesta integral para la regulación de la industria de la radio y la televisión que tomara en consideración el desarrollo tecnológico y las nuevas condiciones de la sociedad mexicana” (López, 2005:76-77).

En la Mesa se contó con la participación de funcionarios de la Secretaría de Gobernación y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, legisladores de los diferentes partidos, así como representantes de los medios de comunicación y de la sociedad civil. Con una amplia representación, los acuerdos no fluyeron a la velocidad que muchos habrían esperado; aunque se mantenía un grado de optimismo por la intención que mostraba el gobierno de mantener abierto un canal de

diálogo con los representantes de la sociedad y no únicamente con los industriales de la radio y la televisión como había sucedido en años anteriores.

Durante 18 meses se discutió respecto de lo importante que era proponer una reforma integral que se adaptara a la realidad del pueblo mexicano y que permitiera al Estado (más no al gobierno en turno) mantener la rectoría sobre los medios electrónicos a fin de favorecer el interés general. Los acuerdos y consensos se hicieron presentes en las siete mesas de trabajo que se formaron, dando la impresión que, a diferencia de otras ocasiones, esta vez la reforma a los medios de comunicación sería posible. Sin embargo, el decreto del 10 de octubre de 2002 hecho por Vicente Fox terminaría con todas las expectativas creadas por los integrantes de la sociedad civil y confirmaría la tesis de un entendimiento cupular entre la autoridad y los dueños de los medios para favorecerlos.

Este hecho, conocido como “**El Decretazo**”, contenía dos disposiciones:

1. La publicación de un nuevo reglamento a la Ley Federal de la Radio y la Televisión, argumentando que el “reglamento vigente desde 1973, ya no respondía a la actual realidad política y social de nuestro país”³⁰.
2. La modificación del impuesto para servicios expresamente declarados del interés público en los que intervengan empresas concesionarias de bienes de dominio público, el cual fue establecido en el sexenio de Gustavo Díaz Ordaz a los industriales de la Radio y la Televisión. Originalmente, el impuesto había sido publicado en el DOF el 31 de diciembre de 1968 y contemplaba el pago del 25% de los ingresos de los concesionarios, pero tras un periodo de negociación que tuvo verificativo el 1 de julio de 1969 en el DOF, se acordó que éstos pusieran a disposición del gobierno federal tan sólo el 12.5% de su transmisión diaria.

³⁰ Extraído del Considerando del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión hecho por el presidente Vicente Fox Quezada.

Respecto del primer punto, se retoma el trabajo realizado por Sergio López Ayllón (2005) para analizar en siete categorías los principales alcances que tuvo el nuevo reglamento:

- a) **Autoridades.-** Se otorga en el artículo 9 del reglamento facultades precisas a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, en lugar de asignarlas genéricamente a la Secretaría de Gobernación, no obstante que el autor considera que estas facultades deberían estar expresadas en el reglamento interno de la Secretaría dado que dicha dirección depende de ella. Además, se precisan facultades y se modifica la integración del Consejo Nacional de Radio y Televisión, al incluirse, con voz pero sin voto, a un miembro de la sociedad civil, un representante de la radio y la televisión y un secretario técnico que será el Director General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación. El reglamento contempla también que el Consejo emita recomendaciones generales y que sea un órgano de consulta para el Ejecutivo Federal acerca del servicio prestado por los concesionarios y permisionarios³¹.
- b) **Concesiones y permisos.** Resalta en este punto que el título tercero del reglamento limita las amplias facultades concedidas a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en el artículo 19 de la LFRT³², pues pone algunos candados al buen juicio sobre el que se sustenta el otorgamiento de concesiones. Por otro lado, se establecen algunos principios en el procedimiento de otorgamiento de concesiones y permisos que también reducen la discrecionalidad con que se conduce la Secretaría³³. Otro punto importante se da en el procedimiento para refrendar las concesiones y permisos, pues se incorporan

³¹ Señalado en el Artículo 24 y Título séptimo del reglamento.

³² Artículo 19.- Cuando a juicio de la Secretaría las solicitudes presentadas no aseguren las mejores condiciones para la prestación de los servicios de radiodifusión, las contraprestaciones ofrecidas no sean satisfactorias o ninguna de las solicitudes cumpla con los requisitos exigidos en la convocatoria o las bases de licitación, declarará desierto el procedimiento concesionario a que se refiere el artículo 17-B, sin responsabilidad alguna para esa Dependencia

³³ Artículo 11, fracciones I, II, III, IV, V, VI y VII.

términos y requisitos que deben ser acatados por los concesionarios para la obtención de las mismas³⁴.

- c) **Registro de Radio y Televisión.-** El artículo 14 del anterior reglamento que establecía el Registro de Radio y Televisión se mantienen en el nuevo, imprimiéndosele una nueva dinámica al inscribirse la información referente a los títulos de concesión y permisos, así como sus titulares y las modificaciones legales o técnicas, sanciones impuestas por la SCT, información sobre la transición tecnológica de la radio y la televisión y datos estadísticos de los mismos. Al respecto, el autor considera que lo anterior es un avance en la materia pero critica el hecho de que la información del registro no se haya hecho pública.

- d) **Derecho de Réplica.-** Esta es considerada como una de las mayores demandas dentro del proceso de reforma de los medios de comunicación y su incorporación al reglamento constituyó sin duda un paso adelante. Sin embargo, su principal problema es que al no estar considerado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, su ejercicio en la práctica resulta jurídicamente inoperante³⁵. Aun así, deja al arbitrio del medio la aclaración correspondiente lo que lo convierte en “juez y parte”.

- e) **Participación social y grupos vulnerables.-** En este punto se incorporan disposiciones que intentan reivindicar la participación social y a los grupos vulnerables, aunque esto resulta contradictorio en el momento que resta el derecho de voto al integrante de la sociedad civil que participa en el Consejo

³⁴ Artículo 12.- Los permisos a que se refiere la Ley Federal de Radio y Televisión se otorgarán conforme al siguiente procedimiento:

I. Los solicitantes deberán presentar, cuando menos, la información a que se refieren los incisos a), b), c), d), e), f) y h) de la fracción I, del artículo anterior;

II. Recibida la solicitud, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes procederá al análisis y evaluación respectiva, y

III. Analizados los requisitos y considerando el interés social, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes resolverá lo conducente, previa opinión de la Secretaría de Gobernación.

³⁵ Artículo 38 del reglamento.

Nacional de Radio y Televisión y que omite los mecanismos mediante los cuales se hará la invitación a los representantes de sectores vinculados a la Radio y la Televisión³⁶. Por otra parte, a pesar de que en el artículo 3 del reglamento se hace alusión a la unidad nacional, la equidad de género y el respeto a los derechos de los grupos vulnerables, no se establecen los mecanismos mediante los cuales se vigilará que lo anterior sea llevado a cabo.

- f) **Tiempos de Estado.-** El reglamento determina los tiempos en que serán divididos los tiempos otorgados al Estado señalando que de los 30 minutos disponibles, hasta 10 minutos se otorgarán en formatos y segmentos no menores de 20 segundos, y 20 minutos en bloques de no menos de 5 minutos. Lo anterior, sin contrariar el hecho de que se pueden utilizar en su totalidad los minutos que por ley corresponden al Estado de forma continua. En materia electoral, el reglamento remite a lo dispuesto por el COFIPE.

- g) **Programación.-** En este punto, el reglamento elimina el artículo 5 referente al sano entretenimiento, los valores y las buenas costumbres. Así también, el reglamento desregula los requisitos de los concesionarios y los permisionarios para transmitir programas extranjeros, clasifica la programación, los horarios de transmisión y da una nueva interpretación a la corrupción del lenguaje. En el artículo 36 se introduce que se corrompe el lenguaje cuando las palabras sean consideradas “procaces”, es decir, atrevidas o insolentes.

Si bien es cierto que el nuevo reglamento incorporó algunas de las demandas de la sociedad civil, también lo es el hecho de que éstas no nacieron de un consenso legítimo entre sociedad y gobierno. Esto sin mencionar que en muchas ocasiones las reglamentaciones se presentan vagas, sin sustento jurídico y de manera discrecional. A pesar de que en un primer momento se intentó hacer creer que el nuevo reglamento había surgido de la Mesa de Diálogo propuesta por el gobierno en turno y

³⁶ Artículo 47 del reglamento

que su confección había corrido a la par del debate público en materia, no se tuvo la respuesta esperada, pues se evidenció ante la opinión pública como un acuerdo cupular entre élites políticas y económica que incrementó la incertidumbre sobre la legislación de los medios a favor del interés común.

Por su parte, el segundo decreto, que tuvo como sustento la fracción II del artículo 39 del Código Fiscal de la Federación y que se refiera a la concesión de estímulos fiscales por parte del Ejecutivo Federal, modificó ampliamente el antiguo porcentaje del 12.5 en tiempo de transmisión diaria a favor del gobierno federal, pues a partir de la publicación la televisión sólo debía pagar el impuesto con 18 minutos diarios de transmisión y la radio con 35 minutos respectivamente. Cabe señalar que, a diferencia del anterior reglamento, esta adecuación tuvo como único aporte el que esos minutos fueran en un horario con mayor audiencia, pues se podría utilizar en un horario comercial que fuera de las 6 a las 24 horas. A decir de la Secretaría de Gobernación, la adecuación tuvo una mayor audiencia y un mayor valor financiero, ya que antes la mayoría de mensajes se transmitían en horarios con poca audiencia.

Así pues, y habiéndose consolidado el decretazo, un grupo de organizaciones civiles y legisladores principalmente de PAN y del PRD, decidieron presentar un anteproyecto de reforma para recapitular todos los elementos debatidos en la infructuosa Mesa de Diálogo. En este sentido, el entonces senador Javier Corral se convertiría en uno de los principales personajes en apoyar la incorporación de dicha iniciativa en la agenda legislativa. Así, el 4 de diciembre de 2002, el senador Javier Corral en conjunto con su homólogo perredista Raymundo Cárdenas, presentaron el proyecto de Iniciativa de la Ley Federal de Radio y Televisión ante el Senado de la República. Días más tarde, otros 64 senadores se sumarían a ella.

A fin de dictaminar sobre la propuesta, se formó una comisión integrada por senadores de diferentes partidos dentro de los cuales figuraron Héctor Osuna (PAN), Fidel Herrera (PRI), Manuel Bartlett (PRI), Demetrio Sodi (PRD) y Mauricio González

Zarur (PRD). Tiempo más tarde se integrarían a la subcomisión de dictamen Raymundo Cárdenas (PRD) y Manuel Bartlett (Villamil, 2005). Con una serie de debates y foros realizados a lo largo de la República en el primer semestre del 2003, y en donde estuvieron ausentes los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, se retomó nuevamente la tarea de impulsar una iniciativa de Ley que pusiera en un primer plano los intereses generales por encima de los particulares, pero no sería sino hasta el 3 de enero de 2005 que la Subcomisión hizo una presentación formal de dictamen.

Ilustración 22. Senador Javier Corral Jurado



Fuente: <http://www.javiercorral.org>

No obstante, al no tener el proyecto el consenso necesario entre legisladores e industriales, las Comisiones Unidas de Gobernación, Estudios Legislativos y Comunicaciones y Transportes, decidieron convocar nuevamente a la sociedad civil, legisladores, representantes de los medios de comunicación y autoridades, a una nueva consulta pública, sólo que ahora bajo el denominativo de “reuniones de trabajo”. Como resultado del debate, se llegó a la redacción de un proyecto de dictamen que una vez más ponderaba los intereses particulares sobre los generales, pues en esencia trastocaba el proyecto originalmente presentado por las organizaciones civiles a través de los senadores Javier Corral y Raymundo Cárdenas.

2.3.5. REFORMA A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES 2006

El 2 de julio de 2004, en el Diario Oficial de la Federación, se publicó por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) el “Acuerdo por el que se Adopta el Estándar Tecnológico de Televisión Digital Terrestre y se Establece la Política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre en México”. El acuerdo estableció la introducción de la televisión digital en el país con el propósito de mejorar la calidad de las imágenes vertidas en alta definición. Para ello, fue necesario dotar de un canal adicional (canal espejo) a las televisoras para que iniciaran el proceso de tránsito del formato analógico al digital. De esta manera, las televisoras en cada canal continuarían transmitiendo analógicamente su señal para después mudarse de manera paulatina al nuevo formato en donde además, se podrían incluir otro tipo de señales como el Internet y la telefonía móvil.

Dicho acuerdo también estableció que aquellas televisoras que se sumaran al proceso de digitalización, podían refrendar su concesión hasta el año 2021, fecha en que se tenía prevista la culminación de la transición y el retorno del canal adicional otorgado por el Estado, aunque sin establecer los mecanismos mediante los cuales los concesionarios llevarían a cabo esta acción. Así, las empresas Televisa y TV Azteca pudieron llegar a concentrar durante el 2007 más del 90% del ancho de banda en el país. Esto se debió a que en ese año, Televisa contaba con 257 concesiones, en tanto que la TV Azteca con 176. Ahora bien, si se considera que había un canal adicional por cada concesión otorgada, se tiene como resultado un total de 866 canales adicionales, que multiplicado por 6 MHz que tiene cada canal, sea digital o analógico, arroja una cifra final de 5,196 MHz (Trejo, 2007).

En este sentido, Raúl Trejo señaló que con el avance de la tecnología digital en el futuro no sería necesario ocupar en su totalidad los 6 MHz que posee cada canal, ya que se pueden emitir más contenidos en un espacio mucho menor, es decir, “en ese ancho de banda se podrán difundir más canales, o servicios de telecomunicaciones

distintos a la televisión” (Trejo, 2007). Sin duda, esto significó una mayor rentabilidad económica para las grandes empresas televisivas, ya que con la ayuda de la tecnología pudieron llevar a cabo un mayor usufructo comercial de las concesiones otorgadas por el Estado.

Año y medio después de entrada en vigor el acuerdo, específicamente el 22 de noviembre de 2005, en la Cámara de Diputados se dio lectura ante el Pleno, una iniciativa de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones por parte del diputado priista Miguel Lucero Palma.

Hecha la propuesta, se turnó para su análisis jurídico a las Comisiones Unidas de Comunicaciones y de Radio, Televisión y Cinematografía, presidida por el diputado Javier Orozco Gómez del Partido Verde Ecologista (PVE), la cual determinó el 29 de noviembre de 2005 la procedencia de las reformas sin observación alguna. Lo único que realizaron las Comisiones Unidas fueron modificaciones de forma pero no de fondo:

De esta manera, la iniciativa transitó sin ningún contratiempo que pudiera advertir sobre la inconstitucionalidad de su contenido o de su violatoriedad al derecho a la información y a la libertad de expresión. No obstante, el proceso legislativo siguió su curso y el 1 de diciembre de 2005 se dio la primera lectura a la iniciativa, sobre la cual se aprobaron el paquete de reformas propuestas por el diputado Miguel Lucero. Resalta en este proceso la solicitud hecha por el diputado Pablo Gómez Álvarez, presidente de la Junta de Coordinación Política y Coordinador de la bancada del PRD, al presidente de la Asamblea, respecto de que se dispense la segunda lectura y de que “se turne lo antes posible” la iniciativa.

Por otro lado, se observa que la moción tuvo un gran consenso al interior del Congreso pues ésta fue apoyada por los coordinadores: Emilio Chuayffet Chemor

(PRI), José González Morfín (PAN), Jorge Antonio Kahwagi Macari (PVEM), Alejandro González Yáñez (PT) y Jesús Martínez Álvarez (PC). Finalmente, la petición fue aprobada por mayoría, y en la segunda lectura no hubo oradores que se opusieran al dictamen por considerarse haber sido “suficientemente discutida”, según el argumento vertido por Heliodoro Díaz Escárcega, presidente de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados.

Abierto el sistema electrónico de votación, la iniciativa fue aprobada por el Pleno de la Cámara de Diputados por unanimidad al emitirse 327 votos a favor, 0 en contra y 0 abstenciones, desglosados de la siguiente manera: 161 del PRI, 95 del PAN, 51 del PRD, 12 del PVEM, 2 del PT, 4 del Convergencia y 2 independientes. El paquete de reformas no pasó desapercibido y prontamente se vio cuestionado por tres principales argumentos en contra: 1) la nula experiencia del diputado Miguel Lucero Palma en la materia; 2) el rumor acerca de que la confección de la iniciativa no había sido producto de la autoría del diputado, sino que había sido confeccionada por consultorías afines a los intereses de Televisa y; 3) la rapidez con la que fluyó la aprobación de la iniciativa.

Roberto Alonso en su tesis “**Ley Televisa**”: Poder Mediático al Desnudo, documenta las reacciones que tuvieron algunos académicos, intelectuales, empresarios y legisladores por la súbita y desconcertante aprobación de la iniciativa en la cámara baja.

En cuanto a las críticas hechas por académicos e intelectuales, sobresalen aquellas que realizaron el investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, Gabriel Sosa Plata, quien calificó a las iniciativas como un “madruguete” en el que se encontraban inmiscuidos los empresarios de la industria, y la hecha por el analista Javier Lozano Alarcón, al evidenciar la presunta existencia de un trasfondo político en la renovación de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) propuesta en la iniciativa.

Por su parte, la crítica legislativa estuvo encabezada, por un lado, por el senador Javier Corral, quien denunció que la iniciativa era una copia de las propuestas que habían vertido funcionarios de Televisa en distintos foros, y por el otro, por el senador Manuel Bartlett Díaz, a quien le pareció un despropósito aprobar en dos días lo que en tres años se había procurado hacer en la materia. Los empresarios hicieron lo propio cuando Rogelio Azcárraga Madero, presidente del consejo administrativo de Grupo Fórmula, envió una carta al presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión pidiéndole no poner a la industria en “manos del mejor postor”. Más tarde se sumaría a esta petición Alejandro Burillo Azcárraga (ex accionista de Televisa y fundador de la empresa telefónica Pegaso), al señalar que el error en la legislación de la radio y la televisión traería como consecuencia la inequidad competitiva en el sector.

La presión por parte de los actores ajenos a la iniciativa impidió que ésta fuera aprobada al “vapor” por el Senado durante el segundo periodo de sesiones, toda vez que el 3 de diciembre fue turnada para su análisis. No obstante, por errores en la redacción la iniciativa también se vio interrumpida, motivo por el cual el diputado Javier Orozco Gómez solicitó el reemplazo de dos hojas, regresándose así nuevamente el documento a la Cámara de Diputados para su eventual corrección. A punto de expirar el periodo de sesiones, y habiéndose corregido el texto, el 8 de diciembre de 2005 en el Senado de la República se abrió paso a la discusión de la propuesta. Esto, inmediatamente provocó una división del cuerpo legislativo entre aquellos que querían su inmediata aprobación y quienes pretendían analizarla para su respectiva adecuación, pero con base a las propuestas y demandas que desde años atrás se habían venido planteando en los diferentes foros de discusión.

Finalmente, en la sesión no se llegó a ningún acuerdo y se postergó la discusión para el 12 de diciembre, sin embargo, la iniciativa quedaría congelada hasta el próximo periodo de sesiones ante las diferencias y falta de consensos existentes al interior del Senado. En este sentido, se advierte que la conveniente postergación no

fue obra de la casualidad, sino producto del cabildeo favorable que lograron entre sus homólogos los senadores Javier Corral, Manuel Bartlett, Raymundo Cárdenas y Cesar Raúl Ojeda, quienes además contaron con el apoyo de la bancada perredista, la cual a última hora decidió retirarle su apoyo a la propuesta.

Ilustración 23. Senadores Javier Corral, Manuel Bartlett, Raymundo Cárdenas y Raúl Ojeda



Fuente: www.alamy.com

Producto del revuelo provocado por la minuta, y con el propósito de darle la correspondiente legitimidad y certeza jurídica, la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado convocó a cinco reuniones públicas de trabajo con la finalidad de incorporar en la minuta los diferentes puntos de vista de quienes estaban interesados en el tema. En el debate participaron legisladores integrantes de la comisión, industriales, y los de siempre, que eran los académicos y especialistas en la materia que desde años anteriores habían venido participando en los diferentes foros.

En las reuniones se contó con la participación de 53 ponentes que actuaron en representación de diferentes organismos tales como: TV UNAM, Red de Radio difusoras y Televisoras Educativas y culturales de México, A.C. (RCD), Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), Universidad

Iberoamericana (UIA), Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones, A.C. (IDET), Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), Radiodifusores Independientes Organizados, A.C., Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, Asociación Nacional para la Reforma del Estado (ANRE), Banco de México, Comisión Federal de Competencia, Comisión Federal de Telecomunicaciones, entre otros (Mena, 2007).

De lo argumentos ahí vertidos, fueron cinco los que tuvieron principal relevancia:

- a)** La falta de un régimen especial para que las comunidades indígenas pudieran administrar sus propios medios de comunicación a través de la asignación de frecuencias exclusivas.
- b)** La discrecionalidad a la que se subordina el otorgamiento de concesiones cuando se realiza mediante una licitación pública, debido a que la capacidad monetaria es el fiel de la balanza.
- c)** El mayor empoderamiento de los concesionarios actuales al brindarles un mayor espectro en la transición digital y sobre las cuales además podían ofertar otros servicios adicionales.
- d)** La apertura del 49% al mercado extranjero en concesiones de radiodifusión.
- e)** Improcedencia de la “no objeción” que el Senado ejerce sobre los nombramientos de comisionados de la COFETEL a propuesta del Ejecutivo (Mena, 2007)

Así, y previo al inicio del periodo de sesiones del 1 de febrero de 2006, la lucha mediática entre quienes defendían la minuta y aquellos quienes la denostaban por atender contra la competencia, fomentar el monopolio y desfavorecer el derecho a la información y la libertad de expresión, se agudizó. Sobre todo cuando se ventiló en algunos diarios de circulación nacional, como El Universal y La Jornada, la intervención de Televisa en el cabildeo de la reforma mediante presiones a los industriales y convenios por debajo de la mesa con legisladores de diferentes partidos (principalmente del PRI y del PAN):

Con el titular “Revelan cintas presiones de Televisa en ley de radio y TV”, El Universal reveló que por medio del asesor jurídico de Televisa, Javier Tejado Donde, quien había sido señalado por Javier Corral Jurado como uno de los impulsores detrás de la minuta, la televisora presionó a organismos y empresas para redactar cartas de apoyo y contradecir al bloque opositor (Alonso, 2008: 102).

En las grabaciones además se ponía en evidencia que la televisora contaba con el apoyo de legisladores como el presidente del Senado, Enrique Jackson; el presidente de la Comisión de Comunicaciones y Transportes, Héctor Osuna Jaime; el senador priista, Emilio Gamboa Patrón y el senador panista, Diego Fernández de Cevallos. También participaron expertos en la materia como Federico González Luna, Eduardo Ruiz Vega y Gerardo Soria (Alonso, 2008).

Ilustración 24. Enrique Jackson, Héctor Osuna Jaime, Diego Fernández de Cevallos



Fuente: Elaboración propia con imágenes de Internet

Ante el señalamiento, diversos periodistas no afines a los intereses de Televisa vertieron una serie de duras críticas por la forma en que la televisora intentaba presionar a los legisladores para que se aprobara una ley que a decir de ellos les era del todo favorable. Por ello, Televisa y TV Azteca en voz de Joaquín López Dóriga y Javier Alatorre respectivamente, negaron las acusaciones y las catalogaron de

falsas, además de que denostaron el papel de aquellos legisladores que pretendían confundir a la opinión pública con este tipo de argumentos.

Como consecuencia de la obstinación y la fuerte presión mediática que las televisoras intentaban ejercer en el proceso legislativo y en la opinión pública, los senadores Javier Corral, Cesar Raúl Ojeda y Manuel Bartlett, propusieron que se convocara una vez más a un foro público para ahondar en materia. De tal manera que en el mismo mes de febrero, la Comisión de Comunicaciones y Transporte del Senado organizó nuevamente cuatro reuniones de trabajo en donde participaron 46 expertos, de los cuales 34 se pronunciaron en contra de la minuta, es decir que de la totalidad de los ponentes, tres cuartas partes no estaba de acuerdo con las modificaciones a la LFRT y LFT propuestas por la llamada “**Ley Televisa**”.

En la convocatoria, resaltó la participación de la comisionada para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, Xóchitl Gálvez, quien se pronunció afirmando que el espacio radioeléctrico no debería ser subastado por ser un bien de la nación, así como sobre la inclusión de los pueblos indígenas en él; de la académica Denise Dresser, al señalar que los únicos beneficiarios con la minuta serían las dos principales televisoras; de Aimeé Vega Montiel de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), evidenciando que las reformas constituían un despojo a la nación; de Jorge Arturo Mirabal del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, cuando advirtió sobre la insuficiencia y parcialidad de las reformas y; de Javier Lozano Alarcón, al esbozar que las reformas no tocaban a las telecomunicaciones sino únicamente lo que tenía que ver con Radio y Televisión (Trejo,2007)

Otros actores que también cobraron relevancia por sus opiniones en contra de la minuta fueron Luis Carlos Ugalde, presidente del Instituto Federal Electoral (IFE), y quien alertó respecto de que las reformas podían obstaculizar la fiscalización de los partidos dado que ahora los candidatos podrían contratar espacios por cuenta propia.

Eduardo Pérez Mota, presidente de la Comisión Federal de Competencia, celebró la incorporación de la figura de licitación pública pero criticó el que la minuta requiriera sólo la opinión del organismo sin especificar que ésta debería ser favorable a fin de evitar prácticas de concentración. Javier Arredondo Martínez, presidente de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, afirmó que las reformas no garantizaban la rectoría del Estado sobre el espacio radioeléctrico, ni tampoco daban un papel más preponderante a la COFETEL como órgano regulador, sin mencionar que desde su punto de vista, la minuta dejaba de lado el tema de la conversión digital.

En esta reunión en particular se pusieron a consideración por los participantes seis puntos medulares:

- a.** La creación de un órgano regulador autónomo, es decir, que fuera independiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para su ejercicio.
- b.** Transparencia en la forma de operar del órgano regulador.
- c.** Que la radio y la televisión cumplan con la función social a la que están llamados.
- d.** Establecer un mecanismo claro en el nombramiento de los comisionados y eliminar la facultad de “no objeción” atribuida al Senado.
- e.** Definir un método para adquirir concesiones y permisos que no favorezca la concentración monopólica (Ezeta, 2007).

Sin embargo, la inclusión de todas estas ideas en la propuesta de reforma se vio obstaculizada por los tiempos electorales que se aproximaban pues los diferentes partidos con la finalidad de congratularse con las televisoras presionaron a sus legisladores para aprobar la minuta a cambio de espacios en los medios electrónicos. Por tal motivo, Raúl Trejo (2010) señala que entre el 2 y 3 de febrero los candidatos presidenciales Andrés Manuel López Obrador, Roberto Madrazo y Felipe Calderón, sostuvieron reuniones por separado en Valle de Bravo, Estado de México, con Emilio Azcárraga Jean y con el vicepresidente de Televisa, Bernardo Gómez, con la intención de discutir “sus respectivas plataformas políticas”.

El 29 de marzo, un día antes de que se discutiera la reforma en el Senado, las protestas continuaron en voz del Instituto Mexicano de la Radio y la Televisión (IMER), pues estaban en contra de la reforma debido a que consideraba que de darse desaparecerían del aire todas sus estaciones junto con los canales Once TV, Canal 22, Espacio Edusat y TV UNAM. En consecuencia, las seis estaciones del IMER transmitieron todo el día una misma canción para advertir la monotonía que prevalecería en el cuadrante si se daban más concesiones a quienes ya tenían muchas de ellas, así como para recordar que los monopolios no contribuyen a la pluralidad de las ideas ni a la libertad de expresión.

Ilustración 25. Canales Once TV, Canal 22, Espacio Edusat y TV UNAM



Fuente: Elaboración propia con imágenes de Internet.

Sobre este contexto, el jueves 30 de marzo de 2006 se presentó en el Senado el dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes y de Estudios Legislativos sobre el proyecto de reforma a la LFRT y LFT. En el acto, los senadores que no estaban de acuerdo con el proyecto entablaron una serie de debates que se prolongaron por un lapso de 13 horas para señalar la inconveniencia de la reforma, y este no fue un hecho menor, pues de los 28 senadores que subieron a tribuna 18 se pronunciaron en contra de ella.

A pesar de la fuerte oposición que encabezaron en la Cámara Alta Javier Corral (PAN), Felipe de Jesús Vicencio (PAN), Manuel Bartlett (PRI), Dulce María Sauri (PRI), Raymundo Cárdenas (PRD) y Cesar Raúl Ojeda (PRD), el 31 de marzo

alrededor de las 3 a.m., las reformas fueron aprobadas en lo general con 81 votos a favor (44 del PRI, 30 del PAN, 5 del PVEM y 2 Independientes), 40 en contra (15 PRD, 13 PAN, 11 PRI y 1 Independiente) y 4 abstenciones (3 del PAN y 1 del PRI) y en lo particular con 78 votos a favor, 37 en contra y 1 abstención.

Una vez que en el Senado la propuesta fue aprobada “sin modificarle una coma”, muchas organizaciones civiles, académicos e intelectuales, que para ese momento ya tenían conocimiento amplio de todo lo ocurrido, pidieron al presidente Vicente Fox vetara la reforma bajo el fundamento jurídico del artículo 72, inciso C, el cual señala:

Artículo 72. Inciso C. El proyecto de ley o decreto desechado en todo o en parte por el Ejecutivo, será devuelto, con sus observaciones, a la Cámara de su origen. Deberá ser discutido de nuevo por ésta, y si fuese confirmado por las dos terceras partes del número total de votos, pasará otra vez a la Cámara revisora. Si por esta fuese sancionado por la misma mayoría, el proyecto será ley o decreto y volverá al Ejecutivo para su promulgación.

Pero esto no fue así, por lo que la iniciativa fue vista como subordinada a los intereses de los poderes fácticos, a tal grado que prontamente tuvo una respuesta negativa por parte de los sectores de la sociedad civil y grupos de intelectuales de siempre, quienes pidieron al Senado no fuera aprobada por considerarla ad hoc a los intereses de los monopolios televisivos.

Sin tomar en cuenta todas estas advertencias y propuestas de quienes pugnaban por una reforma integral que ponderara el interés general sobre el particular, el 11 de abril de 2006 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el decreto mediante el cual se reforman, adicionan y derogan, diferentes disposiciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión.

2.3.5.1. ACCIÓN DE INCONSTITUCIONALIDAD 26/2006

El 4 de mayo de 2006, producto de la inconformidad por las reformas hechas a la LFRT y LFT, 47 senadores de la República de la LIX Legislatura dirigidos por Javier Corral, Manuel Bartlett, Dulce María Sauri y Raymundo Cárdenas, decidieron interponer ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) una controversia constitucional para que las reformas aprobadas fueran declaradas anticonstitucionales, lo cual derivó en una situación nunca antes vista en nuestro país: que uno de los tres poderes, en este caso el Legislativo, hiciera uso de la acción de inconstitucionalidad para impugnar reformas aprobadas por el Ejecutivo y contradictoriamente por el propio Legislativo.

Este instrumento jurídico que apareció en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos con la reforma al artículo 105 que se llevó a cabo el 31 diciembre de 1994, tiene dentro de su principal objetivo el invalidar aquella ley o tratado que se oponga a los preceptos establecidos en el texto de la Carta Magna.

Tomando en consideración el texto del artículo 105 como referencia, se observa que el porcentaje de los senadores que presentaron la controversia rebasó lo estipulado en el inciso b) de la fracción II, pues los inconformes representaron el 36.7% del total de los legisladores con los que se integra la Cámara Alta. Así, el documento en 21 conceptos de invalidez, refutó la constitucionalidad de 13 artículos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y 30 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Una vez aceptado el documento por la SCJN, fue turnado al ministro Salvador Aguirre Anguiano para que elaborara el proyecto de resolución correspondiente. Un año más tarde, la SCJN publicaría en su página electrónica la resolución de la acción de inconstitucionalidad 26/2006. No obstante, ésta contó con un contratiempo debido a quedos de los ministros se ausentaron quedando solamente nueve y requiriéndose para la procedencia de inconstitucionalidad ocho votos, debido a que así lo marca el párrafo tres, de la fracción II, del artículo 105 que a la letra dice: *Las resoluciones de*

la Suprema Corte de Justicia sólo podrán declarar la invalidez de las normas impugnadas, siempre que fueren aprobadas por una mayoría de cuando menos ocho votos.

Ilustración 26. Votación en la Suprema Corte de Justicia



Fuente: <http://eljuegodelacorte.nexos.com.mx/?tag=accion-de-inconstitucionalidad&paged=2>

Asimismo, la presión que ejercieron las distintas agrupaciones de comunicación, expertos y académicos en la acción presentada, tuvo una notoriedad determinante, pues mantuvieron el interés de los medios en el trabajo de la Corte, y esto no quedó solamente ahí, sino que fueron más allá al impulsar el uso de otra herramienta jurídica como lo fue el Amicus Curiae. Esta figura, que significa apoyo ciudadano, tiene como propósito ahondar en la información con la que cuentan los ministros para generar un panorama más amplio del tema que se discute; y es que aunque los ministros cuentan con una preparación en diversas materias, su conocimiento se encuentra muchas veces limitado por los diferentes conocimientos técnicos y teóricos que de ellas se derivan (Carranza, 2009).

Por ello, y a pesar de que en esos momentos ya se contaba con el proyecto del ministro Salvador Aguirre, la SCJN decidió interrumpir del 14 al 21 de mayo de 2007

las deliberaciones para abrir un espacio a la opinión de los expertos en la materia. Al llamado acudieron tanto expertos del Instituto Politécnico Nacional como de la Universidad Nacional Autónoma de México, con la firme intención de aportar más datos en materia de radio, televisión y telecomunicaciones, que brindaran un mayor entendimiento de las implicaciones en las que podría derivar una resolución a favor de la inconstitucionalidad o en contra de ella.

El análisis de la acción de inconstitucionalidad presentada por los senadores de la LIX legislatura finalmente concluyó el 5 de junio de 2007, y sólo dos días después el Pleno de la Suprema Corte de Justicia determinó su resolución final a la acción de inconstitucionalidad promovida y a la que catalogó como parcialmente procedente y parcialmente fundada, debido a que sólo se invalidaron dos artículos (28 y 28-A) y se adecuaron parcialmente otros seis más (9-C, Segundo Transitorio, 16, 17-E, 17-G y 20). Finalmente, los artículos 28 y 28-A que causaron mayor polémica por darle la posibilidad a los concesionarios de la utilización discrecional del espacio radio eléctrico sin la posibilidad de contraprestación alguna y mediante un proceso administrativo, fueron eliminados en su totalidad.

Como se puede observar, la victoria de los senadores en el máximo tribunal fue satisfactoria pero parcial, en razón de que muchos de los conceptos de invalidez que se presentaron no fueron resueltos favorablemente. Aun así, la disolución de los artículos 28 y 28-A de la Ley Federal de Radio y Televisión fue uno de los mayores aciertos de la Suprema Corte, debido a que le regresó al Estado parte de la rectoría perdida sobre el espacio radioeléctrico, aunque cabe señalar que aún faltaba mucho por hacer ya que seguía sin existir un órgano autónomo que regule en materia de telecomunicaciones de forma equilibrada y sobre el interés público, además de quedar pendiente el fortalecimiento del papel que juega la Comisión Federal de Competencia en la materia, al ser una institución fundamental en la prevención y sanción de las prácticas monopólicas. Pero no habría que menospreciar el hecho de que ahora dentro de los requisitos de las licitaciones, la “opinión favorable” del

organismo tendrá un impulso relevante en el alcance de los objetivos por los cuales fue creado (artículo 17-E de la Ley Federal de Radio y Televisión).

Pero la eliminación de la figura “por subasta pública” contenida en el artículo 17-G de la LFRT, también significó un avance porque eliminó la subordinación de las concesiones al interés meramente económico, en la cual se ponía en desventaja a las radios comunitarias indígenas y se beneficiaba a los grandes consorcios radiofónicos y televisivos. Otro acierto fue la modificación del artículo 16 de la LFRT en lo que respecta a los plazos de las concesiones, los cuales tras la resolución favorable de inconstitucionalidad sólo se otorgarían “hasta por 20 años”. Esto sin duda significó un gran avance debido a que se elimina el plazo fijo de 20 años al que aludía la reforma aprobada, lo que resulta benéfico, dejando de condicionar el usufructo del espacio radioeléctrico a un plazo y grupo determinado, en el sentido de que a mayor número de concesiones y mayor tiempo de posesión, mayores ganancias.

Finalmente, se asestó un duro golpe a la discrecionalidad con la que se pretendía conducirse la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) en el otorgamiento de concesiones, al eliminarse lagunas jurídicas a las que daban pie fragmentos como “cuando menos”, “a su juicio”, así como a la vulnerabilidad en la que se dejaba a los interesados en adquirir una concesión al permitirle a la Secretaría adquirir información adicional para determinar su idoneidad y la de su solicitud, ente otras autoridades e instancias. Lo anterior, sin llegar a especificarse en el texto los mecanismos o el tipo de información para llevar a cabo tal efecto.

Por otro lado, la eliminación del último párrafo del artículo 9-C de la Ley Federal de Telecomunicaciones terminó con la invasión de esferas entre los poderes Legislativo y Ejecutivo, al permitírsele el ejercicio de nombramiento y remoción de funcionarios de la COFETEL, en razón de lo señalado por el artículo 89 constitucional, en su fracción II. En cuanto a la eliminación del segundo artículo transitorio en su tercer

párrafo, es notorio que la elegibilidad de quienes previamente han ocupado el cargo de comisionados, dotará de una mayor experiencia a la institución y asegurará la garantía de libertad de trabajo considerada en la Carta Magna.

2.3.5.2. REFORMA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: MONEDA DE CAMBIO

Pero, analizando qué fue lo que precipitó la aprobación del proyecto por el que se reformaban, adicionaban y derogaban diversas disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones. Sin duda la influencia que las Televisoras ejercieron –dado el poderío económico con el que disponen– sobre el poder Legislativo y Ejecutivo a lo largo de todo el proceso de reforma es una de las principales respuestas, pero no es la única explicación posible. Esto a causa de que el panorama electoral que se avecinaba en esos momentos fue el acicate que inclinó la voluntad de los legisladores -léase partidos políticos- a su favor, al pretender mayores espacios de campaña en medios electrónicos por la contienda presidencial que se avecinaba.

En este sentido, la reforma se presentó como una “**moneda de cambio**” que atentó contra el interés público, toda vez que se otorgaron privilegios legales a particulares de la industria por tiempos de promoción electoral de candidatos y partidos políticos en radio y televisión. Por eso en muchos medios de circulación nacional, contrarios a los intereses de Televisa y TV Azteca, se ventiló la idea del senador Javier Corral de que la aprobación del paquete de reformas se postergara hasta después del 2 de julio de 2006, pues éste comprendió que la coyuntura político-electoral en el que se encontraba inmersa la discusión del proyecto no era la más conveniente en esos momentos al darle todas las ventajas de ser aprobado. Por ello, tampoco resulta extraño que muchos de los senadores que en un primer momento votaron a favor de la reforma, después hayan cambiado de opinión sumándose a la controversia presentada ante la Suprema Corte. Este fue el caso de Adrián Alanís Quiñones, Esteban Miguel Ángeles Cerón, Jorge Eduardo Franco Jiménez, Marco Antonio Xicoténcatl Reynoso, Jesús Galván Muñoz y Eduardo Ovando Martínez.

Así, y tal y como se había advertido, las elecciones fueron el vehículo ideal para que las negociaciones entre las élites políticas y las televisoras prosperaran sin problema alguno. En este sentido, Raúl Trejo (2006) documentó que durante la campaña presidencial, el IFE contrató a la consultoría IBOPE para que monitoreara, entre el 19 de enero y el 30 de junio de 2006, los contenidos de 347 noticieros y programas de radio y televisión. El resultado, fue que de las 6,256 horas de contenido transmitidos en los citados espacios, el 24.43% correspondió al candidato del PRD, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), el 20.73% para el candidato del PRI, Roberto Madrazo y el 16.57% al candidato de Acción Nacional, Felipe Calderón.

Ahora bien, del total del tiempo evaluado, el 4% fueron mensajes negativos en contra de los candidatos o del proceso electoral, y de ese mismo porcentaje, se desprende que cerca del 49.1% de los comentarios negativos fueron para Andrés Manuel López Obrador, en tanto que Roberto Madrazo y Felipe Calderón se distribuyeron el porcentaje restante. Sin embargo, el tiempo de cobertura que recibió el político tabasqueño fue mucho mayor que el de sus oponentes, pues su tiempo de exposición fue de 1,529 horas (39.6%), tiempo superior al de Felipe Calderón quien obtuvo un total de 1,297 horas (33.6) y de Roberto Madrazo que consiguió tan sólo 1,037 horas (26.8%).

No obstante a que la distribución en tiempos se presentó equitativa, se advierte que las televisoras se convirtieron en el gran elector al consolidar la intención de voto hacia el candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, mediante la estigmatización de la figura de Andrés Manuel López Obrador como “*un peligro para México*”. Máxime que esto sucedió a pesar de que la presencia en medios fue favorable al representante de la “Coalición por el Bien de Todos”:

- En los noticieros de Televisa, Andrés Manuel López Obrador tuvo una cobertura de 111 horas, Roberto Madrazo 107 y Felipe Calderón 104.

- En los noticiarios de TV Azteca, Obrador no salió muy favorecido pero tampoco totalmente perjudicado, pues alcanzó 22 horas, antecedido por Calderón con 25 y Madrazo con 27.
- En el noticiero de “Hechos”, conducido por Javier Alatorre, el perredista logró el 27.34% de las 12 horas con 49 minutos que éste noticiero dedicó a las campañas electorales, en tanto que Felipe Calderón se quedó con 21.82% y Roberto Madrazo con 23.05%.
- En el noticiero conducido por Joaquín López Dóriga, Andrés Manuel recibió el 15.8% de las 15 horas con 57 minutos que se dedicó en este espacio a las campañas, Felipe Calderón contó con el 17.14% de la cobertura y Roberto Madrazo con 15.9%.
- Históricamente, también el representante de la “Coalición por el Bien de Todos” logró superar a sus principales competidores, pues de la elección del año 2000 al 2006 su partido escaló 10.5 puntos porcentuales de cobertura en medios electrónicos, mientras que el PAN decreció en 2.6%, en tanto que el PRI se mantuvo en el mismo porcentaje.
- El gasto en campaña fue por demás superior al de sus adversarios, ya que según datos vertidos por el IFE, Andrés Manuel López Obrador fue el candidato que adquirió más espacios en televisión con el 40.5% (Trejo, 2006).

Entonces, ¿qué fue lo que pasó?, ¿por qué un candidato con una mayor cobertura mediática no pudo ganar las elecciones cuando los principales analistas en materia electoral establecen una correlación entre presencia en medios e intención de voto? Las respuestas durante los últimos años han sido variadas. Como ya se había sugerido, una de ellas apunta a que los medios de comunicación –léase Televisa y Tv Azteca- fueron negativos y parciales hacia la figura de Andrés López Obrador, aunque este argumento resulta contradictorio cuando se presentan cifras como las citadas anteriormente. Sin embargo, el argumento puede resultar no del todo incorrecto a pesar de las cifras. Jenaro Villamil, en su libro **El sexenio de Televisa** (2010), ofrece una versión de lo que pudo haber inclinado la elección a favor del

candidato del PAN, en lugar de corroborarse la tendencia ganadora que durante meses tuvo López Obrador.

A decir de Jenaro Villamil (2010), todo inició con la guerra sucia que se desató en contra de AMLO a través de spots e infomerciales que lo catalogaron como “*un peligro para México*”, y que no obstante, sirvieron para compararlo con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez. La autoría corrió a cargo de organismos privados, quienes pagaron fuertes sumas de dinero para que dichos spots fueran transmitidos en programas con un alto índice de rating como lo fueron el programa La Verdad Oculta y la telenovela La fea más bella; donde además se utilizó la técnica de branding en los diálogos para promocionar al “presidente del empleo”.

Ilustración 27. Guerra sucia en contra AMLO



Fuente: www.jornada.unam.mx

Pero, a pesar de que la compra de espacios por parte de empresas afines al programa político de Felipe Calderón lo acercaron cada vez más con la televisora, esto no fue lo que terminó por definir la postura de Televisa en contra del tabasqueño, sino la presunta intención que éste tenía en su programa de gobierno de

expropiar a la empresa junto con sus filiales³⁷, así como el apoyo de la bancada perredista a la acción de inconstitucionalidad presentada por Javier Corral y Manuel Bartlett.

Por otro lado, se encuentra el señalamiento de que presuntamente el cuñado de Felipe Calderón, Diego Hildebrando Zavala, pudo haber intervenido en que la tendencia de los votos se haya acertado sistemáticamente a favor del candidato panista. Y es que según denunció AMLO tras la derrota electoral, el citado personaje habría inclinado los resultados electorales en primer lugar porque participó con su empresa Hildebrando S.A. de C.V. en la creación de los programas de cómputo que dieron soporte al Padrón Electoral que se utilizó el 2 de julio de 2006, y en segundo, porque su asociación con la empresa Oracle de México –que prestaba servicios relacionados con el Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP)-, le dio acceso libre a los resultados preliminares.

Se considera que la convergencia de todas estas acciones pudo haber impedido que el pronóstico tanto de las encuestas como de los analistas se cumpliera. No obstante, es necesario señalar que cuando el equilibrio entre los tres actores que integran la comunicación política se rompe, y la supremacía de uno de ellos se hace presente, se atenta contra la democracia porque entonces las decisiones colectivas, que suelen ser eminentemente públicas, pasan a ser decisiones de particulares.

Y es que aunque lo argumentado por Jenaro Villamil podría llegar a cuestionarse por falta de pruebas fehacientes y contundentes, su lógica se constata en los hechos cuando pasadas las elecciones Televisa se ha convertido en el principal legitimador de Felipe Calderón y a la vez en el principal crítico de Andrés Manuel López Obrador.

³⁷ En su libro, *La Mafia nos robó la presidencia* (2007) Andrés Manuel López Obrador relata que en una comida que sostuvo con Emilio Azcárraga, Bernardo Gómez y los vicepresidentes de la empresa, le fue entregado un documento jurídicamente bien fundamentado en donde se plasmaba la intención de expropiar a Televisa, lo cual él negó pero sobre el cual advirtió la probable participación del CISEN en su confección.

2.3.5.3. EL INTENTO POR REVIVIR LA “LEY TELEVISA”

Año y medio después de que la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) invalidara diversas disposiciones hechas a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones en junio de 2007, el senador Manlio Fabio Beltrones intentó revivir la segunda parte de la controvertida “*Ley Televisa*” al impulsar, junto con otros cuatro senadores³⁸, la reforma al artículo 16 de la LFRT. La minuta enviada al Senado el 2 de diciembre de 2008, proponía que las concesiones se otorgarían por un plazo de hasta 20 años y podrán ser prorrogadas, en una o más ocasiones, por plazos de hasta la misma duración. Bajo el argumento de proveer de una mayor certeza jurídica a los concesionarios de la radio próximos a refrendar sus concesiones, la iniciativa se configuró alrededor de dos ideas fundamentales: *el proceso de referendo y la duración de la concesión*.

En cuanto a la primera, los senadores observaron que a pesar de que se eliminó del artículo 16 de la LFRT en la parte que decía "El refrendo de las concesiones, salvo en el caso de renuncia, no estará sujeto al procedimiento del artículo 17 de esta ley", esto no significó, a contrario sensu, que todo referendo debía someterse a licitación pública en los términos marcados por el artículo 17 de la LFRT, sino solamente que no existía un proceso de renovación de las concesiones en materia de radiodifusión.

Como se advierte, esta propuesta buscó de una forma creativa y elocuente que los industriales pudieran refrendar sus concesiones ya no en un proceso licitación pública, sino mediante dos simples trámites administrativos: 1) el escrutinio a *priori* y a *posteriori* de los concesionarios por parte de la Secretaría y 2) el pago de una contraprestación al Estado por el uso del espacio radioeléctrico. Máxime que para los legisladores la figura del refrendo, aparte de resultar jurídicamente correcta al no contravenir la Carta Magna, deja de ser *automático* en el momento en que los concesionarios cumplen con los requisitos previamente aludidos.

³⁸ Los senadores que apoyaron la reforma fueron: Raúl Mejía González, Carlos Lozano de la Torre, José Calzada Roviroso y Rogelio Rueda Sánchez.

En cuanto al segundo, se arguyó que para asegurar la rectoría del Estado sobre las concesiones y evitar un trato desigual entre los concesionarios de radiodifusión y los de telecomunicaciones, era necesario establecer un plazo máximo que permitiera a la autoridad conceder plazos menores, así como un mismo plazo de duración en las dos leyes que regulan el espacio radioeléctrico, a fin de eliminar las diferencias que pudieran suscitarse entre ambos concesionarios.

Así, y tomando en cuenta las resoluciones de la Corte de la Acción de Inconstitucionalidad 26/2006, se propuso una figura jurídica que permitiera la renovación de las concesiones y que estuviera en concordancia con los criterios de constitucionalidad esgrimidos por la SCJN. De tal manera que para los senadores la figura que vendría a sustituir el refrendo sería la prórroga, al compartir la misma naturaleza de su antecesora, y ser el verbo prorrogar indicativo de “dilatar, continuar o extender una cosa por un tiempo determinado”. En este tenor, la prórroga significaría la extensión del plazo de las concesiones por un plazo igual al previamente establecido, no obstante que esta figura es contemplada por el artículo 19 de la Ley Federal de Telecomunicaciones, que a la letra dice: *Las concesiones sobre bandas de frecuencias se otorgarán por un plazo hasta de 20 años y podrán ser **prorrogadas** hasta por plazos iguales a los originalmente establecidos, a juicio de la Secretaría.*

Es así que para recuperar la rectoría del Estado en dicha materia y generar certeza a la actividad de los radiodifusores y a la actuación de la autoridad, la iniciativa de reforma al artículo 16 de la LFRT, referente al tema de la duración de la concesión, nuevamente se retoma la idea de que se podrá otorgar la prórroga cuando el concesionario haya cumplido con sus obligaciones legales en materia, pero bajo la supervisión de la autoridad. Además, se señala que el poder público (sin especificar la institución de quien dependerá tal función) podrá emitir nuevas condiciones y obligaciones ponderando el desarrollo tecnológico y el interés público. Finalmente, y con el propósito de no eliminar la licitación pública del proceso, condiciona la

iniciativa que en caso de que no proceda la prórroga o que el concesionario no ejerza tal derecho, será asignada mediante dicho procedimiento.

Y es que mediante una interpretación propia de lo dicho por la Corte en su resolución, los senadores incorporaron la figura de la prórroga para evitar el proceso de licitación pública exigida por el organismo para la obtención del refrendo. Lo anterior, a fin de que el Estado mantuviera la rectoría sobre el espacio radioeléctrico al permitírsele comprobar y verificar la idoneidad de los concesionarios, algo que en un proceso administrativo se presenta complicado al ser la capacidad económica una de las principales condicionantes en el otorgamiento de las concesiones. No obstante, la iniciativa propuso que en la contraprestación se tomara en cuenta el valor de los espacios que las estaciones de radio y televisión están comprometidos a pagarle al Estado. Ejemplo de ello era que la propaganda de los partidos políticos que de forma gratuita se estipuló en la reforma electoral del 2007³⁹, podía ser descontada del pago que los concesionarios debían realizar al Estado por el uso y aprovechamiento de sus respectivas frecuencias de radio y televisión.

Un día después de presentado el proyecto de reforma, la respuesta por parte de la sociedad civil no se hizo esperar y en un comunicado de cinco hojas la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), en voz de su presidente, Javier Corral y de seis miembros más⁴⁰, fijó su postura respecto de la propuesta conocida como "*Beltrones - Sotelo*".

En el documento se hace alusión a que la propuesta de los senadores es una infracción a lo dispuesto por la SCJN en junio de 2007 al intentar de nueva cuenta

³⁹ En la reforma al artículo 41 Constitucional en el apartado A, de la fracción III, se estipuló que los partidos políticos tendrían acceso permanente a los espacios de Radio y Televisión a través de los tiempos de que el Estado dispusiera, y los cuales serían asignados por el Instituto Federal Electoral (IFE). Además, se eliminó la contratación de espacios en medios electrónicos por parte de los partidos políticos, ya sea por ellos mismos o por terceras personas.

⁴⁰ Daniel Contreras Henry, Raúl Trejo Delarbre, Gabriela Sosa Plata, Beatriz Solía Leere, Agustín Pineda y Aleida Calleja.

otorgar privilegios a los concesionarios, específicamente a Televisa y TV Azteca. Recuerda además que la resolución de la Corte estaba encaminada a que la asignación de las concesiones debía estar sujeta a un concurso en el cual los interesados competirían en igualdad de circunstancias, y donde además, se evaluaría tanto el desempeño de los concesionarios como las propuestas de aquellos interesados en operar frecuencias de radio y televisión.

Más tarde, Miguel Ángel Granados Chapa, integrante del Consejo Consultivo de la AMEDI, expresaría nuevamente su rechazo de forma particular a la propuesta de Beltrones, al considerar que la reforma al artículo 16 hubiera sido adecuada de no ser porque contravenía lo dispuesto por la Corte en cuanto a la inconstitucionalidad del refrendo automático.

2.3.6. REFORMA A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL AÑO 2009

El tiempo transcurrió y la intentona de revivir la segunda versión de la “Ley Televisa” pasó a segundo término cuando llegadas las elecciones intermedias del 2009, en donde se renovarían la Cámara de diputados, gubernaturas, congresos locales y diferentes presidencias municipales, ésta se vio ensombrecida por un nuevo escándalo mediático protagonizado por Televisa y TV Azteca.

El sábado 31 de enero y domingo 1 de febrero del 2009, en un solo bloque, las televisoras decidieron interrumpir con spots de precampaña y de promoción al voto, diferentes programas televisivos, así como películas y eventos deportivos, sobre el argumento de que se hacía a efecto de cumplir con lo dispuesto por el IFE en materia (previo al inicio de los spots había una “cintilla” con este señalamiento). De forma particular, se distingue que el descontento de las empresas televisivas se desencadenó debido a lo dispuesto en el artículo 41, fracción III, apartados A, B, C y D, tras la reforma electoral de 2007; específicamente del apartado A, que obligaba a las televisoras a dar un espacio al Estado en tiempos electorales y prohibía la

contratación de espacios tanto por los partidos políticos como por terceros (candidatos, asociaciones civiles, organizaciones campesinas, etc.)

El hecho fue visto como un acto de desobediencia de las televisoras e inmediatamente desató una serie de críticas por parte de los principales afectados (Instituto Federal Electoral y partidos políticos), quienes además exigieron que ambas empresas fijaran su postura respecto de lo sucedido.

Por su parte, el lunes 2 de febrero, el IFE lanzó un llamado para que las empresas se pronunciaran respecto del comportamiento “atípico” sucedido, para días más tarde dar inicio a un proceso de sanción en contra de Televisa, TV Azteca y el Corporativo Novavisión (Sky) por los hechos ocurridos. Sin embargo, una vez que el IFE y la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) llegaron a un “acuerdo” para “normalizar” la transmisión de los promocionales, se desvaneció casi en su totalidad la posibilidad de una sanción económica a tenor de los siguiente: 1) por la transmisión de propaganda en un solo bloque, 2) por la inclusión de “cortinillas” antes y después de los mensajes para señalar que se cumple con la obligación impuesta por el IFE y 3) por no emitir la misma señal del canal abierto en la televisión de paga.

No obstante, las empresas argumentaron que en caso de ser sancionadas por el Instituto Federal Electoral (IFE) interpondrían un recurso de amparo, debido a que el Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales (COFIPE) no es el marco regulador de los medios electrónicos, sino la Ley Federal de Radio y Televisión. Al final, el IFE decidiría que de los 11 millones (7 millones Televisa y 4 TV Azteca) con los que se pretendía multar a las empresas, sólo se sancionaría con 2 millones de pesos a TV Azteca por anomalías en la transmisión de Sky, al no difundir los spots en su retransmisión de los canales 7 y 13. La determinación del organismo ciudadano, provocó que se cuestionara duramente el que un acuerdo haya pesado más que las instituciones, ya que se dejó en entredicho el papel del IFE y la certeza jurídica de COFIPE al quedar subordinados a los intereses de los poderes fácticos.

Ante la evidente vulnerabilidad de las instituciones frente a los intereses de las televisoras, el viernes 13 de febrero el Partido de la Revolución Democrática (PRD) presentó ante el Senado la necesidad de incorporar las facultades del IFE contenidas en el COFIPE a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) a fin de que este órgano pueda al menos denunciar ante la autoridad correspondiente, las violaciones graves cometidas en materia de medios electrónicos y propaganda político-electoral.

Así, y de una manera inesperada, el dictamen fue presentado el martes 17 de febrero en el Senado e inmediatamente aprobado con 74 votos a favor, 3 en contra y 4 abstenciones. Una vez recibido el decreto en la Cámara de Diputados, el 19 de febrero fue turnado a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía para su respectiva valoración y discusión. Seis días más tarde, la Comisión consideró en su dictamen algunas conclusiones que estaban dirigidas a fortalecer el actuar del IFE.

No habiendo observaciones por parte de la Cámara de Diputados a la minuta, ésta se sometió a votación el 3 de marzo de 2009, siendo aprobada por 319 votos a favor, 16 en contra y 4 abstenciones. Sin embargo, una vez que el proyecto fue aprobado y enviado al titular del Ejecutivo para su publicación, tuvo que ser devuelto al Senado debido a que se observó por parte del primero un conflicto en la aplicación de sanciones entre el artículo 350 del COFIPE y la fracción tercera del artículo 64 de la LFRT. Y es que el primero establecía una multa de hasta 5 millones 500 mil pesos por violaciones que pudieran realizar los concesionarios o permisionarios en la transmisión de mensajes y programan, en tanto que el segundo consideraba una sanción de 500 hasta 5 mil pesos por transmitir programas, mensajes o cualquier otro material que contraviniera los dispuesto por el COFIPE.

Por ello, el martes 24 de marzo, el poder Ejecutivo devolvió el documento al Senado para su adecuación, y éste a su vez lo turnó a las Comisiones de Radio y Televisión y Cinematografía y de Estudios Legislativos, de donde se acordó eliminar la fracción III del artículo 64 y agregar un nuevo artículo que sería el 64 Bis. Finalmente, el

proyecto se regresó a la Cámara de Diputados el 16 de abril de 2009 para su discusión y análisis, para finalmente ser aprobado el 30 de abril por 264 votos a favor, 17 en contra y 37 abstenciones.

Esta última reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de junio de 2009 por el presidente Felipe Calderón Hinojosa. Desafortunadamente, esto no ha frenado las intenciones de regularen materia sin el consenso de los diferentes grupos parlamentarios, y sobretodo, sin la intervención de grupos de la sociedad civil preocupados por legislar a favor de los medios públicos, tales como el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), la Asociación Mundial de Radios Comunitarias México (AMARC), la Asociación Mexicana del de Derecho a la Información (AMEDI), entre tantos más.

En este tenor, el 8 de diciembre de 2009, el senador Carlos Sotelo abrió un nuevo capítulo en la legislación de medios de comunicación, al presentar el proyecto de decreto mediante el cual se expedía la “Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”. En la iniciativa se propone la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión como un organismo autónomo con amplias facultades discrecionales, y las cuales se encuentran conferidas principalmente en el artículo 10 y sus 49 fracciones. Se propuso que el Instituto estuviera integrado por siete comisionados, quienes serían elegidos por el voto de dos terceras partes del Senado o, en caso de recesos, por la Comisión permanente del Congreso de la Unión. El periodo del cargo para éstos sería por siete años con posibilidad de una reelección de igual número de años y se reservaba para el Ejecutivo la facultad de removerlos pero sólo mediante “causa grave debidamente justificada”.

En tanto, en el título III referente a la planeación y administración del espacio radio eléctrico en su artículo 25, se mantiene una vez más la propuesta de la asignación de las concesiones por trámite administrativo, sólo que esta vez sobre la figura de la asignación directa.

Por otra parte, la propuesta deja nuevamente a la capacidad económica la asignación de las concesiones, dejando en estado de vulnerabilidad a las radios comunitarias y beneficiando a los consorcios radiofónicos y televisivos, al considerar en los artículos 32, 33 y 34, que el no cumplimiento de determinadas innovaciones tecnológicas es causal para que no se pueda continuar operando la concesión, sin considerar que al quedar libre la frecuencia se privilegia a “terceros” en su adjudicación.

En este sentido, el mejor aprovechamiento del espacio radioeléctrico que se engancha con la adopción de innovaciones tecnológicas, es una desventaja para aquellos concesionarios que no cuentan con la capacidad económica suficiente que les permita llevar a cabo tal requerimiento, pero sí beneficia a los grandes consorcios de la industria, para quienes el tema económico no representa un problema.

El 8 de abril de 2010, la respuesta por parte del diputado Javier Corral y del senador Gustavo Madero no se hizo esperar, y de manera simultánea presentaron en la Cámara de Diputados y en el Senado, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Contenidos Audiovisuales. Esta propuesta que retomaba algunos conceptos de la sentencia publicada por la Suprema Corte en junio del 2007, tiene dentro de sus principales consideraciones los puntos que a continuación se analizan.

La creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones y Contenidos Audiovisuales como un órgano desconcentrado de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte con autonomía técnica, operativa, de gasto y de gestión, encargado de regular, promover, vigilar y supervisar el desarrollo de las telecomunicaciones, la cobertura social, el fomento de la competencia, así como la regulación y vigilancia de los contenidos audiovisuales. Además, propone que el gobierno del Instituto esté integrado por siete comisionados, quienes deberán contar con conocimientos en la materia, la designación de los comisionados recaiga directamente en el poder Ejecutivo y mantiene que su remoción por “causa grave debidamente justificada”.

No obstante, prevé la duración de los comisionados por un lapso de siete años, renovables por un único periodo igual, excepto para el presidente quien sólo puede mantenerse tres años en el cargo y prorrogar su estancia por un único periodo, con el mismo número de años. En cuanto al uso de frecuencias o bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, la propuesta elimina cualquier posibilidad de un trámite administrativo al no considerar la adjudicación directa en su artículo 25. Deja en claro que para la adjudicación de concesiones comerciales es la licitación pública el único mecanismo para tal efecto.

En cuanto a la innovación tecnológica, la propuesta coincide con la propuesta planteada por el senador Sotelo en que ante la falta de cumplimiento de plazos y requisitos para la adopción de innovaciones tecnológicas, el concesionario no podrá participar en el proceso para refrendarla, sólo que a diferencia de su antecesora, busca proteger a las organizaciones sin fines de lucro.

Así, la iniciativa se presentaba como integral y de un gran valor en contenido, al retomar muchas de las propuestas y demandas vertidas desde 1997 hasta el 2010 en los diferentes foros en donde han participado académicos e intelectuales, así como deferentes representantes de la sociedad civil interesados en la legislación de los medios electrónicos. Sin embargo, en el 2010, la propuesta parecía no haber avanzado al interior de ninguna de las Cámaras, pues no existe pronunciamiento favorable por parte de la clase política ni mucho menos de los consorcios radiofónicos y televisivos por contravenir sus intereses. Por si fuera poco, el panorama parece complicarse aún más cuando estaba por iniciar la carrera electoral por la presidencia de la República para el 2012, pues como en su momento advirtió Javier Corral, este tipo de coyuntura político-electoral es lo que pone las condiciones para que las televisoras intenten manipular la ley hacia sus intereses a cambio de mayores espacios para los partidos políticos y sus candidatos.

De tal manera que, ante la inmovilidad que permea entre la clase gobernante y frente la apatía de algunos sectores sociales, la AMEDI, en voz de su presidente Raúl Trejo Delarbre, convocó los días 5 y 6 de abril del 2011 al Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación, con el propósito de que se regule a favor del interés público en materia de medios de comunicación. En el dicho encuentro participaron ciudadanos de 18 estados de la República, quienes enviaron cerca de 119 ponencias y donde se escucharon ocho ponencias magistrales a cargo de especialistas en el tema. El resultado del evento generó la consolidación de grandes y variadas propuestas, dentro de las cuales se destacan:

1. Reforma legislativa en materia de medios de comunicación, específicamente lo relativo a la iniciativa presentada el 8 de abril.
2. Licitación de dos nuevas cadenas de televisión que hagan contrapeso a Televisa y TV Azteca.
3. Nuevas opciones en televisión digital para nuevos operadores.
4. Certidumbre para los medios públicos en donde se contempla la creación de un sistema nacional de televisión pública que tenga como base la infraestructura de Canal Once pero manejado de forma autónoma.
5. Señales abiertas para canales del Congreso y Judicial, así como más opciones de televisión universitaria como el de TV UNAM.
6. Tarifas bajas y obligaciones para operadores para contribuir a la economía de los usuarios a la par que se beneficia una mayor penetración y cobertura de estos servicios.
7. Transparencia y claridad en el gasto de comunicación social. Esto debido al gasto que erogan de forma discrecional tanto gobierno federales y estatales en los medios más poderosos de comunicación para promoverse.
8. Homologar la Ley Federal de Radio y Televisión en material electoral a fin de evitar actos violatorios en materia por parte de los medios electrónicos.
9. Derecho de réplica para que aquellos ciudadanos que sean agraviados por una información falsa puedan solicitar la debida rectificación por parte de los medios.

10. Equidad de género en medios para evitar en los medios formas de violencia en contra de la mujer, así como prácticas sexistas.
11. Reconocer y no criminalizar a las radios comunitarias con normas que reconozcan sus cualidades específicas y que incentiven su actividad.
12. Promover la producción nacional independiente a través de un gravamen trimestral equivalente al 2% de las ganancias totales de las cadenas privadas de televisión abierta y restringida, así como la incorporación de un sistema de cuotas de pantalla de producción nacional y extranjera de televisión abierta y de paga.
13. Apoyo para el cine y documentales mediante la modificación de la Ley Federal de Cinematografía para crear un fondo de apoyo a la producción de cine nacional.

No obstante el aporte social de estas ideas, se continuaron los intentos por reformar la LFRT y la LFT por parte de las televisoras, los legisladores de ambas cámaras, los dirigentes de los partidos y por el propio Presidente de la República, sin que éstos prosperen principalmente por la ausencia de consensos entre la clase política y económica que ponderen el interés común, pero sobre todo por la falta de inclusión de las propuestas de la sociedad civil, ya no sólo en el tema, sino también en el cuerpo de la ley. Por tal motivo, se considera que en el momento que el interés general se sobreponga al interés particular podrá hablarse de una verdadera ley en materia de medios electrónicos.

Comentarios finales del capítulo

En cuanto a la Ley Federal de Telecomunicaciones se refiere, se observa que las reformas hechas el 9 febrero de 2009 no trastocan de forma concreta artículos vinculados a la actividad de la radio y la televisión, sino que están encaminados a reglamentar el servicio de telefonía fija y móvil. En el siguiente capítulo, se realizará un análisis del derecho a la información y la libre de expresión así como el papel de los medios de comunicación como generadores de la opinión pública, para vislumbrar la importancia de los medios con relación a sociedad civil.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

El objetivo de este capítulo es realizar una descripción detallada de los conceptos; comunicación, información, libertad de expresión, derecho a la información y la concentración de los medios, para visualizar la importancia que tienen los medios de comunicación en la democratización. Como segundo objetivo se analizará la Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones del 2013 para visualizar sus alcances en materia.

CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.

3.1. DERECHO A LA INFORMACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1.1. DERECHO A LA INFORMACIÓN COMO PILAR DE UNA DEMOCRACIA

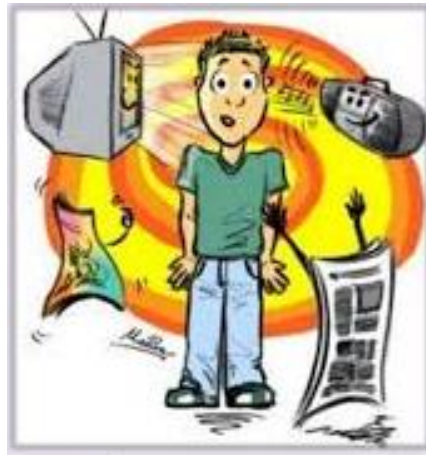
La comunicación es la base de las relaciones humanas. Incluye el proceso, así como los mecanismos, que hacen posible y estimulan los intercambios entre personas. Todo lo humano es susceptible de comunicarse; al hacerlo, se transmite y reproduce la cultura. De ese modo, la comunicación “produce bienes sociales, une a los individuos entre ellos y permite la vida colectiva” (Lazar, 1995: 13). Sin comunicación, no puede concebirse la vida en comunidad, en sociedad. Es el lenguaje lo que sienta las bases de la convivencia humana.

La amplitud de la noción es evidente. Para el derecho, ha resultado de interés intervenir en los procesos de comunicación que tienen incidencia en el ámbito de la vida pública. En un principio, con el reconocimiento, la protección y la regulación del ejercicio de las libertades de expresión y de opinión, y en los últimos tiempos, en torno al llamado *Derecho de la información*, que abarca un conjunto normativo extenso relativo, a la libertad de expresión, y además, a la libertad de información y al derecho a la información a través de cualquier medio.

Esa idea de información que da contenido sustantivo, y adjetiva a esa rama del derecho, no se concibe sólo como conjuntos de datos aislados. La información con interés para esta área jurídica, como contenido y producto del proceso comunicativo, tiene trascendencia en la medida en que su conocimiento o desconocimiento acarrea consecuencias en la esfera pública. La información tiene interés para el derecho relativo, prioritariamente, según un sentido teleológico dado por el modo en el cual la obtención y tenencia de información permite actuar, participar y tomar decisiones de importancia para la vida colectiva.

La información así entendida, abarca pensamientos, ideas, creencias, juicios de valor, comentarios y posturas sobre situaciones generales, o bien, en relación a hechos y acontecimientos determinados. Sea sobre materia política en sentido amplio, como todo aquello concerniente a la vida del hombre en colectividad, pudiendo referirse en concreto al ámbito de la lucha política: electoral, administración del gobierno, lucha ideológica, y más, respecto a todo lo que implica una situación humana: cultura, arte, educación, etcétera.

Ilustración 28. Derecho a la información a través de cualquier medio



Fuente: <http://es.slideshare.net/Magilobeca/la-informacin>

Información cuyo origen, puede enfocarse especialmente en lo difundido a través de los medios de comunicación electrónicos y la prensa, y también, en aquello proveniente de los órganos del Estado. Así, la noción de información debe ir más allá de la mera difusión noticiosa como labor del periodismo.

El objeto de la información, mucho más amplio, se hace “compatible con la idea de participación y es extensible a datos, hechos, opiniones, comentarios y mensajes necesarios para entender de un modo inteligente las situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales y para estar en condiciones de tomar las decisiones pertinentes” (Cendejas, 2010: 37).

De este modo, el derecho a la información, adquiere sentido como derecho a obtener y transmitir información, en la medida en que los datos permiten una actuación, posibilitan al individuo a formarse una opinión, un criterio, una postura y participar en la vida pública según dicha postura. Participación que es imprescindible para la consolidación del esquema democrático hacia el que tienden las sociedades.

En consecuencia, el individuo tiene también el derecho de acceder directamente a parte de la información, ante la imposibilidad de que los medios de comunicación social se la hagan saber, dentro de ella, la información de carácter gubernamental.

De ahí que la idea del derecho a la información, vaya más allá de la concepción tradicional de la libertad de expresión –reconocimiento de la prerrogativa a emitir información–; para abarcar, además, la tutela de los derechos de quien recibe la información, del sujeto pasivo en las relaciones comunicativas. Caracterizándose así, como un derecho que tutela no sólo a los productores o emisores de mensajes informativos; sino en particular, por la clara posición pasiva en que se encuentran, de desventaja frente a los emisores, a la ciudadanía, a los usuarios o receptores de los medios.

En esa línea, opina Sánchez Ferriz, este derecho “alberga la teoría tradicional sobre la libertad de expresión pero en un sentido más amplio, pues supone en primer lugar el derecho a informar, que no es sino la fórmula moderna de aquella libertad, y en segundo lugar, el derecho a ser informado, referido fundamentalmente al público, a la colectividad” (como se cita en: Junco, 2003: 9).

Existe, por tanto, un sentido social de este derecho que, más allá de la concepción individualista de la libertad de expresión, entiende al derecho a la información según su potencial como instrumento democrático, de desarrollo y participación política; y aun, fomenta el ejercicio del derecho como mecanismo emancipador.

Lo anterior, ha significado “superar la concepción exclusivamente mercantilista de los medios de comunicación (...) renovar la idea tradicional que entiende el derecho de información como equivalente a la libertad de expresión: es decir libertad para el que produce y emite, pero que, se reduciría, si ignora el derecho que tienen los hombres como receptores de la información” (como se cita en: Burgoa, 2002: 672).

La jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos, “la libertad de expresión tiene una dimensión individual y una dimensión social, a saber: ésta requiere, por un lado que nadie sea arbitrariamente menoscabado o impedido de manifestar su propio pensamiento y representa, por tanto, un derecho de cada individuo; pero implica también, por otro lado, un derecho colectivo a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno” (como se cita en: Azurmendi, 2007: 30).

Establecido este carácter social, colectivo del derecho a la información, como requisito para la participación democrática, y por ende, para el desarrollo de la nación en ese sentido; la posición del Estado frente al mismo se ha modificado. A diferencia de la protección reconocida por el liberalismo clásico a la libre expresión, como un simple no hacer de parte del Estado, un no intervenir para no restringir la libertad de expresión; el derecho a la información, tratándose de un derecho de naturaleza social, implica un conjunto de obligaciones positivas de las instituciones.

Estas obligaciones incluyen, desde el contribuir al libre flujo de la información, proporcionando los datos sobre la gestión administrativa que resulten requeridos por los gobernados, hasta el garantizar a todos, el derecho a transmitir las propias informaciones fomentando la pluralidad democrática en la utilización de los medios. Esto, porque el ejercicio del derecho a la información; su titularidad es universal, y por ende toda persona detenta el derecho a emitir y difundir informaciones y opiniones de cualquier índole.⁴¹

⁴¹ La universalidad del derecho es triple, referida no sólo al titular: “Una cualidad tradicionalmente atribuida como axiomática al derecho a la información es el reconocimiento de su universalidad,

Además, el Estado debe velar porque la información transmitida sea veraz, objetiva; debe preservar la “garantía de que la información sea transmitida con claridad y objetividad, por cuanto a que es un bien jurídico que coadyuva al desarrollo de las personas y a la formación de opinión pública de calidad para poder participar y luego influir en la vida pública” (Robles, 2004: 73).

De esta manera, de acuerdo con Beatriz Solís, el derecho a la información parece ser algo que va más allá de los derechos corporativos o de grupos sociales, no es de titularidad exclusiva de algunos de ellos, sino que abarca y debe aprovechar “a las clases y diversos grupos que forman la sociedad, permitiendo que todos ellos expresen sus puntos de vista, defiendan sus intereses, debatan sus diferencias, sin riesgo de represión en tanto no dañen los intereses generales de la sociedad o intereses legítimos de otros grupos” (como se cita en: Corral, Villanueva, 2000: 27).

Ilustración 29. Expresión de los diferentes grupos de la sociedad.



Fuente: <https://ayd-producciones.academia.iteso.mx>

Al ubicarse como una rama del derecho social, implica elementos de la legislación que se incluyen en el derecho privado, al tratarse de una prerrogativa particular su ejercicio; y del derecho público, al referirse a instituciones públicas encargadas de la

analizada fundamentalmente desde tres perspectivas: los mensajes atraviesan fronteras (universalidad geográfica); se difunden a través de todo los medios de comunicación (universalidad de medios); y es un derecho de todos los individuos (universalidad subjetiva)". (Escobar, 2000, p. 87).

difusión de información, así como de las relaciones informativas o comunicacionales entre gobernantes y gobernados. Debiendo tomarse en cuenta, además, como en todo derecho social, “la búsqueda de la igualdad como valor social que se debe proteger”. (como se cita en: Corral, Villanueva, 2000: 27).

Igualdad social sin la cual no pueden concebirse las democracias contemporáneas. “En este sentido, el derecho a ser informado es público, por cuanto exige la intervención del Estado, y es un derecho subjetivo, por cuanto supone un poder jurídico, susceptible de ser institucionalizado y regulado por el ordenamiento para la satisfacción de fines o intereses de carácter social” (Escobar, 2000: 37).

Es evidente que la democracia sólo puede construirse con la participación política equilibrada de las mayorías y las minorías. Y para que ésta se lleve a cabo, se requiere que los ciudadanos estén bien informados. Sólo contando con suficiente información, “se pueden obtener los elementos cognitivos necesarios para entender, contextualizar y evaluar los eventos políticos, así como las decisiones gubernamentales; conocer y juzgar los procesos y resultados de programas y políticas de un gobierno (...) promover el debate ciudadano y brindar a la sociedad elementos indispensables para la solución de sus problemas” (Stein, 2005: 9).

Así las cosas, la información es imprescindible para conocer las razones y la dirección de la política, con miras a participar de manera constructiva en ella. La construcción y consolidación de la democracia depende de que los miembros de la sociedad participen en ella, que intervengan en los debates sobre las cuestiones públicas, en la formación de los consensos que son indispensables. Y la información que se requiere para esto, debe ser completa, además de veraz y objetiva.

Como señala Fiss (1997: 183): “La democracia es un sistema de gobierno que atribuye la responsabilidad final al público para que decida cómo quiere vivir pero supone que el público está completamente informado cuando realiza ese juicio. La

democracia requiere que el público tenga toda la información relevante y que sea consciente de los puntos de vista opuestos o en conflicto sobre todas las cuestiones.”

La información, se insiste, no se limita a datos aislados, comprende ideas, pensamientos, teorías, explicaciones del mundo, cosmovisiones y cosmogonías. Noticias sobre hechos, sucesos, y análisis de los mismos. Difusión de otras opiniones y puntos de vista. Es decir, todo lo que resulta necesario para un diálogo plural, abierto, potenciado por un ejercicio maduro de la libertad de información, como fundamento del derecho a la participación política, a la vida democrática.

Según plantea Desantes Guanter, el mundo lucha por una democratización total a la que solamente se puede acceder a través de la participación. Dicha participación, es decisión, y la decisión exige información. De modo que “la información es requisito y es impulso para que el hombre individualmente considerado adopte decisiones políticas que, al ser políticas, adquieren un valor comunitario: es componente y acicate de la participación” (Desantes, 1974: 31)

Y de este modo, el derecho a la información queda entendido “no como un estatuto de los profesionales de la información o de las empresas informativas, ni como una regulación técnica de los medios de comunicación social; sino como un derecho del ciudadano correlativo al derecho a la participación” (1974: 31).

El derecho a la información es sin duda, un componente fundamental en la construcción y consolidación de las sociedades democráticas contemporáneas, al posibilitar la transmisión e intercambio de ideas y opiniones, así como la comunicación de noticias. En el mismo sentido, Ana Azurmendi (2007: 29) considera que: “el conocimiento de los hechos relevantes en política, economía, cultura así como de las opiniones que a partir de ellos se suscitan permite una participación más activa del individuo en su entorno social.” Junto con esto, a través del ejercicio de este derecho, el ciudadano puede saber si el gobernante sigue o no el programa

político prometido en campaña, si respeta la legalidad, se extralimita en el ejercicio del poder, si responde a intereses de grupo en perjuicio del interés general, y aún, si utiliza el cargo para fines espurios, para enriquecerse ilegítimamente.

Ilustración 30. Proceso para la participación ciudadana



Fuente: <http://yogobierno.org>

3.1.2. LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En un modelo básico de la comunicación, el medio es simplemente el canal por el cual el mensaje viaja de la fuente emisora al receptor. No obstante, en los tiempos actuales, el desarrollo tecnológico y los cambios sociales generados por éste, han dado a los medios un papel protagónico en los procesos de comunicación, al grado de llegar a cobrar más relevancia que la información misma que transmiten.

Las discusiones contemporáneas en materia de comunicación, se relacionan con las consecuencias de dichos avances tecnológicos. En la era actual, la superación de aislamientos, la inmediatez y el alcance global en la transmisión de los datos, caracterizan a las llamadas sociedades de la información, término que se ha incorporado a los discursos políticos y académicos para designar al proyecto de sociedades posibles del nuevo milenio, en las cuales el uso de las avanzadas tecnologías de la información, permiten la circulación de una gran cantidad de información relevante para el consumo cultural.

En estos contextos, el orden jurídico, como promotor y garante de un sistema social democrático, tiene como encargo garantizar y hacer posible, la utilización de esos medios tecnológicos como herramientas para el ejercicio generalizado del derecho a la información, tanto en su vertiente pasiva como en la activa, al tratarse de “uno de los pilares esenciales de una sociedad democrática y una condición fundamental para su progreso y desarrollo personal de cada individuo”. (Azurmendi, 2007: 45).

Así como la libertad de imprenta, adquirió sustantividad partiendo del término utilizado para designar al instrumento mecánico que permitía su ejercicio: la prensa, como tecnología que hizo posible la manifestación material de las libertades de pensamiento, de expresión y de opinión a gran escala; así en nuestros días, la libertad de información tiene significado propio, sólo en relación estrecha con los instrumentos tecnológicos que posibilitan su práctica.

Aunque no se habla específicamente de libertades de radio, de televisión o de internet, como análogas a la de prensa; en la esencia de la libertad de información, se comprende la necesidad de contar con el acceso a los medios electrónicos de comunicación masiva que hagan posible su ejercicio. De este modo, los medios, como los principales instrumentos tecnológicos a través de los cuales fluye la información en la sociedad, están en posibilidades de operar tanto a favor como en contra de la consolidación democrática, según actúen difundiendo información plural, o constriñéndose a visiones monistas de lo político y de la acción política.

Este papel prioritario de los medios para la vida democrática, es consecuencia de un proceso histórico. Como es sabido, en los inicios del Estado liberal, las libertades de expresión y de prensa surgieron como derechos de defensa frente a la acción estatal; es decir, el Estado no podía ejercer ningún tipo de injerencia en el ejercicio de dicho derecho, que en esta concepción originaria, se limitaba a garantizar la libertad del emisor, es decir, de quien en el proceso comunicativo, tenía el papel de transmitir la información. Además de que, como el resto del derecho liberal de origen,

concebido sobre la noción de la igualdad formal de los individuos ante la ley, tampoco se ocupó a considerar el acceso de todos los ciudadanos a los medios y recursos necesarios para el ejercicio de ese derecho, en concreto, la prensa, que se encontraba evidentemente en manos privadas.

Según reseña Magdaleno Alegría (2006: 225), el reconocimiento de la libertad de expresión “se realizó exclusivamente desde el punto de vista del sujeto emisor del mensaje (...) no se reconoció el derecho a recibir opiniones o informaciones. [Asimismo] el modelo liberal de comunicación pública no se preocupó de los presupuestos sociales necesarios para el ejercicio de las libertades públicas y, por ello, sólo las personas que podían sufragar los altos costes que generaba la prensa podían expresar efectivamente sus ideas u opiniones ante los demás.”

Es decir, aunque las libertades estaban reconocidas a todos los ciudadanos no podían ser ejercidas de manera efectiva por todos. Las opiniones de quienes no tenían recursos necesarios para acceder a los medios, no podían ser transmitidas para ser escuchadas por el resto de la población. Asunto que no era de interés para el Estado.

En los tiempos democráticos, la libertad de expresión consolidó su importancia, pero ya no sólo como prerrogativa individual, sino como medio para el manejo democrático de las cuestiones públicas. Según el propio Magdaleno (2006: 225-226), bajo el régimen democrático basado en el sufragio y el derecho de asociación política “se constató la importancia de las libertades de expresión y de prensa para el ejercicio del autogobierno de los ciudadanos (...) al hacer públicos los asuntos generales y las ideas políticas, permite el control del poder político y fomenta el asociacionismo de los ciudadanos.”

En ese proceso de revisión democrática de los medios, ha quedado patente su importante labor en la difusión de información sobre las cuestiones públicas,

operando como un control fáctico sobre los detentadores del poder. Pero el gran tema que sigue pendiente, es la democratización de los medios mismos, que se mantienen bajo el control de quienes tienen la propiedad sobre ellos.

Es evidente que la comprensión de los asuntos públicos, depende en buena medida de la información que se proporcione al individuo, y a la cual pueda tener acceso. En este orden, los medios moldean las percepciones del público, son instrumentos de concienciación, pues no únicamente le proporcionan la información, sino que a su vez transmiten marcos referenciales, teóricos, para comprender la realidad; y para actuar en ella según ese entendimiento.

De acuerdo con McCombs, comentado por Stein (2005: 22), “es posible entender que el ciudadano no está en posibilidad de conocer, saber o tener información sobre todos y cada uno de los elementos y características de los eventos políticos que ocurren en el mundo, y que sólo absorbe o toma conocimiento sobre aquellos que son reportados o enfatizados por los medios de comunicación”.

En la cultura audiovisual, el ágora ha sido sustituida por la pantalla, como esfera abstracta donde se recrea virtualmente lo público. Lo que no tiene visibilidad en ese espacio virtual, está condenado al ostracismo. Y si son los medios los que determinan lo que se hace visible, lo que se presenta o no al público; en cierta medida, cuentan con poder para definir lo que existe o no ante la opinión colectiva, pudiendo establecer visiones fragmentarias e incompletas de la realidad.

Los medios masivos ejercen así notoria influencia en la construcción e inducción de la opinión pública. No son únicamente las vías a través de las cuales se comunican las opiniones que se refieren a las cuestiones públicas, sino que crean y definen esas opiniones, y aun lo que es de interés público. Esto, porque no sólo comunican los hechos, sino también las visiones, el marco completo para entenderles y los modos de reaccionar y de pensar ante el mundo. Lo cual se potencia, por la

capacidad tecnológica que les permite llegar a cientos de miles sino es que a millones de personas.

Los medios tienen que incidir en lo público. De ese ámbito emanan y hacia él vuelven, es su razón de ser. Hoy en día, el riesgo para la democracia se encuentra en la manera en que son los propios medios quienes definen qué es y qué tan importante llega a ser lo considerado público. No forman solamente parte del espacio público o transmiten lo que en él sucede; lo crean.

Ilustración 31. Nota creadas por los medios de comunicación



Fuente: www.grupoalpha.org

Para que algo se entienda como noticia, debe ser de interés general. Según Osorio, “toda información noticiosa, para serlo, debe de gozar de importancia para el grupo social al que está destinada, es decir, debe ser pública o potencialmente pública.” (como se cita en: Stein, 2005: 20).

El conflicto surge, no tanto de la imposibilidad fáctica de transmitir toda la realidad noticiosa a la ciudadanía, pues es evidente que no pueden informar de todo lo que sucede. Sino en concreto, de la manera en que seleccionan la información que se transmite, definiendo lo que es noticia, y con ello, determinando la visión que el espectador-ciudadano se hace de la realidad política.

De este modo, los medios son actores políticos de gran relevancia. Tienen su propia agenda, acorde a los intereses de quienes les controlan, y esa agenda, en ocasiones, no sólo difiere de los intereses de la sociedad o del gobierno, sino que define y determina a ambas. Convirtiéndose en factores de poder que utilizan su posición privilegiada para operar según sus propios intereses.

Los medios son no sólo difusores, sino creadores y reformadores de la cultura. Inciden en la formación de las identidades tanto individuales como colectivas, y en todo aquello que más allá de los simples hábitos de consumo, tiene que ver con las maneras de socializar, con las estructuras sociales, las maneras de estar juntos. La comunicación se percibe así, como “el escenario cotidiano del reconocimiento social, de la constitución y expresión de los imaginarios a partir de los cuales la gente representa lo que teme o lo que tiene derecho a esperar.” (Martín-Barbero, De Moraes, 2005: 44).

Así, los medios desempeñan un papel educativo de gran relevancia. Hay una brecha cada vez mayor entre lo que enseña o pretende enseñar la escuela y demás instituciones difusoras tradicionalmente de cultura, y lo que las personas realmente aprenden. No sólo por el alcance restringido de las instituciones, sino también por los contenidos, muchas veces carentes de trascendencia práctica. La industria de la comunicación, llena esos vacíos que las personas sin acceso a la educación o a la cultura tienen, o bien, los va sustituyendo, de modo que “no solamente descentralizan las formas de transmisión y circulación del saber, sino que constituyen un ámbito decisivo de socialización, de dispositivos de identificación/proyección de pautas de comportamiento, estilos de vida y modelos de gusto.” (Martín-Barbero, De Moraes, 2005: 47).

Si bien, el mero suministro de información no educa, esta es indispensable. Según Desantes (1974: 192-193), el derecho a la información debe partir por tanto del derecho a la instrucción y a la enseñanza. “Los pedagogos afirman que la enseñanza

es primordialmente información; tan sólo una vez encajadas las distintas piezas de la información dan conjuntos armónicos y fraguan en educación. Los informadores ven en la noticia no solamente un reflejo del presente, sino sobre todo una preparación del futuro (...) La noticia tiene así una misión educativa indudable, puesto que la educación no es otra cosa que mirar al porvenir y preparar al hombre para afrontar las transformaciones del mundo, asimilándolas antes de que lleguen.”

El consenso es unánime en torno a este papel trascendental de la información en la enseñanza. Para la vigencia del Derecho mismo, “los filósofos del derecho destacan que la información instruye y transmite conocimientos, contribuyendo a forjar el hombre integral; culturaliza mejor al ser humano y facilita así la realización del derecho sin necesidad de hacer uso del elemento coactivo de las normas jurídicas.” (Desantes, 1974: 193).

Así, derecho a la información y derecho a la educación se presentan como paralelos, “aun cuando con estructura distinta, tendrán un mismo punto de referencia y se dirigirán hacia él en sentido convergente y emulativo: una mayor información amplía la capacidad de asimilación informativa y, sobre todo, la capacidad investigadora del sujeto que sigue siendo receptor, pero cada vez es menos pasivo.”(Desantes, 1974: 194).

3.1.3. SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En esta “batalla de ideas”, emprendida por el imperio antes que por la izquierda, el papel de los medios de comunicación es de excepcional importancia, sobre todo en las sociedades de masas. Es por eso que en una audiencia ante la Comisión de Relaciones Exteriores del Senado de Estados Unidos un miembro informante del Pentágono decía que “en el mundo de hoy la guerra antisubversiva se libra en los medios, no en las junglas y selvas o en los suburbios decadentes del Tercer mundo. Ese es el principal teatro de operaciones.”

Las nuevas tecnologías de información y comunicación potenciaron hasta límites inimaginables esta operación de manipulación de conciencias y lavado de cerebros. La prensa gráfica, el primer medio de comunicación de masas, veía recortada su influencia por el analfabetismo y los problemas logísticos de circulación los que, sumados a las restricciones económicas que podían afectar a sus lectores, hacían que llegara apenas a un sector muy pequeño de la población.

La “opinión pública” era, en realidad, la de un sector privilegiado por su posición en la estructura social. Con la aparición de la radio se produjo un salto de enorme importancia, potenciando una vía de comunicación que superaba los obstáculos de los medios gráficos, lo que le permitía llegar a los más apartados rincones del país y, sobre todo, de ser eficaz vehículo de transmisión al alcance de quienes no sabían leer. La introducción del transistor y la subsecuente irrupción de la radio portátil multiplicaron significativamente la eficacia comunicacional de este medio.

Con el advenimiento de la televisión el sistema de medios alcanzó una penetración y, sobre todo, una eficacia proselitista sin precedentes. La combinación de la imagen y el sonido, además de la instantaneidad de los productos televisivos y sus continuos progresos tecnológicos (paso del blanco y negro al color, cable, HD, etcétera), hicieron de este medio el dispositivo por excelencia de la formación de la opinión pública. Un hallazgo decisivo de los estudios de comunicación en Estados Unidos fue quien dio un decisivo impulso a este proceso y se produjo a raíz del primer debate presidencial televisado, en 1960, entre John F. Kennedy y Richard Nixon. Este era el candidato oficialista, que hasta ese momento lideraba las preferencias. Sin embargo, en la elección fue derrotado, por un estrecho margen (aproximadamente un 1%).

La razón: que quienes escucharon el debate por radio decían que el ganador había sido Nixon, pero quienes vieron el debate por TV se inclinaban mayoritariamente por JFK. La radio transmitía un mensaje, la voz; la TV, la voz y la imagen, y esta resultó ser decisiva, porque a Nixon se lo vio mal en las pantallas televisivas, luciendo

desprolijo con una barba incipiente y sudoroso, que contrastaba desfavorablemente con la apostura y juventud de su contrincante.

Ilustración 32. La televisión, dispositivo para la formación de la opinión pública



Fuente: www.generacion.com

Reflexionando sobre la “sociedad teledirigida”, el politólogo italiano Giovanni Sartori (1998: 3), escribió en *Homo Videns* que: “Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar”. Como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras. Y esto es un cambio radical de dirección, porque mientras que la capacidad simbólica distancia al homo sapiens del animal, el hecho de ver lo acerca a sus capacidades ancestrales, al género al que pertenece la especie del homo sapiens. En otras palabras, la televisión nos hace retroceder en la escala animal, según este autor, produciendo un progresivo menoscabo de nuestras facultades de simbolización a favor de las más elementales de visualización.

Puede parecer exagerado pero conviene tener en cuenta esta observación y relacionarla con la decadencia de la vida política en la sociedad de masas. Podría argüirse, siguiendo a Sartori, que la declinación en la calidad de los liderazgos

políticos en el mundo desarrollado –pensemos en la trayectoria descendente que va de un Woodrow Wilson o Franklin D. Roosevelt a un Ronald Reagan, Lyndon Johnson o George W. Bush, o el abismo que separa a Konrad Adenauer de Angela Merkel, o Charles de Gaulle de François Hollande, o de Alcides de Gasperi a Silvio Berlusconi- expresa la nefasta influencia producida por la televisión, el medio por excelencia de la época actual. Es algo muy preocupante, y digno de ser pensado y examinado cuidadosamente.

3.1.4. CONCENTRACIÓN MEDIÁTICA

Ahora bien, el poderío manipulatorio de la TV creció paso a paso con un fenomenal proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación. Es decir, con una deriva de signo claramente antidemocrático, y esto por dos razones:

- a) porque los medios se fueron agrupando en un pequeño núcleo de propietarios – que luego se transnacionalizó- dotado de una capacidad de chantaje y extorsión que puede colocar a gran parte de los gobiernos de rodillas ante su prepotencia;
- b) porque tanto los contenidos que difunden los medios como su organización y las características de su inserción en el aire están fuera de cualquier tipo de control democrático.

Los monopolios mediáticos se escudan detrás de la defensa de la propiedad privada, la libertad de prensa y de pensamiento para desbaratar cualquier intento de regulación democrática. Aducen, también, que al ser entidades de derecho privado esos medios se deben encontrar a salvo de cualquier clase de fiscalización estatal que pudiera erigir trabas a su derecho a disponer de sus medios de la forma que estimen más conveniente. Pero se cuidan de señalar que son privados en cuanto al régimen que preserva sus relaciones de propiedad, pero por sus efectos y sus consecuencias son entes eminentemente públicos, y por lo tanto deben ser sometidos a control democrático. En el caso latinoamericano esta concentración encuentra en los casos de Televisa de México, O Globo de Brasil, Clarín de

Argentina y el grupo de Cisneros en Venezuela los ejemplos más emblemáticos de concentración de medios de comunicación en los países latinoamericanos.

Ilustración 33. Concentración mediática de televisa



Fuente. Elaboración propia con imágenes de Internet.

En relación a esta tendencia el cineasta y documentalista australiano John Pilger (2007) concluye que este proceso de acelerada concentración remata en la instauración de un “gobierno invisible” e incontrolable, que no rinde cuentas ante nadie y que actúa sin ninguna clase de restricciones efectivas a su enorme poderío. La concentración mediática se encuentra íntimamente relacionada con la aparición del llamado “periodismo profesional, objetivo, independiente”, términos muy utilizados en el debate político latinoamericano a la hora de justificar la ofensiva destituyente que los grandes medios lanzan sobre los gobiernos progresistas de la región.

Y la dependencia de este periodismo con el “pensamiento dominante” y los límites del “periodismo objetivo” queda en evidencia cuando el autor recuerda que: “... numerosos periodistas famosos del New York Times, como por ejemplo el celebrado W.H. Lawrence ... ayudó a ocultar los verdaderos efectos de la bomba atómica lanzada sobre Hiroshima en agosto de 1945. ‘No hay radioactividad en la ruina de Hiroshima,’ fue el título de su informe, y era falso.”

Se propalaba una espantosa mentira porque la creciente penetración de los intereses empresariales y de los gobiernos en las salas de redacción de la “prensa libre” (en este caso, el New York Times) hacía que ciertas noticias debían ser presentadas de un modo particularmente sesgado o, simplemente, no ser dadas a conocer al público. Ya no hay más fotos de soldados de Estados Unidos regresando en ataúdes a su patria, como sí las había durante la Guerra de Vietnam. Tampoco imágenes que muestren la sangre y el lodo de las guerras que libra Estados Unidos en sus incesantes aventuras están cuidadosamente eliminadas de las noticias.

En este orden de ideas: no puede haber estado democrático, o una democracia genuina, si el espacio público, del cual los medios son su “sistema nervioso”, no está democratizado. Son los medios quienes “formatean” la opinión política, imponen su agenda de prioridades y, en algunos casos –no siempre- hasta fabrican a los líderes políticos (caso de Silvio Berlusconi en Italia, Enrique Peña Nieto en México) que habrán gobernar.

Ilustración 34. Duopolio televisivo y las candidaturas inducidas



Fuente: www.ndmx.co

La amenaza a la democracia es enorme porque un sistema de medios altamente concentrado y hegemónico consolida en la esfera pública un poder oligárquico (Televisa y TV Azteca en México el famoso duopolio televisivo) que, articulado con

los grandes intereses empresariales y con el imperialismo, puede manipular sin mayores contrapesos la conciencia de los televidentes y del público en general, instalar agendas políticas y candidaturas e inducir comportamientos políticos de signo conservador o reaccionario, todo lo cual desnaturaliza profundamente el proceso democrático.

No puede ser casual que López Obrador, Maduro, Evo y Correa enfrenten virulentas campañas de desestabilización organizadas o, cuando menos, animadas por la prensa. Y lo mismo ocurre en países como la Argentina, Brasil y Uruguay, en donde la voz cantante para erosionar la imagen de la presidenta argentina, o a favor del impeachment⁴² a Dilma Rousseff en Brasil, la llevan los grandes medios.

Por el contrario, estos han respaldado, sin el menor recato en algunos casos, a gobiernos como los de Fox, Calderón y Peña Nieto en México; a Uribe y Santos en Colombia, Alan García y Alejandro Toledo en el Perú, para no citar sino los casos más evidentes.

3.2. DEMOCRATIZACIÓN

La democratización es un proceso de desarrollo de las instituciones sociales liberales que conducen al fortalecimiento de la sociedad civil, resguardo de los derechos humanos básicos y la disminución de las desigualdades socioeconómicas. Los procesos de "democratización" corresponde a la época histórica, a partir de los años 80, en donde a lo largo del mundo y en especial en América Latina, se empiezan a llevar a cabo transiciones de regímenes autoritarios a regímenes democráticos.

La democratización supone que el sistema político incorpore a la política a todos los grupos que se encuentren excluidos, es decir deberá enfrentar los déficit de

⁴² El *impeachment* es una figura del Derecho anglosajón, el cual se puede procesar a un alto cargo público. El parlamento o congreso debe aprobar el procesamiento y posteriormente encargarse del juicio del acusado.

participación, logrando en forma paulatina la ampliación de la participación. Desde esa perspectiva la democratización adquiere el significado no solamente de ampliación del segmento de la sociedad que toma parte en las elecciones, sino que las instituciones básicas involucradas: partidos políticos, congresos, Poder Ejecutivo y Judicial, funcionen de acuerdo al Estado de Derecho.

3.2.1. DEMOCRATIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Vayamos a un caso concreto: Ecuador. En ese país sudamericano, el presidente Rafael Correa, antes de su llegada al poder, la televisión pertenecía casi en su mayoría a banqueros, los cuales le han hecho mucho daño a ese país, en los 90s por ejemplo, provocaron una fuerte crisis financiera, pero como eran los dueños de los medios, nunca eran criticados en televisión.

Rafael Correa, ya en el poder, mandó una iniciativa al Congreso ecuatoriano para reformar la ley de comunicación. El objetivo de esta reforma es repartir el espectro radioeléctrico en tres partes: La primera sería repartida a los particulares, es decir televisión privada; la segunda sería para propiedad pública, es decir que el gobierno federal y los gobiernos locales puedan tener acceso a la televisión; y la última parte sería para televisión comunitaria. Eso es democratizar los medios, quitarle el enorme poder mediático que siempre han tenido a las grandes cadenas de televisión para ofrecerles espacios a los demás actores de la sociedad y permitir el acceso a la información y el derecho a la libertad de expresión.

“Sin democratización de la comunicación, no hay democracia” fue una proclama, un grito, que se extendió por Latinoamérica a inicios de los '80, particularmente en aquellos países del Sur que transitaban de las tinieblas dictatoriales a fórmulas constitucionales. La premisa era simple, pero contundente, por ser universalmente aceptada: la vitalidad de la democracia depende de la participación ciudadana, para lo cual resulta fundamental que los diversos sectores ciudadanos estén debidamente informados y puedan expresar sus particulares puntos de vista al conjunto de la

sociedad, condición que solamente puede garantizarse con la democratización de la comunicación.

El concepto democratización de los medios contiene una serie de tensiones internas que limitan su operatividad. Partimos de que los medios no pueden como tales ser democráticos, la tecnología que les dio origen y que a la fecha utilizan no permite una interacción efectiva; sin embargo, la estructura legislativa que los regula, el régimen de propiedad y concesión en que se basan, así como las prácticas que éstos tienen, pueden y deben ser modificadas para empatar con el espíritu plural, diverso, respetuoso y multicéntrico de una democracia del siglo XXI. Es por ello que por democratización de los medios comprendemos el proceso en que convergen los siguientes momentos:

1. de desconcentración de la producción, almacenamiento y circulación de los contenidos radiofónicos, televisivos y escritos que implica la intervención de la ciudadanía como generadora de contenidos y como parte sustantiva de la vigilancia y calificación,
2. así como la apertura a la competencia con la finalidad de ampliar la oferta en contenidos en aras de terminar con los oligopolios,
3. propiciando la capacidad de diversos sectores de difundir de manera clara y transparente sus puntos de vista y problemáticas sociales vividas,
4. ello buscando crear las condiciones para un proceso de información más claro y menos distorsionado en la sociedad. Por lo que su consecuencia será: la evaluación crítica de sus propios problemas, y el establecimiento de prioridades para su resolución.

La convergencia de los cuatro momentos contribuye a la profundización de la democracia, de modo que ésta no permanece en el ámbito meramente procesal de las elecciones, sino que adquiere una plataforma mediática, simbólica y cultural. De este modo se fortalecen los valores democráticos de pluralidad, apertura a la

discusión y rechazo a las perspectivas exclusivistas. La democratización de los medios busca la libre competencia, la apertura de nuevos canales públicos y abiertos donde todos puedan adentrarse en la difusión de información veraz y auténtica, sin censura y con objetividad. El objetivo es erradicar la verdadera esencia del poder mediático, que se basa en fabricar hechos, personajes y/o manipular información.

3.2.2. TELESUR⁴³ Y LA DEMOCRATIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

De ahí la enorme importancia de esta señal de noticias, creada por inspiración del Comandante Hugo Chávez Frías, que percibió como pocos la gravísima amenaza que para el futuro de ALC representaban los medios controlados por una coalición irreconciliablemente enemiga de cualquier proyecto democratizador o de reforma social. Era preciso iniciar una lucha frontal en contra de esos bastiones del autoritarismo y la reacción, y esa batalla no podía darse tan sólo a nivel nacional. La ofensiva era continental, y tenía su estado mayor en Washington. Para neutralizarla, o atenuar sus efectos, necesariamente debía ser librada a escala latinoamericana.

Lo anterior es suficiente para comprender la trascendental labor hecha por TeleSUR desde el momento en que fuera creada, hace diez años. No sólo se está informado, cuando antes se estaba desinformado; sino que se está bien informado, con periodistas que comparten su cultura y sus sueños, que nos muestran lo que las oligarquías locales y el imperialismo no quieren que se vea o que se supiera.

No querían que se supiera que en Honduras había un golpe de estado en marcha; o que en Bengasi no había “combatientes por la libertad” masacrados por Gadafi; o que quienes despacharon casi 10.000 misiones de bombardeo a Libia, con innumerables víctimas civiles fueron los aviones de la OTAN, para no citar sino unos pocos ejemplos. Aún si su contribución a lo largo de estos años hubiera sido la de

⁴³ TeleSUR es una cadena de televisión con sede central en Caracas (Venezuela) que transmite en señal libre y sin costo, es operado por *La Nueva Televisión del Sur C.A.*, una compañía pública que es financiada por los gobiernos de Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Venezuela.

aportar información verídica sobre temas cruciales TeleSUR justificaría con creces su existencia. Pero hizo algo más: fue un factor muy importante en la consolidación de una conciencia crítica.

Ilustración 35. TeleSUR.



Fuente: www.telesurtv.net/

El gran proyecto bolivariano, relanzado por Chávez, encontró en TeleSUR un instrumento singularmente valioso para acelerar su concreción y un arma muy potente, en esa artillería de pensamiento a la que aludía el líder bolivariano, para librar con éxito la batalla de ideas que nuestro tiempo y el futuro reclaman. A razón de Pilger (2007): “si a la mayoría de la gente se le niega la verdad y las ideas de la verdad, es hora de tomar por asalto la Bastilla de las palabras.” Ese es, sin duda, uno de los mayores desafíos con que tropieza la democracia en el mundo actual.

Por eso la creación de TeleSUR significó un valioso aporte en el proceso de avance y consolidación democrática en los países de ALC. Y es también por eso que TeleSUR es perseguido y/o silenciado en los países gobernados por la derecha, que no quieren que los contenidos de esa señal informativa hagan mella en el blindaje ideológico con el que protegen a sus poblaciones. No se puede ver a TeleSUR en Colombia, en Chile, en Brasil, en México, en tantos otros países, excepto a través de la Internet. Y esto no es casual ni debido a problemas técnicos sino pura y exclusivamente por una opción política interesada en impedir –o en todo caso

dificultar- el debate de ideas y alimentar todas las variantes del pensamiento conservador, manteniendo a esos países en la ignorancia de lo que ocurre en los vecinos, promoviendo el chauvinismo⁴⁴ y la xenofobia⁴⁵ que nos divide, fomentando el consumismo y la despolitización, la imitación del “modo americano de vida”, satanizando a los líderes y procesos políticos emancipatorios y exaltando al capitalismo como el único sistema posible y racional para organizar la vida económica de las naciones. De ahí la centralidad de luchar en el plano de las ideas apelando a los instrumentos propios de nuestra época, desde la televisión hasta las redes sociales.

Ilustración 36. José Martí y Fidel Castro libertadores de Cuba



Fuente: <https://plus.google.com>

Esta necesidad había sido precozmente detectada entre nosotros por Simón Bolívar cuando concebía a la “opinión pública como la primera de todas las fuerzas políticas”, razón por la cual le solicitó a Fernando Peñalver, uno de sus colaboradores, que le mande “de un modo u otro una imprenta que es tan útil como los pertrechos.” José Martí (1981) compartía esta visión al decir que “trincheras de ideas valen más que trincheras de piedras”. Fidel Castro, convocó hace más de

⁴⁴ El chovinismo o chauvinismo (adaptación del apellido del patriota francés Nicolás Chauvin, un personaje histórico condecorado en las guerras napoleónicas), también conocido coloquialmente como patrioterismo, es la creencia narcisista, próxima a la paranoia y la mitomanía, de que lo propio del país o región al que uno pertenece es lo mejor en cualquier aspecto.

⁴⁵ La xenofobia *xeno* «extranjero», *fobia* «temor» es el miedo, hostilidad, rechazo u odio al extranjero.

veinte años a librar la “batalla de ideas”⁴⁶, al comprobar que el fracaso económico y político del neoliberalismo no se traducían en la conformación de un nuevo sentido común posneoliberal.

Desgraciadamente, la izquierda demoró mucho en tomar nota de todo esto. Pero el imperio, por el contrario, siempre tuvo un oído muy perceptivo a la necesidad de controlar la conciencia de sus súbditos y vasallos, tanto dentro como fuera de Estados Unidos. No de otra manera se puede comprender la importancia asignada a los estudios de opinión pública y comportamiento de los consumidores por la sociología norteamericana desde los años treinta en adelante. Estudios orientados a fines prácticos muy concretos: modelar la conciencia, los deseos y los valores de la población, en una escalada interminable que comenzó con investigaciones motivacionales para dilucidar los mecanismos psicosociales puestos en marcha en las estrategias de los consumidores en la sociedad de masas hasta llegar hoy a los “focus groups” para saber qué quiere escuchar el electorado y quién quiere que se lo diga y cómo, de ese modo, garantizar que los personajes “correctos” y aceptables triunfen en las elecciones, fabricando candidatos con el perfil exacto de lo que quiere la amorfa mayoría.

Noam Chomsky y sus asociados examinaron este asunto en gran detalle, pero no pensar que este esfuerzo es cosa del pasado. Como lo revelara hace un tiempo Gilberto López y Rivas (2014) en México, hay un multimillonario proyecto de investigación, llamado Iniciativa de Investigación Minerva, por el cual el Pentágono encomendó a partir del 2008 el estudio de la dinámica de los movimientos sociales en el mundo con el objeto de neutralizar el contenido potencialmente revolucionario de organizaciones populares calificadas sin más como “terroristas”.

⁴⁶ Según el gobierno revolucionario y sus partidarios, no es más que una ofensiva política para profundizar la participación de los trabajadores y jóvenes en la Revolución socialista cubana. Un aspecto central de esta campaña es el esfuerzo por ampliar las oportunidades educacionales para el pueblo cubano y aumentar el acceso a la cultura.

Estos estudios fueron muy importantes para elaborar ciertos aspectos de la doctrina estadounidense en materia de política exterior. Desde finales de la Segunda Guerra Mundial Washington identificó a dos actores clave para garantizar la estabilidad del nuevo orden imperial en la periferia: los pensadores -académicos, intelectuales y, más generalmente, los comunicadores sociales- y, por otro lado, los militares, imprescindible reserva última en caso de que la labor de los primeros no produjese los frutos deseados.

3.3. REFORMA DE TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO 2013

La Reforma en Telecomunicaciones de 2013 en México es una reforma constitucional presentada por el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto, dentro del marco de los acuerdos y compromisos establecidos en el Pacto por México. El 22 de mayo de 2013, la Comisión Permanente del Congreso de la Unión la declaró constitucional. Fue promulgada por el Presidente Enrique Peña Nieto el 10 de junio de 2013 y publicada al día siguiente en el Diario Oficial de la Federación. Posteriormente, el 11 de junio de 2013, el Presidente de la República presentó ante la Cámara de Senadores, la iniciativa de leyes secundarias a dicha reforma.

3.3.1. ANTECEDENTES

El 1 de diciembre de 2012, al dirigir su primer mensaje a la Nación como Presidente de la República, Enrique Peña Nieto anunció las primeras doce decisiones presidenciales, dentro de las cuales se encontraba el envío de un conjunto de reformas para generar mayor competencia económica, principalmente en telecomunicaciones; además se pronunció por la licitación de dos cadenas nuevas de televisión abierta y una iniciativa para reconocer el derecho de acceso a la banda ancha.

El 2 de diciembre de 2012, el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto; Gustavo Madero Muñoz, Presidente del Partido Acción Nacional; Cristina Díaz

Salazar, Presidente Interina del Partido Revolucionario Institucional; y Jesús Zambrano Grijalva, Presidente del Partido de la Revolución Democrática, firmaron el Pacto por México⁴⁷.

Ilustración 37. Firma del Pacto por México



Fuente: www.edomexaldia.com.mx

El 11 de junio de 2013, salieron publicadas en el Diario Oficial de la Federación, las reformas constitucionales en materia de telecomunicaciones, realizadas a los artículos 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105, agregándose dieciocho artículos transitorios.

El 10 de septiembre de 2013, se integró el Instituto Federal de Telecomunicaciones, el cual su Estatuto Orgánico salió publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de septiembre de 2013, creándose de esa forma, el órgano regulador de las telecomunicaciones y la radiodifusión, así como en materia de competencia económica en dichos sectores.

En noviembre de 2013, se presentó la Estrategia Digital Nacional, en el que se establecen la guía para las acciones y políticas necesarias para acercar las

⁴⁷ Firmado en el Castillo de Chapultepec en la Ciudad de México, tiene como acuerdo principal el profundizar el proceso democrático con base en tres ejes rectores: el fortalecimiento del Estado Mexicano, la democratización de la economía y la política, así como la ampliación y aplicación eficaz de los derechos sociales, la participación de los ciudadanos como actores fundamentales en el diseño, la ejecución y la evaluación de políticas públicas.

tecnologías de la Información y la Comunicación, a la población; teniendo como objetivo, incorporar esas tecnologías a la vida cotidiana de las personas, de las empresas y del propio gobierno.

El 6 de marzo de 2014, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determinó los Agentes Económicos Preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones, imponiendo una serie de medidas para evitar que se afectara la competencia y la libre concurrencia.

En el rubro de telecomunicaciones, a través del Acuerdo P/IFT/EXT/060314/76 emitió la resolución mediante el cual determinó al grupo de interés económico del que forman parte Telmex, Telnor, Telcel, América Móvil, Grupo Carso y Grupo Inbursa, como Agentes Económicos Preponderantes. De igual forma, en el sector de radiodifusión, determinó como grupo de interés económico, al Grupo Televisa S.A.B. y diversas empresas relacionadas, como Agentes Económicos Preponderantes.

Sin embargo a consideración de algunos políticos, entre ellos el Senador Javier Corral considera que las medidas impuestas, son las correctas para el sector de telecomunicaciones, pero no para el sector de radiodifusión, los cuales, las medidas impuestas a estas, son "irrelevantes", incurriendo en contradicciones a lo establecido en la reforma constitucional.

3.3.2. CONTENIDO DE LA REFORMA

Se reformaron diversos preceptos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El artículo 6 para regular el derecho a la información y la protección de datos personales; el artículo 7 para establecer la inviolabilidad de la difusión de opiniones, información e ideas a través de cualquier medio; los artículos 27 y 28 para conferir al Instituto Federal de Telecomunicaciones la facultad de otorgar y revocar concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones y que sus decisiones solo puedan ser impugnadas mediante juicio de amparo indirecto; el artículo 73 para

dotar al Congreso de facultades expresas para dictar leyes en materia de tecnologías de la información y la comunicación, radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha e Internet; el artículo 78 para suprimir la facultad de la Comisión Permanente de ratificar los nombramientos de los integrantes de los órganos reguladores en materia de telecomunicaciones y competencia económica; y el artículo 94 para que el Consejo de la Judicatura Federal determine el número, división de circuitos, competencia territorial y especialización en materia a los juzgados y tribunales especializados en radiodifusión, telecomunicaciones y competencia económica.

Se adicionó al artículo 6 para garantizar la inclusión de la población a la sociedad de la información y del conocimiento y su acceso a las tecnologías de la información y los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha e Internet, siendo éstos prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, acceso libre y continuidad, para determinar que los ataques a la vida privada son una limitación a la libertad de difusión (anteriormente ubicada en el artículo 7), para establecer un organismo público que proveerá el servicio de radiodifusión sin fines de lucro; y el artículo 28 para crear la Comisión Federal de Competencia Económica y el Instituto Federal de Telecomunicaciones y para permitir a este último las acciones necesarias para evitar prácticas desleales o monopólicas y establecer medidas correctivas.

En los artículos transitorios se establece que el Congreso de la Unión realizará las adecuaciones correspondientes al marco jurídico y el ordenamiento legal sobre el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y las redes de telecomunicaciones; que se permite la inversión extranjera directa hasta el cien por ciento en telecomunicaciones y comunicaciones vía satélite y hasta el cuarenta y nueve por ciento en radiodifusión; que el Presidente de la República tiene a cargo la política de inclusión digital; y otras disposiciones más.

Agenda digital. El artículo décimo cuarto transitorio establece que el Ejecutivo Federal tiene a su cargo la política de inclusión digital, teniendo a su cargo los temas de infraestructura y conectividad, tecnologías de la información y la comunicación, habilidades digitales, programas de gobierno digital, gobierno y datos abiertos; el fomento a la inversión en telesalud, telemedicina y en expediente clínico electrónico; y el desarrollo de aplicaciones, sistemas y contenidos digitales. Así, el estado debe garantizar la integración de la población a la sociedad de la información y del conocimiento.

Fue así como en noviembre de 2013, se presentó la Estrategia Digital Nacional, en el que se establecen la guía para las acciones y políticas necesarias para acercar las tecnologías de la Información y la Comunicación, a la población; teniendo como objetivo, incorporar esas tecnologías a la vida cotidiana de las personas, de las empresas y del propio gobierno.

El programa establece tres tipos de impactos multidimensionales en la digitalización: Económico, Social y Político. Establece como misión, facilitar el acceso y promover la utilización de las tecnologías de la información y comunicación en la vida cotidiana de la sociedad y del gobierno para que éstas contribuyan al desarrollo económico y social del país, y a mejorar la calidad de vida de las personas; la visión es la de un México digital con una sociedad conectada, participativa e innovadora que potencializa su capacidades para tener mejores oportunidades; y un gobierno abierto, cercano, moderno y transparente, que garantice que la tecnología es motor del desarrollo del país.

Los objetivos de la Estrategia Digital Nacional son cinco: 1. Transformación Gubernamental. 2. Economía Digital. 3. Educación de calidad. 4. Salud Universal y Efectiva y 5. Seguridad Ciudadana. Los habilitadores son también cinco: 1. Conectividad. 2. Inclusión y Habilidades Digitales. 3. Interoperabilidad. 4. Marco Jurídico y 5. Datos Abiertos.

Derechos. Se refuerza el libre acceso a la información mediante la adición de párrafos que especifican el derecho a recibir y difundir información e ideas por cualquier medio de expresión; y se da rango constitucional al derecho de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, a la banda ancha y a la Internet.

Ilustración 38. Libertad de Expresión



Fuente: www.epnvision.com

Adicionalmente, la reforma modifica la libertad de escribir y publicar escritos por la libertad de difundir opiniones, información e ideas a través de cualquier medio. También fortalece el contenido que prohíbe cualquier restricción de estos derechos, salvo los estipulados en la misma Constitución.

Red troncal de telecomunicaciones. El artículo décimo sexto transitorio establece que el Ejecutivo Federal deberá instalar una red compartida de servicios de telecomunicaciones al mayoreo que impulse el acceso de la población a la banda ancha y a otros servicios de telecomunicaciones. La instalación de esta red iniciará antes de que concluya el 2014 y deberá estar operando antes de que finalice el 2018. Se aprovecharán, al menos, 90 megahertz del espectro liberado por la transición a la televisión digital terrestre en la banda de 700 megahertz y la red troncal de fibra óptica de la Comisión Federal de Electricidad.

Fomento a la competencia. En los artículos transitorios de la reforma se le encomienda al Instituto Federal de Telecomunicaciones la licitación de dos nuevas cadenas de televisión abierta con cobertura nacional.

Ilustración 39. Cadena Tres y Radio Centro ganan nuevas cadenas de TV



Fuente: http://www.milenio.com/negocios/licitacion_nueva_cadena_TV

De igual modo, los concesionarios de televisión restringida deberán incluir en su programación, sin costo alguno para los usuarios, la señal radiodifundida en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones; a su vez los concesionarios de televisión radiodifundida deberán permitir a los concesionarios de televisión restringida la retransmisión de su señal de manera gratuita, no discriminatoria, y en la misma forma que la radiodifunden; esto se conoce como must carry, must offer.

También se establece que las medidas de fomento a la competencia en televisión, radio, telefonía y servicios de datos, deberán aplicarse en todos los segmentos de forma que se garantice en su conjunto la competencia efectiva en la radiodifusión y telecomunicaciones bajo un solo ordenamiento legal que regule de manera convergente, el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y las redes de telecomunicaciones

Comisión Federal de Competencia Económica. La reforma crea, por adición al artículo 28 constitucional, la Comisión Federal de Competencia Económica que viene a sustituir a la Comisión Federal de Competencia. Esta nueva comisión tiene el carácter de órgano constitucional autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesionales en su desempeño e imparciales en sus actuaciones, y tiene por objeto garantizar la libre competencia y concurrencia, así como prevenir, investigar y castigar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y las restricciones al funcionamiento eficiente del mercado.

Facultades. Entre las facultades que tendrá la Comisión Federal de Competencia Económica se encuentran:

- Ordenar medidas para eliminar las barreras a la competencia y la libre concurrencia
- Regular el acceso a insumos esenciales
- Ordenar la desincorporación de activos, derechos, partes sociales o acciones de los agentes económicos, en las proporciones necesarias para eliminar efectos anticompetitivos

Instituto Federal de Telecomunicaciones. La reforma crea, por adición al artículo 28 constitucional, el Instituto Federal de Telecomunicaciones que viene a sustituir a la Comisión Federal de Telecomunicaciones. Esta nueva comisión tiene el carácter de órgano constitucional autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesionales en su desempeño e imparciales en sus actuaciones, y tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, teniendo a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales.

También será la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en estos sectores, el instituto ejercerá en forma exclusiva las facultades que la ley establezca para la Comisión Federal de Competencia Económica.

Ilustración 40. Gabriel Contreras, comisionado presidente del Ifetel.



Fuente: www.marcomares.com.mx

Facultades. Entre las facultades que tendrá el Instituto Federal de Telecomunicaciones se encuentran:

- Regular de forma asimétrica a los participantes en los mercados de radiodifusión y telecomunicaciones con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia
- Imponer límites a la concentración nacional y regional de frecuencias, al concesionamiento y a la propiedad cruzada que controle varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica, y ordenará la desincorporación de activos, derechos o partes necesarias para asegurar el cumplimiento de estos límites

- Otorgar, revocar y/o autorizar cesiones o cambios de control accionario, titularidad u operación de sociedades relacionadas con concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones
- Fijar el monto de las contraprestaciones por el otorgamiento de las concesiones, así como por la autorización de servicios vinculados a éstas, previa opinión de la autoridad hacendaria
- Llevar un registro público de concesiones de radiodifusión y telecomunicaciones

Tribunales especializados. Se crean tribunales colegiados y unitarios de circuito y juzgados de distrito especializados en radiodifusión, telecomunicaciones y competencia económica, esto permitirá que los juzgadores de estas materias puedan especializarse para conocer aspectos técnicos de la regulación estas materias, especializando así su control jurisdiccional.

Legislación secundaria. El Congreso de la Unión deberá realizar las adecuaciones necesarias al marco jurídico para:

- Establecer tipos penales especiales que castiguen severamente prácticas monopólicas y fenómenos de concentración.
- Establecer los mecanismos para homologar el régimen de permisos y concesiones de radiodifusión.
- Regular el derecho de réplica.
- Establecer la prohibición de difundir publicidad engañosa o subrepticia.
- Establecer los mecanismos que aseguren la promoción de la producción nacional independiente.
- Establecer prohibiciones específicas en materia de subsidios cruzados o trato preferencial.
- Crear un Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

3.3.3. PROCESO LEGISLATIVO DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL

Iniciativa presidencial. El 11 de marzo de 2013, el Presidente Enrique Peña Nieto envió al Congreso de la Unión la iniciativa en materia de competencia económica y telecomunicaciones, haciendo uso de las facultades que le confiere el artículo 71 constitucional y con fundamento en el artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. A dicha iniciativa se anexa un documento signado por los presidentes de los tres principales partidos políticos nacionales: Gustavo Madero de Acción Nacional, Jesús Zambrano de la Revolución Democrática y César Camacho Quiroz del Revolucionario Institucional, esto dentro del marco de acuerdos del Pacto por México; así como una hoja de firma signada por los diputados coordinadores Luis Alberto Villarreal García, Silvano Aureoles Conejo, Manlio Fabio Beltrones Rivera y Arturo Escobar y Vega, de los grupos parlamentarios de Acción Nacional, de la Revolución Democrática, Revolucionario Institucional y Verde Ecologista de México, respectivamente. De igual modo se adjunta el dictamen de impacto presupuestario de dicha iniciativa realizado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Cámara de Diputados. La iniciativa llega a la Cámara de Diputados el 11 de marzo de 2013 a través de la Subsecretaría de Enlace Legislativo de la Secretaría de Gobernación mediante oficio del Subsecretario Felipe Solís Acero a la Mesa Directa de la Cámara. Al día siguiente, 12 de marzo se envía para su estudio y análisis a la Comisión de Puntos Constitucionales.

El 14 de marzo, la Comisión de Puntos Constitucionales aprobó en lo general y en lo particular el dictamen recibido. Una semana después, el pleno de la Cámara de Diputados inició la discusión del dictamen de reforma y agregó una veintena de cambios, aprobando el dictamen en lo general con 414 votos a favor, 50 en contra y 8 abstenciones. Durante la discusión en lo particular se rechazaron las reservadas presentadas por algunos diputados y posteriormente se envió al Senado de la República para sus efectos constitucionales.

Dentro de las modificaciones que se le hicieron a la iniciativa presidencial se encuentran: que Secretario de Comunicaciones y Transportes emita una opinión no vinculante al Instituto Federal de Telecomunicaciones para el otorgamiento y retiro de concesiones, la ampliación del tiempo para la licitación de las nuevas cadenas de televisión, la autorización para inversión extranjera en radiodifusión hasta por cuarenta y nueve por ciento, así la promoción de contenidos a favor de la igualdad entre mujeres y hombres, y la obligación de dar espacio a los productores independientes.

Senado de la República. El Senado de la República recibió el 2 de abril la minuta de la Cámara de Diputados y la turnó a las comisiones unidas de Puntos Constitucionales, Comunicaciones y Transporte, Radio, Televisión y Cinematografía y de Estudios Legislativos, con opinión de las de Gobernación y de Justicia.

El 9 de abril se llegó al acuerdo sobre la ruta crítica para el análisis y discusión de la minuta de reforma, en el que se incluyen foros con especialistas, académicos, técnicos e involucrados en los temas de la reforma. Así, durante los días 10, 11 y 12 de abril, el Senado de la República recibió a representantes diversas instituciones, entre ellas las siguientes:

- Centro de Investigación y Docencia Económicas
- Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
- Observatel
- Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales
- Asociación Mexicana de Derecho a la Información
- Instituto de Derecho de las Telecomunicaciones
- Movimiento YoSoy132
- Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión
- Cámara Nacional de las Telecomunicaciones por Cable

- Cámara Nacional de Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información
- Asociación Nacional de Telecomunicaciones
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
- Competitive Intelligence Unit
- Comisión Federal de Telecomunicaciones
- Consejo Coordinador Empresarial
- TV UNAM
- Congreso Nacional de Comunicación Indígena
- Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana
- Comisión Federal de Competencia

El 19 de abril, las comisiones unidas de Puntos Constitucionales, Comunicaciones y Transporte, Radio, Televisión y Cinematografía y de Estudios Legislativos, aprobaron el dictamen de reforma con 18 modificaciones. Ese mismo día inicia el análisis y discusión por el pleno del Senado y se aprueba en lo general con 118 votos a favor y 3 en contra y en lo particular. Al ser aprobada con modificaciones, la iniciativa fue devuelta a la Cámara de Diputados para su análisis, discusión y votación en los términos del artículo 72 constitucional.

Ratificación de Congresos Locales. Según lo dispuesto en el artículo 135 constitucional, al ser la reforma en telecomunicaciones una reforma constitucional, para que sea válida después de aprobada por dos terceras partes de las Cámaras de Congreso de la Unión, la mayoría de las legislaturas de los estados deben aprobar las reformas y adiciones del proyecto de decreto.

El primer estado en aprobar la reforma fue el Estado de México. Se suman a la aprobación del proyecto de decreto los estados de Querétaro, Coahuila de Zaragoza, Chihuahua, Chiapas, Puebla, Aguascalientes, Tamaulipas, Baja California Sur,

Sonora, Jalisco, Morelos, Campeche, Colima, Tabasco, Veracruz, Durango, San Luis Potosí, Yucatán, Zacatecas, Hidalgo y Nayarit.

Promulgación. Una vez ratificada por la mayoría de los congresos estatales, el 22 de mayo de 2013, la Comisión Permanente del Congreso de la Unión declaró constitucional la reforma. Fue promulgada por el Presidente Enrique Peña Nieto el 10 de junio de 2013 teniendo como testigos a los integrantes del Consejo Rector del Pacto por México, su Secretario de Comunicaciones y Transportes, los coordinadores parlamentarios del Senado y de la Cámara de Diputados, así como gobernadores y demás miembros de su gabinete. Al día siguiente fue publicada en el Diario Oficial de la Federación.

Ilustración 41. Promulgación de la Reforma de Telecomunicaciones



Fuente: www.sinembargo.mx

3.3.4. SE PREPARAN PARA APLICAR LA NUEVA LEY TELEVISIVA

Paso a paso y reunión a reunión, la televisora va revirtiendo los aspectos de la reforma de telecomunicaciones que la afectan. El 2 de enero de 2014, en los terrenos privados de Emilio Azcárraga Jean y Bernardo Gómez ubicados en el municipio mexiquense de Valle de Bravo (por el rumbo de la exhacienda Casas Viejas), un invitado muy especial inauguró el campo de golf de los principales

directivos de Televisa: nada menos que el presidente Enrique Peña Nieto, cuyo gusto por el golf está ampliamente documentado.

Pero el actual ocupante de Los Pinos no sólo fue a inaugurar los 18 hoyos del campo. También renovó el compromiso y las relaciones con la principal empresa de comunicaciones en México, la misma que lo llevó hasta la Presidencia de la República mediante un convenio millonario de spots y cobertura televisiva especial. Las relaciones entre el primer mandatario y Televisa se enfriaron a raíz de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, aprobada en el 2013, y la tardanza en concretar los convenios de publicidad.

No obstante, desde el inicio de este año los principales espacios noticiosos de Televisa han privilegiado la versión oficial en los temas relacionados con Presidencia de la República, incluso en los casos más críticos como el conflicto en Michoacán. En el encuentro en Valle de Bravo (“comentan quienes se enteraron de la reunión”) no sólo se renovó el buen trato sino que se cabildearon asuntos esenciales de la legislación secundaria en materia de telecomunicaciones, cuya iniciativa oficial se dio a conocer en los primeros días de febrero del 2014.

En especial cuatro temas generaron el disgusto de Televisa: el proceso de investigación iniciado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para declarar al grupo como “agente económico preponderante” y la posibilidad de que tenga que vender activos y eliminar la propiedad cruzada en varias empresas, especialmente de televisión restringida; el proyecto de licitación de las dos cadenas de televisión digital abierta, anunciado formalmente por el mismo instituto el 20 de diciembre de 2013 a través del Diario Oficial de la Federación; el avance del llamado “apagón analógico” dentro del programa de Televisión Digital Terrestre, y la instalación, antes de que concluya 2014, de una “red compartida de servicios de telecomunicaciones” en la banda de 700 Mhz, que la empresa de Azcárraga Jean percibe como una amenaza para su proyecto de triple play.

Estos temas, entre otros, fueron los reclamos de Televisa, que pidió que en las leyes secundarias de la reforma de telecomunicaciones sus intereses no fueran afectados. En especial, la empresa argumentó que la declaratoria de la compañía como “agente económico preponderante” puede desincentivar las inversiones que estaban programadas.

3.3.5. LEYES SECUNDARIAS DE LA REFORMA

En marzo de 2014 el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto, presentó una propuesta a las leyes secundarias de la reforma, pendientes por analizar desde que esta fue aprobada en 2013. Dicha iniciativa, principalmente en los apartados VII y VIII del Artículo 197, ordena a los concesionarios de servicios de telecomunicaciones a "bloquear, inhibir o anular de manera temporal los servicios de telecomunicaciones en eventos y lugares críticos para la seguridad pública y nacional a solicitud de las autoridades competentes".

Se suman además otra serie de artículos propuestos, como el 189 donde señala una obligación establecida a los concesionarios de telecomunicaciones a “proporcionar la localización geográfica en tiempo real, de cualquier tipo de dispositivo de comunicación a solicitud de los titulares de las instancias de seguridad o de los servidores públicos en quienes se delegue esta facultad”. En los artículos 190 y 191 se agrega la obligación de permitir la intervención, por parte del gobierno, de las comunicaciones privadas, mientras que en el 192 obliga a los concesionarios a conservar un registro y control de los usuarios y las comunicaciones efectuadas durante dos años.

En abril de 2014 el presidente de la Comisión de Comunicaciones, Javier Lozano, presentó un predictamen en donde se mantiene la posibilidad de bloquear el acceso a algunos contenidos de Internet y mantuvo como real la posible intervención del estado en redes sociales. En el artículo 145 de dicho predictamen se afirma que las

autoridades “podrán bloquear el acceso a determinados contenidos, aplicaciones o servicios a petición del usuario, o cuando medie orden judicial competente”.

Las leyes secundarias de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, aprobada en julio de 2013, tenían que aprobarse antes del 9 de diciembre de dicho año, pero esto no sucedió debido a la carga de trabajo generada por la reforma energética que en ese momento era discutida en el Congreso.

Las leyes secundarias propuestas por Enrique Peña Nieto, se dividen en dos vertientes:

1. La primera es la regulación de los servicios en telecomunicaciones que beneficien a los usuarios, tales como la disminución de tarifas en telecomunicaciones, mejorar los mecanismos, como ampliar la banda ancha, interconexión, cambiar la señal analógica a la digital y otras opciones muy útiles, para los usuarios.
2. La segunda vertiente es la que ha causado inconformidad ya que no están bien especificadas y definidos los artículos, ni que autoridad regulará y cuáles serán los motivos que definan las restricciones en el uso de las telecomunicaciones.

3.3.6. REACCIÓN ANTE LAS LEYES SECUNDARIAS

Protestas. Luego de hacerse pública la propuesta de Enrique Peña Nieto, ciudadanos y organizaciones iniciaron manifestaciones de distinta índole contra las leyes secundarias, particularmente en lo referente a la libertad en internet y a la libertad de expresión.

La propuesta de reforma ha recibido el rechazo de investigadores, organizaciones internacionales, ciudadanos y activistas digitales, particularmente en lo referente a la protección de una de las empresas monopólicas en el rubro de la radiodifusión, la libertad y neutralidad en internet, libertad de expresión y respeto a la privacidad de

los usuarios en México, así como reacciones en las redes sociales y movilizaciones en las calles.

Ilustración 42. Protestas contra las leyes secundarias



Fuente: Elaboración propia con imágenes de Internet.

El 21 de abril fue dada a conocer en el sitio DefenderInternet.org por el colectivo ContingenteMX una carta de apoyo internacional contra la reforma que respaldaron, entre otros, Richard Stallman, Cory Doctorow, Glyn Moody, Jacob Appelbaum (del proyecto TOR), Jérémie Zimmermann (La Quadrature du Net), Lisa M. Brownlee, Nighat Dad (directora de Digital Rights Foundation), Richard Sennett y Stephan Blank (Netizen Rights).

29 de abril de 2014. En Saltillo, Coahuila un grupo de ciudadanos se manifestó en la plaza de armas de esta ciudad en protesta por la iniciativa de ley de telecomunicaciones y radiodifusión, consideran que incrementa el poder que tienen las principales cadenas de televisión, delimita a los medios públicos e indígenas y afecta la libertad de expresión al permitir la censura gubernamental en internet.

Al mismo tiempo, En Ciudad Juárez, Chihuahua, se manifestaron activistas y ciudadanos para protestar contra la reforma a la ley de Telecomunicaciones. En las protestas participaron más de 500 personas de partidos políticos como el PRD,

Morena, el PAN, así como organizaciones de la sociedad civil que exigen “terminar con el atentado a la libertad de expresión.” En las protestas estuvieron presentes hombres, mujeres, jóvenes y gente que se siente afecta con estas reformas, y diversos partidos como Morena, Acción Nacional, y ciudadanos comunes.

En Twitter. El 23 de abril el hashtag #EPNvsInternet llegó a ser tendencia mundial en dicha red social alcanzando cerca de 800 mil menciones. El vocero de Enrique Peña Nieto, Eduardo Sánchez Hernández, declaró que el presidente estaba al tanto de lo que se dijo en Twitter. El fundador de Megaupload Kim Dotcom se manifestó en contra de la reforma desde su cuenta en esa red social.

Ilustración 43. Manifestaciones en Twitter



Fuente. Elaboración propia con imágenes de Internet.

Manifestaciones en las calles. El 10 de abril se realizó una marcha de las oficinas de Televisa en Chapultepec al Senado de la República en Paseo de la Reforma en la Ciudad de México. El 22 de abril se realizó otra movilización en la Ciudad de México por Paseo de la Reforma desde la Columna de la Independencia hasta la sede del Senado, la cual se prolongó hasta la sede de Televisa. Al final de la marcha hubo enfrentamientos entre policía y manifestantes. También se registraron movilizaciones en Guadalajara, Hermosillo y Querétaro. El 25 de abril de 2014 Notimex Javier

Lozano informó que sería después de la primera quincena de mayo, cuando convoque a las comisiones unidas para redactar el dictamen final.

3.3.7. APROBACIÓN DE LA NUEVA LEY DE TELECOMUNICACIONES

La legislación secundaria de la reforma en telecomunicaciones quedó aprobada por el Congreso mexicano el 9 de Julio de 2015, con temas que causaron controversia entre los partidos políticos, como las reglas para declarar a una empresa como preponderante, el registro de comunicaciones con fines de seguridad y los límites al financiamiento de medios públicos, por mencionar algunos. Tras el aval de diputados y senadores, sólo faltaba que el presidente Enrique Peña Nieto promulgara el documento para que entrará en vigor las nuevas leyes Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, así como cambios a otras 10 normas vigentes.

La legislación debía haberse aprobado en diciembre pasado para reglamentar la reforma constitucional promulgada en junio de 2013. Sin embargo, el proceso se pospuso al menos en tres ocasiones debido a desacuerdos entre las fuerzas políticas y porque las iniciativas presidenciales fueron presentadas ante las cámaras legislativas apenas a finales de marzo. A diferencia de la reforma constitucional que se aprobó por consenso, estas leyes quedaron avaladas por mayoría y causaron constantes tensiones entre las bancadas.

A continuación se presentan los principales puntos de esta nueva normatividad:

1. Preponderancia. La legislación establece que el órgano regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), declarará la preponderancia de una empresa por sector (radiodifusión y telecomunicaciones) y no por servicios (radio, televisión abierta, telefonía fija y móvil, internet y televisión restringida).

Quienes apoyaron esta medida —los legisladores del gobernante Partido Revolucionario Institucional (PRI), del Verde Ecologista de México (PVEM), de Nueva Alianza (Panal) y una parte de Acción Nacional (PAN) — argumentan que ese es el criterio que se fijó dentro de la reforma constitucional.

Por el contrario, los opositores consideran que era mejor establecer la preponderancia por servicios, puesto que habría permitido al IFT identificar prácticas monopólicas con mayor detalle. Además, dicen que con lo aprobado, la televisora Televisa podrá ser declarada preponderante en el sector radiodifusión, pero no en el servicio de televisión restringida, en el que controla más de la mitad del mercado y sus ganancias crecen.

2. Tarifas de interconexión. Cuando el IFT determine que haya una empresa preponderante en algún sector, podrá imponerle medidas para restringir su control del mercado y evitar que incurra en prácticas monopólicas.

En el caso del sector telecomunicaciones —América Móvil—, la nueva ley contempla que el instituto prohíba al preponderante cobrar a los otros concesionarios por las llamadas fijas o móviles que terminen en su red, mientras las otras compañías sí podrán cobrarle por terminaciones en sus redes. Este esquema, conocido "tarifas asimétricas", fue criticado por algunos legisladores de oposición, quienes argumentaron que fue diseñado deliberadamente para perjudicar a la empresa de Slim. Cuestionado por periodistas la semana pasada antes de la aprobación, el líder de los senadores priistas, Emilio Gamboa Patrón, rechazó que la legislación busque afectar más a una compañía que a otra y afirmó que "lastima" a todos los monopolios.

3. Las nuevas cadenas de TV. Con la reforma constitucional se estableció que el Estado tendrá que licitar concesiones para dos nuevas cadenas de televisión abierta. La legislación secundaria indica que, durante su creación, esas nuevas cadenas

podrán tener acceso a la infraestructura del preponderante en radiodifusión —es decir, Televisa— para poder transmitir. Este punto se agregó al documento poco antes de que fuera votado en el Senado.

4. Faltas y sanciones. La legislación establece los tipos de faltas en los que podría caer un concesionario, así como a qué autoridad corresponderá aplicarlas. Si son violaciones a los derechos de los usuarios —como cobros indebidos—, serán responsabilidad de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco); si son violaciones en materia de contenidos audiovisuales o transmisiones en tiempos del Estado, serán facultad de la Secretaría de Gobernación (Segob); y, si son violaciones a normas de competencia, serán del IFT.

En este último caso, las sanciones más altas que se prevén son de 6% a 10% de los ingresos de una empresa, si ésta da servicios de telecomunicaciones o radiodifusión sin tener concesión, o si deliberadamente interrumpe el servicio en una población donde sea la única compañía. Otras multas van de 2% a 6% de los ingresos de un concesionario si éste obstaculiza la operación de competidores, incumple resoluciones tarifarias o no establece "las medidas necesarias para garantizar la confidencialidad y privacidad de las comunicaciones de los usuarios". También hay otras que van de 1% a 4% de los ingresos para quien ofrezca espacios publicitarios de forma discriminatoria, y otras que van de 1% a 3% si bloquea arbitrariamente el acceso de un usuario a internet.

5. El IFT. El instituto será el regulador de todo el sector y entre sus principales responsabilidades estarán el otorgamiento de concesiones y la declaratoria de preponderancia. También tendrá facultades para supervisar contenidos audiovisuales, aunque los legisladores que se opusieron a la legislación criticaron que no se le diera poder para imponer sanciones, sino que esto quedara en la Segob. Otra tarea que recaerá en la secretaría, y no en el IFT, será la clasificación de los programas de radio y televisión.

6. Cobros por larga distancia. Dentro de la legislación se estableció que las empresas de telefonía no podrán cobrar cuotas especiales en llamadas de larga distancia nacional, fija o móvil, a partir del 1 de enero de 2015. Este fue uno de los puntos que más presumieron los promotores de la nueva normatividad, encabezados por el bloque PRI-PVEM.

7. Portabilidad. La legislación también obliga a que las empresas de telefonía garanticen la portabilidad de números telefónicos de forma gratuita, es decir, que un usuario pueda conservar su número independientemente de la compañía con la cual contrate el servicio. Éste fue otro de los puntos que más destacaron los legisladores del PRI y del PVEM.

8. Televisión digital. El documento aprobado establece que la fecha límite para que concluya la transición de televisión analógica a digital es el 31 de diciembre de 2015. La iniciativa presidencial había generado controversia, pues planteaba que algunas emisoras tuvieran de plazo hasta 2017.

9. ¿Más tiempo para la publicidad? La legislación señala que los concesionarios de radio y televisión comercial deben mantener un "equilibrio" entre su programación y la publicidad que transmiten. Las estaciones de radio tendrán derecho a destinar a publicidad hasta 40% de su tiempo total de transmisión (24 minutos por hora). Los canales de televisión podrán destinar hasta 18% (11 minutos por hora).

Esos porcentajes ya están en el reglamento de la actual Ley Federal de Radio y Televisión —que será sustituida por la nueva normatividad—. Sin embargo, según escribió el 8 de julio el especialista Raúl Trejo Delarbre en la página web de la revista Letras Libres, al llevar estas disposiciones a una ley y establecer que la contabilidad de ese tiempo será "por día", se abre la puerta para que las emisoras transmitan más publicidad en los horarios de mayor audiencia.

10. Medios con códigos de ética. La legislación incluye un apartado con derechos de las audiencias, entre los que está recibir contenidos que respeten los derechos humanos y en los que se distinga entre programación y publicidad, así como entre información y opinión. Para ello, la normatividad obliga a que todos los concesionarios de radio y televisión elaboren códigos de ética apegados a los criterios que defina el IFT.

"Los lineamientos que emita el instituto deberán garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos", indica el documento aprobado.

11. Defensores de audiencias. Dentro del mismo apartado sobre derechos de las audiencias se contempla que los concesionarios tengan un defensor de la audiencia, es decir, una persona responsable de recibir y atender las quejas de televidentes o radioescuchas. Según la legislación, el defensor de la audiencia actuará con "criterios de imparcialidad e independencia" y tendrá un plazo de 20 días hábiles para responder a una queja.

12. Derechos de personas con discapacidad. Organizaciones civiles, activistas y algunos legisladores pugnaron para que este tema se incluyera en la legislación, pues la iniciativa presidencial no lo contemplaba. Al final, lograron que se estableciera que al menos uno de los noticiarios con mayor audiencia a nivel nacional tenga subtítulos y traducción en lengua a señas.

Además, en los tres años que sigan a la entrada en vigor de la normatividad, todos los concesionarios con cobertura mayor a 50% del país tendrán que incluir subtítulos o traducción en lengua a señas en toda su programación transmitida de las 6:00 a las 00:00 horas.

13. Censura en la red. Dentro del apartado de neutralidad de la red, una de las propuestas presidenciales que generó mayor polémica fue la de abrir la posibilidad de que la autoridad ordenara a un concesionario bloquear contenidos en internet. Luego de las protestas de legisladores, expertos y activistas, este punto fue retirado del documento.

14. Bloqueo de señales. Otra propuesta presidencial controvertida fue la de permitir el bloqueo de señales en lugares o momentos descritos como críticos para la seguridad pública o nacional. Después de las negociaciones entre bancadas se acordó que el bloqueo de señales se limitara a los centros penitenciarios y sus entornos, y "cuando así lo instruya la autoridad competente para hacer cesar la comisión de delitos".

Sin embargo, la nueva legislación no aclara quiénes son las autoridades competentes para el tema, ni el procedimiento para solicitar un bloqueo de señales.

15. Registro de comunicaciones. Una de las propuestas presidenciales que causaron polémica y sí prevalecieron fue la de obligar a los concesionarios de telefonía a llevar un registro de las comunicaciones de sus usuarios. Según la ley, ese registro debe contener estos datos: nombre y domicilio del suscriptor; tipo de comunicación (voz, conferencia, datos); número de destino; fecha, hora y duración de la comunicación, y características del equipo usado. Las empresas estarán obligadas a conservar esos registros durante dos años: en el primero, la autoridad podrá consultarlos en un sistema en tiempo real; en el segundo, tendrá pedir al concesionario que le dé acceso.

Estas medidas son contrarias a los derechos humanos porque dan pie a una "vigilancia masiva". "(Se da) la capacidad de recolectar todos los datos que nuestras comunicaciones y actividad en línea generen sin control judicial. Es decir, el Ejército podrá exigirle a nuestro proveedor de acceso a internet el registro de nuestras

comunicaciones. Además, se tendrá una plataforma que monitoree en tiempo real cada paso que damos, dónde estamos, con quién nos reunimos y cualquier huella digital que generemos", señaló la agrupación en un artículo publicado el 4 de julio en el sitio Animal Político.

16. Intervención y geolocalización. La legislación también contempla que las comunicaciones privadas puedan ser intervenidas por razones de seguridad y justicia, siempre y cuando sea por orden de un juez. Asimismo, se prevé que la autoridad pueda pedir a un concesionario que localice en tiempo real un teléfono celular, incluso sin mandato judicial, si está vinculado con delitos contra la salud, secuestros o extorsiones y corre peligro la vida de la víctima, según lo marca el Código Nacional de Procedimientos Penales.

17. Nuevo organismo de medios públicos. Con la legislación se crea un nuevo organismo federal, llamado Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, que deberá coordinarse con los medios públicos federales existentes y tramitar más concesiones, con el propósito de difundir "información imparcial, objetiva, oportuna y veraz", así como de dar espacios a la producción independiente y a la pluralidad de ideas. Este nuevo sistema será dirigido por una junta de gobierno, a su vez integrada por un presidente —propuesto por el Ejecutivo federal y ratificado por el Senado—, tres representantes de un consejo ciudadano y uno de las secretarías de Gobernación, Educación y Salud.

18. Financiamiento a medios públicos. Durante la negociación de la normatividad, especialistas y algunos legisladores pidieron que se modificaran las reglas de financiamiento de los medios públicos, para permitirles comercializar más espacios para aumentar sus ingresos. Sin embargo, la propuesta finalmente fue rechazada y se estableció que la principal fuente de recursos de estos medios será el presupuesto del erario, y que sólo podrán ofrecer a patrocinadores espacios de cinco segundos en un formato claramente diferenciado del de un comercial.

19. Medios sociales. Organizaciones civiles y algunos legisladores también pidieron que se ampliaran las facultades para que los medios sociales —comunitarios e indígenas— comercialicen espacios y puedan generar más ingresos por publicidad. Podrán venderlos, aunque sólo a dependencias federales, estatales o municipales, que únicamente podrán destinar a ese fin 1% de sus respectivos presupuestos para comunicación social.

Además, la ley establece que, en FM, se les reservará la banda que va de los 88 a los 108 MHz, y en AM, la que va de los 1,605 a los 1,705 KHz, espectros que algunos especialistas consideraron insuficientes.

20. Productores independientes. Quienes votaron en contra de la legislación argumentan también que no promoverá la producción nacional independiente, pues únicamente señala que "el Ejecutivo federal impulsará medidas de financiamiento para estos sectores". En cambio, quienes respaldaron el documento afirman que sí lo hará, a través de incentivos como permitir que un concesionario de radio o televisión comercial aumente hasta en 5% su tiempo para espacios publicitarios, si destina una quinta parte de su programación a obras de productores independientes.

Comentarios finales del capítulo

Como ya se describió, la Reforma de Telecomunicaciones del 2013 presentaba grandes avances prometedores para la democratización de los medios de comunicación, pero la legislación secundaria vino a cambiar todo de forma contraria.

En el capítulo siguiente se realiza un diagnóstico situacional empleando investigación documental para analizar lo ocurrido antes, en el transcurso y al día del proceso y efectos que presenta la Reforma, para estar en posibilidades de realizar una propuesta.

CAPÍTULO IV DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EMPLEANDO INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

El objetivo de este capítulo es de realizar un diagnóstico situacional de la Reforma Federal en Telecomunicaciones, empleando investigación documental, para analizar cómo se llevó el proceso de la Reforma y los primeros efectos que tiene en la sociedad civil, para estar en posibilidad de generar una propuesta alternativa.

CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EMPLEANDO INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

4. DIAGNÓSTICO DE LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES

El diagnóstico de las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones resulta de vital importancia para el desarrollo de la democratización del sector, porque permite vislumbrar hacia dónde se dirige tanto la legislación en materia, como el actuar de los medios de comunicación; es decir, si va enfocada a satisfacer el interés general o particular. En el caso de México, por desgracia, ambos rubros se identifican más con el interés particular al estar condicionados a los intereses de la clase política y de la clase económica -ésta última representada por las dos principales televisoras-, y cada vez menos con el interés general, al alejarse del bienestar social.

Además, mientras la clase económica tiene dos grupos plenamente identificables (Televisa y TV Azteca), la clase política carece de ellos, ya que todos los partidos políticos pueden en algún momento estar subordinados al juego de conveniencias que las televisoras determinen. Todo dependerá del momento y la circunstancia para utilizar indistintamente a tal o cual partido o candidato.

Ilustración 44. Duopolio Televisivo en México



Fuente: www.andes.info.ec

En este sentido, se advierte que los consorcios televisivos no conocen de lealtades partidistas o de ideologías políticas, porque su afinidad está determinada por la rentabilidad económica que puede llegar a alcanzar con un determinado partido o con un determinado candidato, ya sea mediante la manipulación de la ley o de la opinión pública. Y es que las armas con las que cuentan (capital económico ilimitado y medios de comunicación) hacen que la legislación en medios de comunicación a favor del interés público se vuelva cada vez más complicada.

Si no pueden persuadir a la clase política mediante la concesión de espacios en radio y televisión para la difusión de su plataforma política, lo hacen mediante la difamación y la calumnia en sus respectivos canales de transmisión. Como ejemplo de lo anterior, se tiene la exposición de Javier Corral y de Manuel Bartlett por ir en contra de la llamada “Ley Televisa” con la presentación de la acción de inconstitucionalidad 26/2006.

Esta condición de vulnerabilidad tanto de la clase política como de la opinión pública no es reciente, sino que tiene su origen desde la aparición de la radio en el país, y sobre todo a partir de la introducción de la televisión. Fue a partir de esos momentos que la industria buscó a través de la reglamentación establecer privilegios que le permitieran desincentivar la competencia y concentrar el mayor espacio radioeléctrico para su explotación.

A cambio de confeccionar leyes a modo, el antiguo sistema presidencialista pidió a las televisoras –principalmente Televisa- la legitimación de un sistema antidemocrático que se mantuvo por poco más de 70 años; y así lo hicieron en casos como la masacre estudiantil de 1968, en los efectos provocados por el temblor de 1985 –donde quedó evidenciada la incapacidad de reacción del gobierno-, en el desconocimiento de contiendas electorales ganadas por el PAN a finales de los 80’s en los estados de Guanajuato y Chihuahua, en el fraude electoral para la presidencia de la República en 1988, entre otros más.

Con el cambio de administración de gobierno en el año 2000, se pensó que este entendimiento cupular quedaría hecho a un lado y que finalmente podría legislarse en materia de medios, pero poco tiempo duraría la esperanza al quedar evidenciado un nuevo pacto de élites, que tuvo como resultado la publicación del Acuerdo del 2004 y la aprobación de las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión y Ley Federal de Telecomunicaciones en 2006. Así, se descubrió una nueva faceta de las televisoras, quienes demostraron tener una capacidad de adaptación a los nuevos tiempos políticos y sociales del país, y también pusieron a flote la idea de que no sólo pueden ser el “soldado del PRI”, sino también del PRD, PAN, PT o Convergencia; todo dependerá del lugar que ocupen en el tablero de ajedrez de las telecomunicaciones.

Por ello, no resulta extraño que en la contienda presidencial del 2006 las televisoras hayan buscado ser el fiel de la balanza que determinara el resultado de la elección. Y no sólo eso, sino que en la carrera por la presidencia de la República del 2012, fue el principal detentador de la voluntad popular al intentar unilateralmente decidir entre uno u otro candidato. En respuesta, los candidatos hacen lo propio para buscar congratularse con las televisoras y ganar ese derecho, por lo que se valen de sus posiciones de poder al interior de su partido, así como al interior del poder Legislativo, para brindarles el mayor número de concesiones que favorezcan a sus intereses.

Es por eso que el señalamiento del diputado Javier Corral, acerca de que no se legisle en materia en tiempos electorales, más que ser una advertencia es una premisa que debe respetarse, pues es justamente en esa coyuntura político-electoral que los consorcios televisivos aprovechan para impulsar en ambas cámaras del poder Legislativo leyes ad hoc a sus intereses. Ahora bien, cabe aclarar que esto será posible siempre y cuando se negocie con los candidatos una mayor concesión de espacios radiofónicos y televisivos, pero sin sesgos negativos. Esto resulta importante para quien pretenda ganar la contienda electoral, pues una mayor

presencia en medios de los candidatos es inútil si va acompañada de una campaña negra o de comentarios adversos, consiguiendo únicamente un resultado adverso al esperado, tal y como le sucedió al candidato de la “Coalición por el Bien de Todos”, Andrés Manuel López Obrador.

Bajo esta dinámica, la legislación de los medios de comunicación queda subordinada de una manera perversa a las leyes de la oferta y la demanda, pues quien ofrezca mayores prebendas legislativas que retribuyan de forma económica a las televisoras, será quien obtenga una mayor cobertura mediática favorable y consecuentemente el triunfo electoral.

4.1. NUEVO SEXENIO DE TELEVISIA

“El nuevo sexenio de Televisa inició”, así es como lo describe Jenaro Villamil, paradójicamente en junio de 2012, un mes antes de las elecciones presidenciales, fue el último mes de poder real del errático gobierno de Felipe Calderón Hinojosa. Ese mes, la Comisión Federal de Competencia aprobó la decisión más polémica del sexenio en materia de telecomunicaciones y quizá el error más grave que amarró al gobierno siguiente.

La decisión polémica fue la aprobación de la fusión de Grupo Televisa con Iusacell, propiedad de su presunto competidor en televisión abierta, TV Azteca. La fusión convirtió a ambas empresas en socios irremediables cuyo objetivo central era competirle al gigante de telecomunicaciones Telmex-Telcel. La fusión demostró la capacidad de poder político del grupo encabezado por Emilio Azcárraga Jean y Bernardo Gómez que llegaron a Televisa en 1997.

Para nadie es un secreto que Televisa ganó mucho más poder político en el sexenio de Felipe Calderón que cualquier otra empresa del sector, incluyendo a Axtel o Avantel, presuntas compañías que estaban destinadas a ser las “consentidas” del presidente panista. TV Azteca y Grupo Salinas se enriquecieron como pocos, y Slim

optó por expandir sus alcances en el extranjero a través de América Móvil, su verdadera joya de la corona.

Ilustración 45. Fusión Televisa – Iusacell



Fuente: <http://aristeguinoticias.com>

A cambio, Televisa avanzó en su proyecto de telecomunicaciones, sin ningún freno real. Compró Bestel, llegó a concentrar el 55 por ciento del mercado de televisión restringida (vía Sky, Cablevisión, Cablemás y TVI), obtuvo generosas condonaciones fiscales por parte del gobierno y, por si fuera poco, nulificó en los hechos la reforma electoral del 2007 que afectaba sus intereses (la prohibición de la venta de espacios en la pantalla) y frenó la entrada de Telmex al mercado de la televisión restringida (la modificación del apartado 1.9 del título de concesión⁴⁸).

Los intereses de Televisa se cumplieron por una debilidad elemental de Calderón: su falta de legitimidad de origen, tras la crisis poselectoral del 2006, y la necesidad de contar con el apoyo tácito o explícito de la empresa de televisión más grande del país para justificar su guerra contra el narcotráfico que, a todas luces, dejó a México ensangrentado y fortaleció a los cárteles, en lugar de dividirlos.

⁴⁸ El título de concesión de Telmex, en su apartado 1.9, establece la prohibición específica para que esta empresa ofrezca servicios de televisión, señalamiento que utiliza la industria de televisión por cable para que la telefónica entre de manera inmediata a la tv restringida.

Paradójicamente, la mejor prueba del poder de Televisa en el sexenio de Calderón fue el triunfo del político priista Enrique Peña Nieto, con quien establecieron un convenio de cobertura, publicidad y manejo de imagen desde octubre de 2005. Ambos han negado una y otra vez que existan “pruebas reales” de ese convenio, pero todos los mexicanos lo vimos en pantalla, lo observamos y Peña se convirtió, muy a su pesar, en el “candidato Televisa”. Pasó de ser un político mexiquense desconocido a nivel nacional, a ser la figura más difundida y publicitada en Televisa y TV Azteca. Y esto se logró con mucho dinero y alianzas con la compañía de Azcárraga.

Ilustración 46. Candidato Televisa, en revista Proceso



Fuente: https://revista_proceso_1858_televisa_y_su_candidato_atrap

El segundo sexenio al hilo de Televisa se cocinó durante la polémica fusión con Iusacell. Gracias a su capacidad de presión y chantaje, los ejecutivos de la empresa de Azcárraga Jean lograron modificar el dictamen original de la Comisión Federal de Competencia (el 24 de enero de 2012 el organismo regulador rechazó por 3 votos contra 2 la fusión) para que en junio de 2012, un mes antes de la elección, Calderón diera “línea” y la CFC modificara su dictamen: 4 votos contra 1 fue aprobada la fusión. El cinismo estuvo abierto desde el principio en este episodio. Recordando cuando Televisa y TV Azteca se fueron a la yugular en contra del columnista Miguel

Ángel Granados Chapa, quien reveló en enero de 2011, en su columna “Plaza Pública”, el plan de fusión monopólica. En abril del mismo año, los mismos que acusaron a Granados Chapa de mentir, de inventar, de trabajar para los intereses de Telmex y otras lindezas que gustan repetir cada vez que se trata de desacreditar, aceptaron el proyecto.

La fusión de Televisa-lusacell marcó un cambio estructural y transexenal. Esa poderosa alianza perduraría en el sexenio de Peña Nieto porque representa un pacto de poder político de ambas televisoras, no un simple asunto de competencia económica.

Originalmente, la fusión iba a incorporar otras condicionantes para frenar el poder generado por este matrimonio de conveniencia. Sólo se incorporaron 6 condicionantes: la licitación de las dos cadenas de televisión digital abierta “a más tardar el 30 de noviembre de 2012”; la no discriminación de la venta de publicidad en las pantallas de Televisa y TV Azteca; la prohibición de las “ventas atadas” a la contratación de servicios de lusacell; la venta separada de contenidos de televisión abierta y restringida; la prohibición de que Televisa participara en la empresa Total Play, de Salinas Pliego.

Como se observa, el tema de las dos cadenas no se ha cumplido hasta la fecha y lo tratan de prolongar a través de múltiples presiones a través de la presidencia de la República y al interior del nuevo organismo regulador (IFT); el asunto de las ventas atadas continúa con múltiples subterfugios y, lo más importante, frenaron otras condicionantes que sí afectaban su poder dominante en el mercado.

Entre esas condicionantes originales que Cofetel y CFC discutieron estaban las siguientes: la desagregación de activos de Televisa, sobre todo, en materia de televisión restringida y freno a la propiedad cruzada; la reestructuración de la banda 2.5 Ghz (tema polémico con MVS) ya que Televisa acusó a la empresa de Joaquín

Vargas de subutilizar y tener un “monopolio”; la liberación de la banda 700 Mhz, conocida como “dividendo digital”, donde Televisa y TV Azteca poseen el 78 por ciento de sus llamados “canales espejo”; la política de Televisión Digital Terrestre (TDT) o el famoso “apagón analógico” que ambas televisoras han bombardeado; y, el cumplimiento del must carry y del must offer que Televisa ha tratado de eludir de mil maneras posibles.

Todos estos temas se incorporaron a la agenda de buenas intenciones del Pacto por México, el 2 de diciembre de 2012. A Peña Nieto le convenía quitarse el estigma del “candidato Televisa” y mandar una señal de poder frente a la compañía de Azcárraga Jean. PAN y PRD, envalentonados, lo firmaron, sonaba bien, parecía un buen guion para democratizar el régimen de medios y abrirle una competencia real a Telmex-Telcel.

En la reforma que modificó los artículos 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución más 17 transitorios claves, en abril de 2013, se incorporaron varios ordenamientos con la promesa de cumplir los buenos propósitos del Pacto por México. La mano de Televisa se dejó sentir durante la discusión legislativa, eso lo han denunciado, entre otros legisladores, Javier Corral, Manuel Bartlett, Alejandro Encinas.

A pesar de eso –y de cambios sustanciales a la iniciativa original- la reforma constitucional marcó plazos, tiempos y ordenamientos que se dejaron para la legislación secundaria la cual debió aprobarse, a más tardar, el 15 de diciembre de 2013. Se presentó como en el escenario previo a la fusión Televisa-lusacell, se juego el chantaje, el negocio, la cobertura favorable y la crisis michoacana que obligan al gobierno federal a privilegiar el control de los medios de comunicación masiva que le garantizan las televisoras.

4.2. LEY PEÑA-TELEVISA⁴⁹

Especialistas de diversos sectores –menos los más vinculados a los monopolios, a los concesionarios y al gobierno– coinciden en algo fundamental: la Ley Federal de Telecomunicaciones llamada también Ley Peña-Televisa es anticonstitucional, va en contra de la reforma aprobada en 2013.

Han detectado por lo menos, 23 violaciones a la Constitución en el cuerpo de 312 artículos más 29 transitorios y la Ley de Sistema Público de Radiodifusión en México, que es un retroceso a los tiempos oscuros del estalinismo-priista para controlar los medios dependientes del erario.

Es anticonstitucional por las siguientes razones:

1. Viola la noción de telecomunicaciones y radiodifusión como “servicios públicos” para concebirlas como “servicios de interés público”. Con ese simple cambio se cae toda la noción jurídica definida en la Constitución.
2. Viola la autonomía de un nuevo órgano regulador –el Instituto Federal de Telecomunicaciones– que se convierte en una instancia tutelada por el Ejecutivo federal y sus principales brazos ejecutores: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Gobernación y Hacienda.
3. Viola la libertad de expresión y de información establecidas en el artículo sexto constitucional al incorporar medidas de censura previa, de persecución e intrusión en las redes cibernéticas.
4. Viola la noción de “agentes económicos preponderantes” y los criterios antimonopólicos del artículo 28 constitucional. En la Ley Peña-Televisa todo lo relacionado con este punto está sesgado para proteger a la empresa de Emilio Azcárraga Jean en su sector de mayor crecimiento: la televisión restringida.

⁴⁹ La Ley Peña-Televisa, es el nombre no oficial con el que se conoce una serie de modificaciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones (**LFT**) y Ley Federal de Radio y Televisión (**LFRT**), la ley consagra la desregulación del sector en favor del duopolio mediático mexicano formado por Grupo Televisa y TV Azteca, durante el sexenio de Enrique Peña Nieto.

5. Viola la sentencia de la Suprema Corte de Justicia que echó abajo la Ley Televisa de 2006 al reincorporar nociones como la subasta ascendente como criterio fundamental para otorgar las concesiones.
6. Viola los derechos de las audiencias al reducirlos a nociones vagas, generales, sin indicar cómo se defenderán y quiénes las defenderán claramente.
7. Viola los principios del artículo primero de la Constitución al marginar e ir en contra de los derechos de las comunidades indígenas.
8. Viola el principio de neutralidad de la red establecido en la reforma constitucional de 2013 al convertir a los concesionarios en servicios de Internet en guardianes y extensiones policíacas del Cisen o de otras dependencias de seguridad nacional y seguridad pública.
9. Viola la esencia misma de la ley: no es un ordenamiento jurídico convergente. Al contrario, es divergente. Separa en dos grandes “sectores” (telecomunicaciones y radiodifusión) al no concebirlas como servicios múltiples (de televisión abierta, de radio, de Internet, de audio y video restringidos, de telefonía móvil). Impide el *total play* y el acceso de los ciudadanos al margen del mundo digital.
10. Viola el ordenamiento constitucional para que el “apagón analógico” se dé en diciembre de 2015. En el artículo 16 transitorio establece una prórroga hasta diciembre de 2017, “casualmente” en vísperas de las elecciones presidenciales de 2018.

Estos son tan sólo algunos puntos, la traición fundamental radica en el carácter claramente electorero de esta ley. Al gobierno federal del PRI le interesaba recuperar el control del Congreso en las elecciones del 2015, para ese objetivo debían rehacer su acuerdo y pacto con Televisa, con TV Azteca y con sus anexos que garantizan el control de la opinión pública, pero a cambio de qué, de permitirle a Grupo Televisa expandirse sin límites en el mercado de televisión restringida.

Corral Jurado ha pedido a los reporteros y profesionales de la comunicación informar a colectivos y periodistas sobre los contenidos reales y consecuencias de la ley de

telecomunicaciones, y con ello difundir lo que realmente significa. El pedido lo ha formulado ante la falta de debate que imperó en la Cámara de Senadores: no hubo en el Senado debate alguno de ninguna reserva, el senador presentó 83 en total, y ninguna fue sometida a debate.

En lo referente a los derechos de las audiencias, éstos quedaron reducidos a la buena disposición de los concesionarios y a las defensorías de audiencias, cuyos titulares, y no los concesionarios, son los que podrían ser sancionados por no dar seguimiento a las quejas de los radioescuchas o televidentes.

Jenaro Villamil en su opinión “No se cumple con el respeto al derecho de las audiencias, pues en la reforma secundaria no se dieron esas garantías, la reforma en telecomunicaciones fue un retroceso, el prometido defensor de la audiencia no funciona y se han permitido casos como el de Carmen Aristegui”. “Hay un retroceso, es decir, si analizamos lo que la reforma prometía y lo que la reforma secundaria concretó, hay una gran distancia”, tampoco se cumplió con el respeto al derecho de las audiencias, pese a que a nivel Constitucional se garantizaba, pues en la reforma secundaria no se dieron esas garantías.

Ilustración 47. Censura, caso Carmen Aristegui



Fuente: <https://elobservadorcampechano.wordpress.com>

El Senador Javier Corral y miembros del Frente por la Comunicación Democrática en el estado de Chihuahua, desde el momento mismo de la aprobación de la nueva ley de telecomunicaciones han declarado que no desistirán en su lucha por la democratización de los medios. Corral es un convencido que el tema más traicionado con la reciente aprobación de la Ley de Telecomunicaciones, es el combate contra los monopolios mediáticos que dominan México, lo que demuestra que una vez más no se han tomado en cuenta los derechos fundamentales de los mexicanos.

“La ley queda a deberle a los ciudadanos la garantía plena de sus derechos, toda vez que además de ser el catálogo muy limitado, deja la autorregulación de los propios medios en cumplimiento de estos derechos que debían de ser incorporados dentro de las facultades del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Dejar la autorregulación de los códigos de ética es dejar las cosas como están, porque hasta ahora, así ha sucedido.”

A su vez, los derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones quedaron también reducidos a algunos beneficios como el no pago por llamadas de larga distancia, la portabilidad numérica en 24 horas o la consulta de saldo gratuita. La disminución de las tarifas en servicios de telecomunicaciones era una tendencia que ya se venía presentando en el país, que tampoco podríamos atribuir única y exclusivamente a la reforma constitucional y la legislación secundaria en telecomunicaciones.

Televisa y Peña Nieto tienen un enemigo en común: los ciudadanos de las redes sociales, en esta, las audiencias jóvenes deliberan, se informan y se entretienen, son generaciones que ya no se deformaron con Televisa. El PRI calcula que este sector les costó, por lo menos, 5 millones de votos en 2012. No querrían repetir este fenómeno en 2015, por eso fueron contra el ciberactivismo⁵⁰ y por constreñir al

⁵⁰ El ciberactivismo o activismo en línea se refiere al conjunto de técnicas y tecnologías de la comunicación, basadas fundamentalmente en internet y telefonía móvil; los medios sociales

máximo el periodismo digital. Han hecho experimentos autoritarios en Veracruz, en Quintana Roo y en Chihuahua, ahora pretenden llevarlo a escala nacional. Ahí está la alta traición, no se trata de democratizar el régimen de medios de comunicación y las telecomunicaciones ni darle acceso a la población a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, por el contrario, se trata de constreñir y controlar.

La televisión pública tuvo, gracias a la reforma estructural, un mediano impulso de independencia y apertura con la creación del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, pero la ley dejó intacta la estructura de control político de las televisoras estatales en el país.

En el caso de los medios comunitarios e indígenas se obtuvo un triunfo histórico: su reconocimiento legal, pero su propia existencia quedó amarrada al presupuesto de comunicación social del gobierno y a lo que decida el IFT para abrir el espectro radioeléctrico a nuevos jugadores. Y ya desde ahora hay un indicio de lo que podría venir, al dar a conocer su programa de concesionamiento para este año, el IFT informó que entregará 115 frecuencias en la banda de FM en ciudades ubicadas en 19 estados del país, de las cuales 97 frecuencias son para uso comercial y tan sólo 18 para uso social.

Bien por la apertura a la radio comercial, un mercado pequeño, de unos 6 mil millones de pesos, que desde hace más de dos décadas no ha tenido a nuevos jugadores, salvo aquellos que han comprado estaciones, como los hermanos Vázquez Raña. Mal por la acotada, apertura a la radio comunitaria, indígena y social, que debe fortalecerse en México ante el crecimiento de la radio ilegal en diversas regiones del país.

(especialmente Twitter y Facebook), YouTube, correo electrónico y podcasts sirven para diversas formas de activismo, de manera de posibilitar comunicaciones más rápidas en los movimientos ciudadanos y difundir información local a una gran audiencia.

Los beneficios a Televisa dañan a los medios comunitarios. El dictamen de la ley secundaria de telecomunicaciones y radiodifusión mantiene el criterio de preponderancia por “sector” y establece un artículo 9 transitorio para permitirle a Televisa seguir adquiriendo nuevas empresas en televisión restringida. Corral afirmó que se trata de “un claro esquema de protección a Televisa en su dominio en televisión restringida”.

Además, otorga nuevas facultades a la Secretaría de Gobernación (Segob) en materia de contenidos, e incorpora nuevas disposiciones para que los medios comunitarios e indígenas únicamente tengan un rango de 20 watts de potencia y sus torres una altura de sólo 30 metros. “Es grotesco, es una absoluta saña en contra de las concesiones de uso social”, Javier Corral.

“Se trata de legalizar la marginalidad de las estaciones comunitarias e indígenas”, alertó la especialista Beatriz Solís. La también defensora de la audiencia en Radio Educación advirtió que en el nuevo artículo 41 transitorio se ordena que las actuales permisionarias de instituciones de educación superior –como Canal Once, del IPN, o TV UNAM– “no tendrán presupuesto adicional” para volverse medios convergentes.

Corral confirmó que se trata de una “contrarreforma”. “Este dictamen viola el espíritu y la letra de la reforma constitucional, es un paso hacia atrás. Es clarísimo que en este dictamen se ha privilegiado a las empresas dominantes por encima de las audiencias y de los usuarios”. Corral hace hincapié en la discriminación absoluta a los medios comunitarios y sociales. “Se les hace una reserva”, debido a que sólo podrán transmitir en una parte del espectro que nadie podrá escuchar.

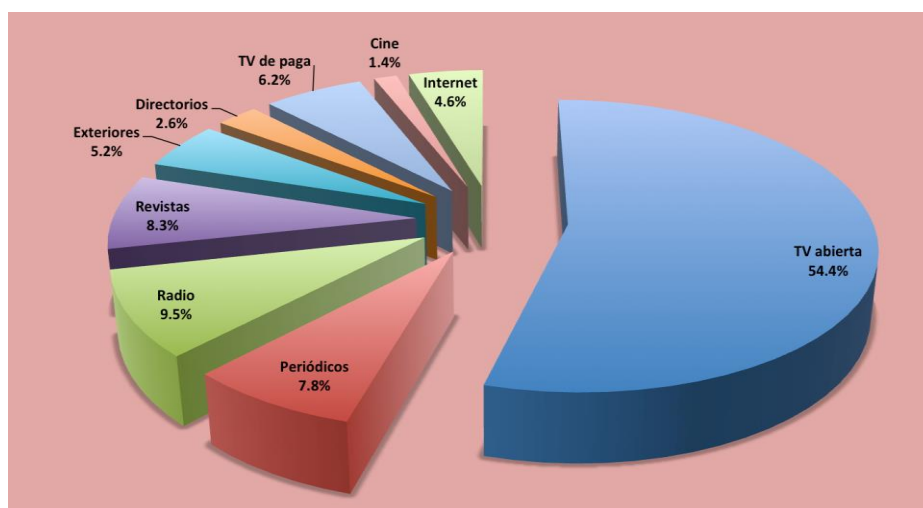
Otro claro beneficio que se desprende del dictamen es la posibilidad de que las estaciones de radio y televisión comercial puedan incrementar sustancialmente el porcentaje de su transmisión de publicidad. Del actual límite, que es 18% como máximo de su tiempo total de transmisión, ahora podrán comercializar hasta 38%.

La clave para incrementar el tiempo de publicidad está en la cuota de producción nacional y producción independiente. Pero la legislación carece de un fomento real de la producción independiente, tal y como la Constitución ordenó desarrollar los mecanismos para ello y no se aceptó la creación del fondo para el fomento de la producción nacional independiente. Corral Jurado reconoce que se ha agregado a la nueva ley un estímulo a toda aquella radiodifusora que apoye productos y proyectos de carácter independiente, pero se plantea de forma ambigua quién puede ser considerado productor independiente y ajeno a la corporación radiodifusora.

En los artículos 237 y 239 se permite a los concesionarios comerciales de televisión incrementar 2% su tiempo de comercialización si 20% de su producción es nacional (el Canal 2, de Televisa, y el 13, de TV Azteca, sólo tienen producción nacional), y en 5% si destinan 20% mínimo a la producción nacional independiente.

En televisión restringida se les permitirá comercializar hasta 6 minutos cada hora, a pesar de que ello viola las consideraciones de derechos de usuarios y de audiencia, ya que se trata de televisión de paga.

Ilustración 48. Mercado mexicano de la publicidad, 2005-2014



Fuente: Vidal Bonifaz, Francisco. "Mercado mexicano de la publicidad, 2005-2014" [en línea]. En: La Rueda de la Fortuna. 2 de junio de 2015.

No tardaron en denunciar trato preferencial del IFT a Televisa. Grupo Dish (sociedad de MVS con EchoStar y Telmex) fue sancionada con una multa de 57.4 millones de pesos, de los cuales sólo 14.4 millones corresponden a la telefónica de Carlos Slim por no haber notificado su pretensión de una posible concentración. La reacción de especialistas en el sector ha sido negativa. El profesor del ITAM Ramiro Tovar Landa afirmó que la multa de IFT confirma “el tratamiento claramente preferencial hacia una operación y discriminatoria hacia otra”.

La concentración de Televisa –que no puede ser prohibida por IFT debido a que el artículo 9 transitorio de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión excluye al organismo regulador de estas operaciones-, “nos vuelven a dejar claro cómo hay diferentes varas, diferentes medidas y criterios porque una adquisición cabal no se investiga”. Tovar insistió que la concentración nueva de Grupo Televisa se realiza al amparo del noveno transitorio que fue conocido como “Cláusula Cablecom” y ahora “Cláusula Telecable”.

Asimismo, los expertos en el tema de telecomunicaciones criticaron, “no llegaron las dos nuevas cadenas de televisión que se prometieron, pues solo hay una cadena nueva de un modelo informativo muy similar a las ya existentes”.

Jenaro Villamil, dijo que no se ve ahora alguna opción para dar vuelta atrás a esta reforma y lo que queda por hacer es denunciar las irregularidades, actos de corrupción y abusos del poder a través de los medios electrónicos. Insistió en que esto es el resultado de la idea que tiene la clase en el poder de que controlando a los medios podrá controlarse a la población. “El estado de censura que se pretende imponer, principalmente a los medios electrónicos, creo que a las audiencias, a los ciudadanos y a los periodistas, nos corresponde estarlo denunciando, porque si lo dejamos pasar no va a haber otra oportunidad”.

4.3. TELEVISA, MÁS CONCENTRADA

El problema de la concentración no se resolvió con una reforma constitucional, derivada de un pacto político inédito en México. Es más, hoy Televisa está más concentrada que hace un año. Hoy América Móvil no ha perdido su cuota de mercado como preponderante. Y es cierto que el nuevo órgano regulador de las telecomunicaciones impuso una serie de obligaciones a los agentes económicos preponderantes: Televisa y América Móvil, para crear mercados más competitivos, pero no han sido acciones suficientes para modificar el status quo de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones.

Con industrias tan concentradas se inhiben los intentos para participar en los mercados de las telecomunicaciones en México. Los impulsores de la reforma constitucional prometieron que durante el sexenio habría inversiones cercanas a los 50 mil millones de dólares durante este sexenio, pero las inversiones no han llegado como se esperaba porque el margen de maniobra es estrecho, no obstante las medidas regulatorias.

Es cierto, AT&T adquirió dos empresas: Iusacell y Nextel, pagó por ambas 4 mil 400 millones de dólares y se convirtió de la noche a la mañana en el tercer operador de la telefonía móvil en México, con 12 millones de clientes.

Ilustración 49. Adquisición de Iusacell y Nextel por parte de ATT&T



Fuente: www.primerahora.com.mx

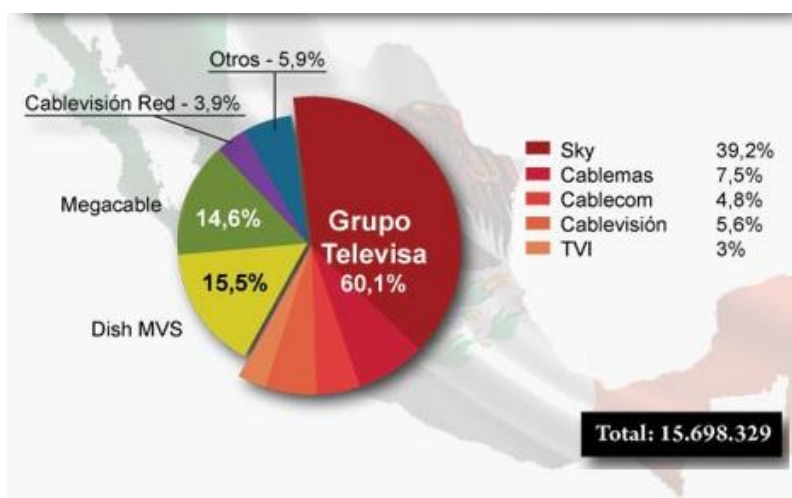
Se tiene que analizar si estas inversiones son producto de la reforma constitucional, o pudo haber incidido el nuevo régimen jurídico, sobre todo por la compartición de infraestructura de Telmex y Telcel, pero parece que otros factores impulsaron estas operaciones: la devaluación del peso frente al dólar, el crecimiento del valor de las frecuencias del espectro radioeléctrico, el anuncio de la venta de activos por parte de América Móvil y la visión de un modelo de negocio, menos doméstico, y más global entre México y Estados Unidos, aprovechando el crecimiento del poder económico del mercado hispano en la nación americana.

Pero en todo caso AT&T es casi la excepción de la regla. Es cierto que ya entraron al mercado nuevos operadores móviles virtuales, pero su evolución ha sido lenta y no alterarán la hegemonía de los tres principales operadores: América Móvil, Telefónica y ahora AT&T. Ni siquiera Virgin Mobile, de Richard Branson, pudo hacer un rasguño a la competencia y está prácticamente en banca rota en México. Se debe de analizar si hay otras áreas de oportunidad en la telefonía móvil, con tres grandes jugadores globales- no se ven-. Más bien existe una alianza de Televisa con Telefónica, para competir en mejores condiciones frente a América Móvil y AT&T. Y la absorción o compra de la mexicana Axtel, de Tomás Milmo, ya sea por parte de Televisa, Telefónica o la misma AT&T, acrecentando la concentración en el sector.

En el mercado satelital, Eutelsat sorprendió con la adquisición de Satmex por 831 millones de dólares, en julio de 2013, inmediatamente después de entrar en vigencia la reforma constitucional. Fue una operación bienvenida porque rescató a una empresa que estaba en desgracia desde hace varios años y alentó la esperanza de los millones de dólares que llegarían al país con motivo de la reforma estructural, pero se trató de una operación inusual. Al igual que otros sectores, el satelital es limitado, de pocas empresas y en general de pocos movimientos. Después de Satmex, escasas operaciones veremos en el mercado satelital mexicano.

En el mercado de la televisión de paga, tampoco se aprecian suficientes oportunidades, hoy, el mercado está más concentrado, Televisa ya tiene alrededor del 65% de este mercado. Y esto fue posible por la incorporación del artículo noveno transitorio de la LFTR, que permitió llevar a cabo este tipo de concentraciones sin autorización del IFT. Lo más inverosímil es que estas concentraciones posiblemente habrían tenido más dificultades de concretizarse con la anterior ley de competencia económica y el órgano regulador que las autorizaba, es decir, la Comisión Federal de Competencia.

Ilustración 50. Mercado de televisión de paga por operador



Fuente: IFT, www.ift.org.mx/

Analizando la concentración en radiodifusión, a inicio de febrero 2015, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) dio a conocer un estudio sobre lo que ven y escuchan las niñas y niños en México en la radio y la televisión.

Hay algunos datos que es importante recuperar. En 2014 niños y niñas pasaron frente a la TV un promedio de 4 horas con 34 minutos. De 2006 a 2014 la permanencia frente al televisor se ha incrementado 24 minutos. El canal que más se ve en la televisión abierta es el canal 5 y luego el canal 2, pese a que el este Canal solo tiene un programa con contenido dirigido al público infantil.

En cuanto a la televisión de paga, se observa el mismo hábito, los niños dedican más horas a ver los canales 2 y 5, de Televisa. En programación, al verse primordialmente los canales 5 y 2, tanto en televisión abierta y televisión de paga, es obvio que niñas y niños están expuestos, en primer lugar, a las telenovelas, en segundo lugar a los reality shows y en tercer lugar a los dramatizados unitarios. En cuarto sitio están las caricaturas y en quinto, otro género no destinado específicamente para ellos, los programas de concurso.

Esto sucede en nuestro país por diversas razones, entre éstas la ausencia de políticas públicas en materia de medios de comunicación y niñez, pese a que ya tenemos, incluso, una nueva ley sobre los derechos de niñas, niños y adolescentes. Esto también es consecuencia de un modelo de radiodifusión y telecomunicaciones muy concentrado, en pocas manos, y que no se ha modificado en décadas, no obstante la existencia del nuevo marco regulatorio. Así que el problema de las telecomunicaciones y la radiodifusión es no sólo un problema de fierros, de infraestructura, de negocios prósperos, sino también de contenidos, de contenidos de calidad.

El mercado de la televisión de paga sólo tendrá un giro interesante cuando Telmex pueda ofrecer el servicio en su red y si AT&T decide lanzar de manera directa DirecTV en México, aunque esto parece lejano, por ahora, considerando que DirecTV es socio de Sky, de Televisa, con más del 40% de las acciones. En caso de hacerse realidad ambos movimientos, habría un impulso a los servicios de triple play y la convergencia, en beneficio de los consumidores, pero tampoco modificaría sustancialmente las reglas de un juego en el que participan por ahora tres grandes jugadores (Televisa, América Móvil y AT&T).

En cuanto a la radiodifusión, la reforma constitucional buscó una democratización de los medios de comunicación, mayor diversidad y pluralidad, pero las acciones también son mínimas frente a los retos que se tienen en este terreno.

La licitación de las dos cadenas de televisión no generó demasiado interés. Al final del día, después de una enorme expectativa por la histórica apertura de la televisión, sólo llegaron a la final dos empresarios: Olegario Vázquez Raña y su hijo Vázquez Aldir, de Grupo Empresarial Ángeles, y Francisco Aguirre, de Grupo Radio Centro. Ambos empresarios o uno podrían romper el duopolio de la televisión, pero para quedarse con pedazo significativo del pastel publicitario y la audiencia tendrán que pasar algunos años.

4.4. EL DILEMA DE LA MULTIPROGRAMACIÓN

El problema de concentración tuvo otro revés con la aprobación de los lineamientos sobre multiprogramación, lineamientos que sin lugar a dudas implicarán un beneficio para los operadores actuales y en particular para la empresa que controla cuatro cadenas de televisión, ya que sin necesidad de pagar un centavo adicional por la sobreexplotación del espectro radioeléctrico ni de tener obligaciones para la apertura de su infraestructura a la producción nacional independiente, podrán multiplicar su oferta de señales o canales, acaparando más anunciantes y audiencia.

Después de las críticas, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) justificó los términos de los nuevos Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación, reiterando que no se trata de un “beneficio indebido” exentar el pago de contraprestación al duopolio televisivo. Por el contrario, considera que cobrar “desincentivaría el uso más eficiente del espectro y equivaldría a cobrar a prestadores de servicios de telecomunicaciones que implementan tecnologías novedosas para prestar más y mejores servicios con el mismo recurso concesionado”.

El coordinador general de Comunicación Social, Edgar García, afirmó que “todos los concesionarios, tanto de radio como de televisión abierta que han ejercido esta posibilidad... lo han hecho sin tener que erogar contraprestación alguna, pues el marco legal también así lo permitía”. “Si ahora el órgano regulador impone pago de

contraprestación, entonces incurriría en trato diferenciado y se podrían generar distorsiones en el mercado”, abundó la réplica del organismo.

La mayoría de los especialistas que no están vinculados a los intereses de Televisa o de TV Azteca considera que el no pago de la contraprestación es una irregularidad y, según Ramiro Tovar Landa, economista del ITAM, puede ser considerado anticonstitucional y violatorio de la resolución de la Suprema Corte de Justicia en el caso de la Ley Televisa, en 2006.

La polémica generada por el presunto “regalazo” del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) a las dos televisoras dominantes en el país (Televisa y TV Azteca), resalta algunos personajes como a Luis Videgaray, el secretario de Hacienda ya que no estuvo al margen de la discusión al interior del IFT para determinar que en materia de multiprogramación el duopolio que domina 95% del espectro televisivo no tendrá que pagar contraprestación, a pesar de que las arcas públicas del país necesitarán recursos en pleno recorte presupuestal.

El artículo 15 de la Ley de Telecom establece que es facultad del IFT “fijar tanto el monto de las contraprestaciones por el otorgamiento de las concesiones como la autorización de servicios adicionales vinculados a éstas, previa opinión no vinculante de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público”. La intervención de Hacienda se ratifica también en el artículo 99 de la misma ley: “Todas las contraprestaciones a las que se refiere esta ley requerirán previa opinión no vinculante de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mismas que deberá emitirse en un plazo no mayor de treinta días naturales. Transcurridos este plazo sin que se emita dicha opinión, el instituto continuará los trámites correspondientes”.

En el caso de la multiprogramación, el artículo 158 establece que el IFT otorgará la autorización a los concesionarios que lo soliciten, “incluyendo en su caso el pago de las contraprestaciones” debidas bajo cinco criterios: el número de canales y la

calidad técnica; límites al agente económico preponderante (Televisa); lineamientos para el pago de contraprestación; en ningún caso servirán para televisión o audio restringidos.

En otras palabras, la misma ley da atribuciones a la Secretaría de Hacienda para que intervenga. En su comunicado oficial, el IFT no menciona para nada a Hacienda, pero incorpora un argumento que el mismo Luis Videgaray mencionó en privado, con algunos concesionarios: el cobro desincentivaría “el uso más eficiente del espectro radioeléctrico”. Desde la aprobación de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, fue muy claro que el secretario de Hacienda encabezó las negociaciones tanto con los abogados de Televisa y TV Azteca (Javier Tejado Dondé y Pedro Padilla) como con los legisladores del Senado.

Múltiples testimonios reiteraron que fue Videgaray el artífice también de la llamada “cláusula Cablecom” que benefició ampliamente a Televisa, y que fue negociada directamente con Bernardo Gómez, vicepresidente del consorcio televisivo. Por si fuera poco, el actual comisionado presidente del IFT, Gabriel Contreras, tiene actualmente como coordinador de asesores al mismo personaje que trabajó con el excomisionado de la Cofetel, Gonzalo Martínez Pous, flamante vicepresidente jurídico de Televisa. Así o más coincidencias en este entramado de grupos de interés y de presión que siempre intentan capturar a los órganos reguladores.

TV Azteca prefirió litigar públicamente sus intereses a través de desplegados pagados en varios periódicos de circulación nacional. Según su desplegado, ellos pagaron “el equivalente a 650 millones de dólares por las concesiones y frecuencias con las que operan. Este pago se realizó por el uso pleno de las frecuencias, lo que incluye la multiprogramación”. De dónde concluye TV Azteca que el pago por la licitación de Imevisión incluía la multiprogramación cuando en 1993 ni existía la tecnología necesaria para la multiplexación.

La multiprogramación se utiliza en todo el mundo, pero en la mayoría de países avanzados se pagan derechos y una contraprestación. Incluso, en naciones como Gran Bretaña se paga una contraprestación en función de los ingresos que se generan por comercialización anual de los canales digitales, además del pago por el uso de derechos del espectro. En Hong Kong también sucede lo mismo y en otros países europeos también se establece ese pago.

4.5. TELEVISIÓN SE EMPODERA

El 27 de febrero del año pasado, el conductor de *El Noticiero* del Canal 2, Joaquín López Dóriga, asumió las funciones de vocero de la Presidencia de la República y anunció como un hecho el relevo de Jesús Murillo Karam de la Procuraduría General de la República (PGR), siendo la senadora con licencia Arely Gómez González, hermana de Leopoldo Gómez, jefe inmediato de López Dóriga y vicepresidente de Noticias de Televisa.

López Dóriga no citó ninguna fuente del gobierno federal. Ni el vocero presidencial Eduardo Sánchez ni el director de Comunicación Social, David López y menos el jefe de la Oficina de la Presidencia de la República, Aurelio Nuño, emitieron mensaje alguno para confirmar esa noticia sobre el primer gran enroque en el gabinete de Enrique Peña Nieto.

El mismo proceso para elegir al futuro ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, donde también Televisa juega como parte interesada, de los tres aspirantes, los espacios informativos de Televisa destacaron a Eduardo Medina Mora, exdirector del Cisen, exprocurador, exembajador y amigo desde la infancia de otro potentado de la televisora: Bernardo Gómez, vicepresidente de la empresa, así como exsocio de Alejandro Quintero, creador de TV Promo y vicepresidente Corporativo de Comercialización, artífice del “plan de acción” para llevar a Enrique Peña Nieto a la Presidencia de la República.

En poco más de tres lustros, Televisa pasó de necesitar al poder a erigirse en el poder del país. En abril de 1997, cuando se murió su principal accionista, Emilio Azcárraga Milmo, el consorcio enfrentaba el riesgo de que la familia Azcárraga perdiera el control. Fue necesaria la intervención del entonces presidente Ernesto Zedillo para que los acreedores nacionales y extranjeros renegociaran la deuda de la empresa y Emilio Azcárraga Jean mantuviera la dinastía.

Fue el mismo año en que el PRI perdió el control del Congreso y de la capital del país en las elecciones intermedias que marcaron el inicio de la alternancia política. En 18 años, el PRI no se ha recuperado de ambas pérdidas y en dos ocasiones ya cedió la presidencia de la República al PAN. Televisa, en cambio, se consolidó con la llegada de los panistas, y ante la abdicación de la clase política ante el mercado y la imagen, ocupó el espacio que tenían los partidos y la administración pública para la construcción de liderazgos.

Nadie se quiere pelear con el monopolio, a riesgo de que su imagen sea destrozada día y noche ante los ojos de millones de mexicanos cautivos. El presidente Enrique Peña Nieto es su máxima creación, lo dio a conocer y lo proyectó, le creó una imagen y le puso como esposa a una de sus estrellas de telenovela. El pago ya no es sólo gozar de condiciones para mayores rentas, sino participar en el gobierno.

Además de la demostración de la cohabitación del presidente Enrique Peña Nieto con ese poder fáctico, la encarnación de esa coexistencia es Aurelio Nuño, el jefe de la Oficina de la Presidencia, quien no autoriza una comunicación gubernamental de trascendencia si no pasa por el visto bueno de Televisa. Ese fue el caso del video que en enero del año pasado presentó el entonces titular de la PGR, Jesús Murillo Karam, para sostener la versión oficial sobre lo ocurrido con la desaparición de los 43 normalistas de Ayotzinapa. El video tenía todo el sello de Televisa.

Por consiguiente no debe parecer extraño el anuncio anticipado por Televisa del relevo de Jesús Murillo Karam de la Procuraduría General de la República (PGR) por la hermana de Leopoldo, vicepresidente de noticias de Televisa. Pero nada garantiza la lealtad, si Televisa necesita prescindir del PRI o aun de Enrique Peña Nieto, lo hará sin dificultad, investida en el gran elector en que la convirtió la clase política mexicana que sacrificó la democracia.

4.6. PREPONDERANCIA

Considerada por los especialistas como una de las decisiones más importantes del IFT, la resolución sorprendió incluso a personal del mismo instituto, que había realizado cuatro investigaciones y dos dictámenes preliminares que apuntaban justamente en sentido contrario: Televisa, además de ser agente económico preponderante en televisión abierta, tiene poder sustancial en los servicios de audio y televisión restringida.

Incluso el dictamen original, basado en el trabajo de la Autoridad Investigadora y la Unidad de Competencia Económica, concluía que Grupo Televisa sí tiene poder sustancial en el mercado de televisión restringida y por lo tanto se debían tomar ciertas medidas, como la prohibición de venta de publicidad “empaquetada” a través de televisión restringida y abierta (esa empresa es preponderante en televisión abierta al tener 68% del mercado), e imponer restricciones sobre la compra de contenidos, así como regular el mercado de las tarifas.

El IFT arroja a Televisa; no tiene poder sustancial en televisión restringida, determina. Fuentes del IFT confirmaron que hubo un intenso cabildeo del vicepresidente de Televisa, Alfonso de Angoitia, y de otros altos funcionarios de la empresa para que el órgano regulador no declarara con poder sustancial a la compañía. Las empresas que actualmente forman parte de Grupo Televisa: Cablemás, Empresas Cablevisión, Innova, Letseb, Televisión Internacional y Grupo Cable cuentan con la mayor participación en términos de suscriptores del STA pero lo

que contrarresta esa predominancia es que el resto de los competidores han crecido, afirmó el IFT a través del Diario Oficial de la Federación (DOF) este fue otro argumento para para que el IFT no declarara a Televisa como “agente con poder sustancial”.

Por su parte el 8 de julio de 2014 América Móvil, propiedad de Carlos Slim, comunicó a la Bolsa Mexicana de Valores “la desincorporación y venta de ciertos activos a favor de algún nuevo operador independiente”. El propósito, es dejar de ser agente económico preponderante; es decir, disminuir su control del 70 a menos del 50% del mercado del sector que agrupa la telefonía fija, la telefonía móvil y el Internet. Según la ley, tendrá que compartir su infraestructura y cobrar tarifa de interconexión cero a sus competidores más pequeños, como la española Telefónica –en pláticas con Televisa para formar una sociedad–, Maxcom y Nextel.

Ilustración 51. Comunicado de venta de activos por parte de América Móvil



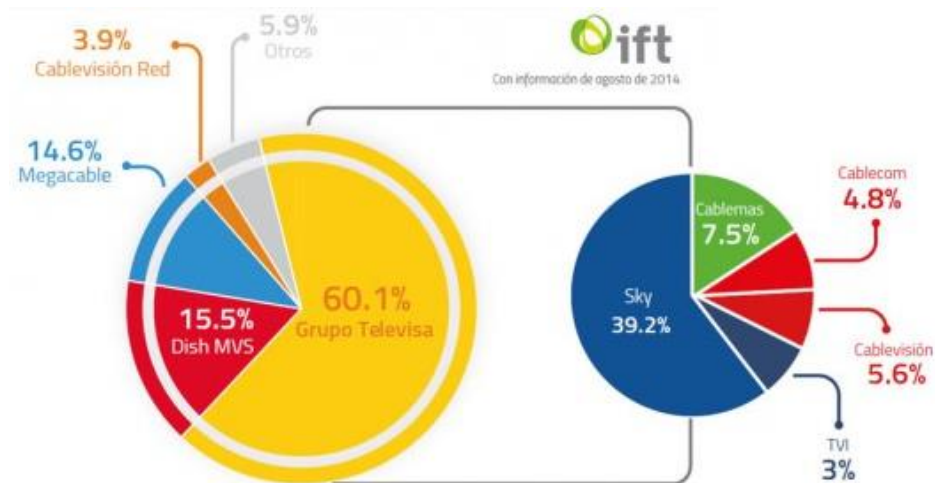
Fuente: <http://eleconomista.com.mx/industrias>

La decisión de cinco contra dos comisionados del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), de perdonarle a Televisa la condición de compañía con “poder sustancial en el mercado de televisión de paga”, fue destacada en The Wall Street Journal y Forbes como un beneficio a la empresa de Emilio Azcárraga Jean.

“Televisa evitará estricta regulación en televisión de paga en México”, tituló el ‘WSJ’, resaltando que “la decisión es importante porque Televisa, la compañía más grande en el mercado de televisión de habla hispana, evita regulaciones específicas en precios y en contenidos en su negocio de televisión de paga. La compañía podía haber sido forzada a vender alguna de sus filiales, si hubiera sido declarada con poder sustancial”.

La mitad de las ventas por 5.9 mil millones de pesos en el último año de Televisa provienen de las compañías de televisión por cable y satelital que controla el consorcio, la empresa controla 52% del mercado de televisión de cable y 71% de televisión satelital, pero el IFT argumentó que “la compañía no tiene suficiente poder de mercado para fijar precios o restringir servicios”.

Ilustración 52. Suscriptores de televisión restringida por operador



Fuente: IFT con información de agosto de 2014. www.ift.org

The Wall Street Journal citó cifras recientes donde se indica que, a pesar de que en otros servicios como la telefonía celular o el Internet los precios han disminuido desde la aprobación de la reforma de telecomunicaciones y la obligación a América Móvil, de Carlos Slim, a compartir su infraestructura, en el servicio de televisión de paga los precios se han incrementado. Según el Índice de Precios de Servicios de

Telecomunicaciones, las empresas de telefonía bajaron en el último año sus tarifas en 4.5%, mientras que las de televisión de paga las incrementaron en 0.5 %.

“Resolución controvertida sobre regulación antimonopolio a Televisa”, tituló la revista Forbes su reciente nota sobre esta decisión. Firmada por Dolia Estévez, la nota retoma los argumentos del IFT que, a última hora, decidió declarar no dominante a Televisa en este mercado, ya que el porcentaje de dominio en televisión satelital bajó de 64.1 a 62.2% en el caso de Sky (filial de Televisa), mientras que Grupo Dish incrementó de 14.3 a 16%. Forbes recordó el vínculo existente entre Televisa y el gobierno del priista Enrique Peña Nieto desde su campaña a la Presidencia, y el matrimonio que sostiene con la exactriz de telenovelas del Canal 2, Angélica Rivera, y el escándalo de la llamada “Casa Blanca”, detonado en noviembre de 2014.

Así como lo explica Jesús Cantú, “IFT protector de Televisa. Desde que se discutía la legislación secundaria en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, los especialistas advirtieron los riesgos que implicaba determinar la preponderancia por sector y no por servicio”. Sin embargo, la mayoría de los legisladores (diputados y senadores) ignoraron las advertencias y no únicamente dejaron pasar el proyecto en sus términos, sino que agregaron una nueva cláusula en el artículo 9 transitorio para permitirle a Televisa adquirir firmas de televisión restringida.

El resultado ha sido justo el que preveían en aquel momento los expertos: La concentración de Televisa con un poder sustancial en 2 mil 124 localidades; posee el 62.2% de los 16.1 millones de suscriptores de televisión restringida en el país y el índice de concentración de la televisión restringida más alto en Latinoamérica, casi el doble del de Chile. Lo peor es que dicho indicador de concentración ha crecido en 23% a partir de la aprobación de la legislación secundaria.

El favoritismo hacia Televisa se hace más evidente cuando se revisan el resto de los servicios de telecomunicaciones: en el de telefonía fija la reducción del índice de

concentración ha sido constante desde el primer trimestre de 2013 (incluso antes de la aprobación de la reforma) hasta el cuarto de 2014; lo mismo sucedió en el caso de telefonía móvil y banda ancha. Así, el único servicio en el que crece la concentración es en el de la televisión restringida.

Lo anterior se traduce en una afectación al bienestar de los consumidores, que tienen que soportar un incremento en los precios del servicio: Las diferencias entre el desarrollo de los distintos servicios claramente tiene que ver con las resoluciones que ha tomado el órgano regulador: la aplicación de la definición de actor preponderante y, en consecuencia, con una serie de medidas que han permitido disminuir los índices de concentración y abaratar el precio de los servicios.

La decisión de los comisionados del IFT consolidó de esa manera el proceso que inició el presidente Enrique Peña Nieto y sobre el cual el órgano regulador emitió sentencia con una resolución a todas luces insostenible. El trato privilegiado a Televisa únicamente puede interpretarse como el pago por los servicios prestados de parte del grupo de comunicación para construir una opinión pública que al final le permitió a Enrique Peña Nieto ganar la elección presidencial en 2012, y ahora por su aporte a la magnificación del discurso oficial, sobre todo en los momentos más difíciles, como el actual.

Es muy sintomático que justo en una de las coyunturas más críticas para el actual gobierno, particularmente por lo que hace a la grave crisis de derechos humanos que se vive en el país, los noticiarios de Televisa dediquen espacios privilegiados al secretario de la Defensa Nacional para defender la actuación del Ejército, y al subsecretario de Gobernación Roberto Campa para intentar desacreditar el informe de la CIDH. Así, mientras el gobierno se encarga de preservar los privilegios y el poder preponderante de Televisa, el consorcio se ocupa en incidir en la opinión pública para intentar restaurar la tan dañada imagen del Ejecutivo federal... Un

intercambio de favores sin que importen las consecuencias que esto tiene para la ciudadanía y el país.

A pesar de la emergencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la televisión sigue siendo el medio de comunicación con mayor penetración en México, y seguramente mantendrá dicha posición por algunos años más. De acuerdo con las cifras del IFT, también es evidente que el número de suscriptores de la televisión de paga en México casi se triplicó en los últimos ocho años, y de 2013 a 2014 creció en casi 9%; es decir, se trata de uno de los mercados con mayor crecimiento, lo cual lo vuelve muy atractivo para Televisa y el gobierno. Así, al menos en este servicio los presuntos objetivos de la reforma constitucional y legal en materia de telecomunicaciones y radiodifusión sucumbieron ante la voracidad del grupo Televisa y las necesidades del gobierno de Peña Nieto.

4.7. APAGÓN ANALÓGICO

Dar por terminada la transmisión de televisión analógica y entrar de lleno a la digital es una política que se está aplicando en todo el mundo y tiene ventajas; entre otras, libera espectro utilizable para diversos servicios de banda ancha y abre la arena para la competencia. Pero este panorama le erizo los cabellos a Televisa, consorcio que puso en marcha una campaña para retrasar el “apagón analógico”.

Errores en la operación del “apagón analógico” en Monterrey, medida que estaba prevista para aplicarse el 24 de septiembre del 2015, dieron pie a que la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), y en especial el presidente del Grupo Televisa, Emilio Azcárraga Jean, emprendieran una campaña mediática y un intenso cabildeo legislativo para postergar la fecha límite –31 de diciembre del 2015–

Dos meses y medio antes de ese plazo, el pasado 19 de octubre, la CIRT señaló: que el apagón de Monterrey no había sido exitoso, tal como lo habían anunciado el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y la Secretaría de Comunicaciones y

Transportes (SCT). Un estudio de la firma Nielsen-Ibope, responsable de medir los índices de audiencia o *rating*, afirmó que fueron 645 mil regiomontanos quienes se quedaron sin señal de televisión analógica, es decir, 16%. Los datos de Nielsen-Ibope fueron la señal de arranque de la intensa campaña mediática.

Ilustración 53. Apagón analógico



Fuente: www.redpolitica.mx

Azcárraga Jean afirmó en entrevista con Radio Fórmula que la fecha límite para el apagón debía aplazarse unos meses para no afectar a la población de escasos recursos, argumentando preocupación extrapolando la cifra de 16% de la población sin acceso a la señal televisiva, afirmó que más de 7 millones de mexicanos no podrían ver televisión, siendo esta su primera declaración pública en sentido contrario a una política gubernamental, implementada por el presidente Enrique Peña Nieto.

En sincronía con la CIRT y la propuesta de Azcárraga, el 22 de octubre los senadores Javier Lozano, del PAN, y Zoé Robledo, del PRD, propusieron dos iniciativas de reforma al artículo 5 transitorio en materia de telecomunicaciones para aplazar el apagón un año más.

El coordinador de la bancada del PRD, Miguel Barbosa, declaró su apoyo al aplazamiento del apagón, en la bancada del PAN, Javier Corral acusó a Lozano y Robledo de formar parte de un “nado sincronizado” para favorecer a las televisoras. En un memorándum dirigido a los legisladores de su bancada argumentó que modificar la reforma retrasará la competencia en televisión abierta, protegerá a las empresas de Televisa que ofrecen televisión por cable en la frontera y vulnerará el proceso de licitación de la “red compartida” en la banda de 700 Mhz.

Corral, fue más allá y acusó de mentiroso a Azcárraga. Afirmó que no es cierto que Televisa hubiera invertido para estar preparado para la transición de la tecnología analógica a la digital. Citando datos del IFT, afirmó que del total de señales complementarias en televisión (846) sólo 67 operan bajo el sistema digital, 313 tienen solicitud de migración y más de 55% (466) ni siquiera han hecho esa solicitud.

En noviembre de 2015, se daría otro regalazo al duopolio televisivo. La reforma legal promovida de manera subrepticia por los senadores Roberto Gil Zuarth y Javier Lozano para condonar multimillonarias multas a Televisa y TV Azteca derivadas del apagón analógico, serían avalada al más alto nivel del Partido Acción Nacional (PAN). Según Corral, “Esa reforma que beneficia al duopolio de la televisión es avalada por Ricardo Anaya, dirigente nacional, quien es aspirante presidencial. Tiene que ver con seguir reforzando la relación con la televisión, esperando que lo promuevan.”

La reforma presentada subrepticamente por Gil, tiene dos partes:

Una, con la que no hay problema, tiene que ver con permitir a los medios públicos un programa gradual de apagón analógico de sus estaciones repetidoras para que no se les aplique multas, que procede en caso de suspender sin causa justificada las transmisiones de televisión a partir de enero.

“Esto es en realidad un señuelo, porque lo delicado es la segunda parte:

Gil Zuarth modifica una palabra, “permisionarios” por “operadores”, para abrirle también el beneficio de la condonación de la multa a las televisoras privadas, toda vez que éstas no invirtieron en la digitalización de sus señales complementarias o repetidoras”.

Existen aproximadamente 846 estaciones complementarias que cubren las zonas más pobres y marginadas de México, donde Televisa y TV Azteca no invirtieron precisamente porque no hay mercados publicitarios, y es por las que pueden ser multadas. Corral expresa “Esta iniciativa desvela también toda esta operación embustera que habían que posponer el apagón analógico porque no se habían terminado de entregar los televisores a los más pobres y se iban a quedar sin ver telenovelas. No era un problema de recepción digital, era un problema de transmisión digital, de transmisores, no de televisores”.

En el artículo 157 de la Ley Federal de Telecomunicaciones constan las causas o motivos justificados para poder suspender transmisiones televisivas y en el 299 se establece el tabulador para la sanción, que va de 6 a 10% sobre sus ingresos totales, “y esto es lo que van a modificar de la ley. Ese es el fondo de la iniciativa Gil Zuarth”.

Según Corral, “Es la colusión de intereses entre actores políticos y las televisoras, es evidente que de aquí al 2018 estas cosas las vamos a ver muy seguidas. Ya viene la cascada de regalos para la tele, porque de lo que se trata es de amarrar la alianza con la televisión en una maniobra. Televisa y TV Azteca dejarían de pagar por multas entre 400 y 600 millones de pesos.” Corral recuerda que no es la primera vez que Gil Zuarth maniobra para complacer a las televisoras. En diciembre de 2013, en la discusión sobre la reforma política, el diputado panista Homero Ricardo Niño de

Rivera Vela⁵¹, presentó una reserva para cambiar la palabra “comprar” tiempo en radio y televisión por “adquirir” como causa de nulidad de una elección.

Los senadores se percataron cuando les llegó la minuta e hicieron el reclamo. El propio presidente Enrique Peña Nieto tuvo que enviar una iniciativa para hacer la enmienda, gracias a la presión de PAN y PRD en el Pacto por México. Y se repuso la palabra “adquirir” cobertura informativa o tiempos en radio y televisión, y no la palabra “comprar”. La palabra ‘comprar’ valía miles de millones de pesos, porque modificaba el modelo de comunicación política. Como ahora esta palabrita de ‘permisionarios’ por ‘operadores’ vale cientos de millones de pesos...”

4.8. EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En marzo de 2015 MVS Radio dio por terminada la relación laboral con la periodista Carmen Aristegui e indica en el comunicado -sin especificar nombres- que separó a los dos colaboradores de Carmen Aristegui (Daniel Lizárraga e Irving Huerta) por pérdida de confianza “al haber comprometido el nombre de MVS, sin contar con facultades para ello y sin haberlo consultado previamente con la administración de la empresa”.

El Grupo MVS despidió a Lizárraga y Huerta el jueves pasado, periodistas responsables de “*la investigación de la Casa Blanca*” de la familia presidencial y del reportaje sobre Cuauhtémoc Gutiérrez de la Torre, el líder priísta que operaba desde la sede de ese partido en el Distrito Federal una red de prostitución y pederastia.

El conflicto inició luego de que Aristegui anunció que su espacio de noticias en MVS se sumaba al proyecto MéxicoLeaks. Luego, dicha empresa emitió un comunicado en el que se deslindó de la iniciativa y descalificó a sus propios colaboradores, argumentando que no había autorizado el uso de la marca “Noticias MVS” para

⁵¹ Quien ahora es asesor de Gil Zuarth, y el presidente de la Cámara de Diputados cuando se le dio entrada a esa propuesta era Ricardo Anaya, actual presidente del PAN.

relacionarla con el proyecto, hecho que a su juicio implicó “un muy lamentable abuso de confianza”, mientras al mismo tiempo señalaba que MexicoLeaks es “una iniciativa legítima de la sociedad”. El despido de los dos colaboradores de Aristegui por parte de Grupo MVS desató una ola de críticas en redes sociales y una inmediata movilización de radioescuchas que se concentraron frente a las instalaciones de esa empresa.

Ilustración 54. Críticas por despido de Carmen Aristegui



Fuente: <http://latlayuda.mx/>

La periodista Carmen Aristegui denunció que desde noviembre de 2013 se había iniciado una “campaña sucia” en su contra. “Hay una maquinaria echada a andar y desde algún sitio con propósitos de fastidiar, de hostigar, de inhibir las conductas críticas y periodísticas”. Informó que ese mismo mes se difundieron volantes en la ciudad de México, particularmente en Polanco, que usurpando el logotipo del Movimiento de Regeneración Nacional, se ha pactado con Carlos Slim una candidatura para Carmen Aristegui. Explicó que la campaña incluye llamadas telefónicas, conferencias falsas, volantes, “bots” en la red social Twitter y videos.

Reportó que sus radioescuchas han denunciado que reciben llamadas telefónicas por la madrugada que semejan de manera burda y amateur un anuncio promocional del equipo de Aristegui Noticias.

Otro ejemplo del poder de los propietarios de los medios de comunicación; al cumplir sus primeros 30 días al frente del gobierno estatal de Nuevo León, Jaime Rodríguez Calderón, “El Bronco”, se reunió con representantes de los medios de comunicación para anunciar las acciones realizadas, pero las televisoras le hicieron el vacío, “como no le pagamos a Televisa, Multimedios y TV Azteca, no lo sacan”, dice gobernador.

Rodríguez Calderón advirtió que para 2016 no habrá ni un solo peso para la televisión, y eso –dijo– supondrá un ahorro de mil 131 millones de pesos. En gobiernos anteriores, una tajada de esa partida iba directamente a las cajas de las televisoras para que difundieran eventos del gobierno e hicieran enlaces en vivo para el lucimiento del gobernante.

Ilustración 55. Jaime Rodríguez Calderón, Gobernador de Nuevo León



Fuente: www.ndmx.co

El pasado 13 de octubre, tras una gira que hizo por el sur del estado, publicó en su cuenta de Facebook la fotografía de una camioneta de Televisa cuyos reporteros lo grababan de lejos. Según el mandatario estatal, en el futuro el consorcio televisivo lo atacará por usar la aeronave. Hasta ahora no se ha dado un pleito público con TV Azteca, pero el medio de Ricardo Salinas Pliego tampoco cubre eventos de ‘El Bronco’. Eventualmente las televisoras transmiten notas sobre el gobernador, pero

casi siempre con un enfoque crítico, tendencia que contrasta con la cobertura que daban al gobierno de Rodrigo Medina.

Al asumir la gubernatura, Rodríguez Calderón advirtió que TV Nuevo León, que se sintoniza en Canal 28, sería el medio para conectarse con la gente. Sin embargo, encontró una televisora quebrada y muy atrasada en tecnología, por lo que será necesario inyectarle 110 millones de pesos de manera urgente.

Tras la “guerra” emprendida con las empresas televisivas, a ‘El Bronco’ no le ha quedado más que emplear a la televisión estatal como un medio para entrar a los hogares. El gobernador también ha acudido al sistema de transmisión virtual Periscope, herramienta que utilizó durante el periodo de transición para transmitir en vivo todas las sesiones de entrega-recepción. Incluso por primera vez en la historia de Nuevo León, difundió a través de ese medio la primera licitación de obra pública del Sistema Estatal de Caminos.

4.9. CONVENIO GOBIERNO-MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Convertido en set del programa *Hoy*, de Televisa, el Palacio Nacional en agosto de 2014, recibió a Legarreta y a Raúl Araiza, quienes “entrevistaron” al mandatario a propósito de las reformas surgidas del Pacto por México, en la particular la energética, la financiera, la de telecomunicaciones y la de transparencia. Dicho programa, clasificado como “de revista”, su programación se ha alterado desde hace años, cuando transmiten desde algún estado de la República e invitan a gobernadores y alcaldes en su calidad de anfitriones y, señaladamente durante procesos electorales, cuando entrevistan candidatos.

El segundo encuentro con Peña Nieto, se da ante la proximidad de su Segundo Informe de Gobierno que entregó el 1 de septiembre al Congreso y, según los conductores, se fragmentó para transmitirse a lo largo de la semana. La justificación sobre la “entrevista” es que hay muchas preguntas de los televidentes y estos

conductores se habían encargado de realizar una selección de las mismas para plantearlas al mandatario.

Ilustración 56. Entrevista al presidente Peña Nieto



Fuente: www.radioformula.com.mx

A principios de diciembre de 2014, en una cena ofrecida por Televisa con motivo del III Foro de la Comunicación celebrado en el marco de la Cumbre Iberoamericana, el presidente Enrique Peña Nieto aseguró que los medios de comunicación son “*forjadores de nuestras democracias*”. El presidente de México, aseguró que la empresa Televisa es “motivo de orgullo” para los mexicanos.

En su oportunidad, Emilio Azcárraga Jean, presidente de Grupo Televisa, dijo que su empresa tiene la convicción de “intercambiar experiencias (con el gobierno) y trabajar juntos en la dirección marcada por la propia sociedad, en favor del desarrollo y del bienestar de nuestros países”.

Como lo describe Álvaro Delgado, “*Peña a los pies de Televisa*. Y no porque esta empresa haya informado a los mexicanos de los asuntos de corrupción e incompetencia del gobierno, –más bien ha sido fiel a su historia de omisión cómplice– sino porque si se lo propone, puede llevarlo literalmente al despeñadero.”

Para algunos, pensar que es equivocado hacer un reconocimiento a esta gran empresa mexicana. Pero para el presidente de la República es motivo de orgullo tener una empresa mexicana productora del mayor número de contenidos de habla hispana, que proyecta a nuestro país no sólo en las naciones de habla hispana, sino en el mundo entero. “Tamaño apología a Televisa no puede ser fortuita en un contexto de rechazo popular, por ahora la tabla de la que se aferra Peña es Televisa.”

Otro ejemplo de este concubinato gobierno-televisa se presentó el 26 de enero, en el mismo programa encargado de la entrevista a Peña Nieto sobre las reformas, la pareja de conductores Andrea Legarreta y Raúl Araiza, volvieron a repetir la dosis de propaganda oficial disfrazada de una “plática casual” para afirmar que el incremento del dólar no afecta la economía de los mexicanos. Pero no fue todo; la confesión de la conductora de que ellos no dieron una opinión personal sino algo ordenado por la producción confirmó lo que era un secreto a voces, demostró que el teleprompter⁵² del programa se ajusta para hacer “comentarios casuales” a favor del gobierno federal.

Esta práctica, conocida como infomerciales (propaganda disfrazada de opinión o información) está prohibida para los partidos políticos desde la reforma de la Ley Federal de Radiodifusión y Telecomunicaciones y la reforma al artículo 41 constitucional, pero hay un vacío regulatorio en este tipo de propaganda gubernamental que no es explícita, pero se inserta en el contenido de los programas.

Gracias a esta ambigüedad regulatoria, fue la utilizada en dicha entrevista, para hablar bien sobre las reformas estructurales recién aprobadas en el Congreso. El exlegislador federal Fernando Belauzarán del PRD, ha sido uno de los pocos políticos que comentaron este episodio señalando que se trata de un “spot mal disfrazado”.

⁵² El *teleprompter*, es un aparato electrónico que refleja el texto de la noticia, previamente cargado en una computadora, en un cristal transparente que se sitúa en la parte frontal de una cámara.

Ilustración 57. Spot de televisa



Fuente: <http://www.proceso.com.mx>

A principios de año Andrés Manuel López Obrador afirmó que los dueños de comunicación son “los que mandan en el país, los propietarios de los medios administran la ignorancia, ya que son ellos quienes deciden qué informan, a quién alaban y a quién destruyen de acuerdo a sus intereses”.

4.10. LOS VERDADEROS “MEDIOS PÚBLICOS”

Para Ernesto Villanueva se debe de tener bien claro lo que son los verdaderos “*medios públicos*”. En el periodo de sesiones del Congreso de la Unión, del 30 de abril del 2014, se esperaron las leyes secundarias de telecomunicaciones, donde se incluiría al fin la figura de los medios públicos, los que jurídicamente nunca han existido:

De manera desafortunada, desde el gobierno de Vicente Fox se tuvo la ocurrencia de definir a los “medios públicos” como medios del gobierno. Vemos medios “públicos” que son instrumentos de propaganda de los gobernadores y alérgicos a toda expresión plural y crítica. De facto, en el ámbito federal hay dos medios que si bien legalmente no son públicos funcionan como tales: Canal 22 y Radio Educación. De

ahí la oportunidad de aprovechar la ley secundaria para ahora sí dar vida a medios públicos a imagen y semejanza de un Estado democrático de derecho.

Para la UNESCO, los rasgos distintivos de los medios públicos son:

- a) Universalidad: Los medios públicos deben ser accesibles a cada uno de los ciudadanos a través del país (...) esto obliga a los medios públicos a dirigirse a la población entera y buscar ser vistos por el mayor número posible;
- b) Diversidad: Los servicios ofrecidos (...) deben diversificarse por lo menos de tres formas: por el género de los programas ofrecidos, por el grupo objetivo de audiencias y por los temas de coyuntura o interés;
- c) Independencia: Los medios públicos deben ser un foro en el que las ideas se expresen libremente y donde la información, la opinión y la crítica circulen, de forma que se permita la libertad del medio público a oponerse contra la influencia comercial o política; y
- d) Distinción: Los servicios ofrecidos (...) deben distinguirse de aquellos que ofrecen la radio y televisión comerciales.

Hay que estar pendientes de que los medios públicos tengan acceso a la publicidad comercial y/o presupuestos para que puedan salir de la marginalidad. El derecho de réplica debe ser para todos los medios audiovisuales y no sólo para los públicos –de hecho lo tienen, además del Canal 22 y Radio Educación, el Canal 11 y el IMER, en sus códigos de ética, que funcionan razonablemente–.

Los medios de comunicación con cargo al erario deben tener características distintas a los comerciales para justificar su existencia en un Estado democrático de derecho. Irónicamente, en la actualidad hay mejores leyes, pero persisten prácticas tan recurrentes como cuestionables. Tanto la Ley Federal de Telecomunicaciones como la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano dan luces formales de lo que deben ser los medios públicos.

En Jalisco el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRT) firmó un conspicuo convenio para llenar su barra programática con la empresa Radio Fórmula. Pero cada medio debe atender a su propia naturaleza, a sus propias audiencias, a la lógica de su existencia y a su propósito.

El destino de Radio Educación es muy incierto aunque es el primer medio público en el país, así como referente nacional e internacional de contenidos propios de gran valor educativo y cultural. Existe la expectativa de que con la nueva Secretaría de Cultura haya más capacidad de gestión para Radio Educación, siempre restringida en lo presupuestal por la naturaleza de sus contenidos. En efecto, paradójicamente, el problema de Radio Educación ha sido su independencia editorial y el hecho de dar cabida a las más diversas expresiones sociales. Si estuviera en Suecia o en Alemania, proyectos como Radio Educación proliferarían. Pero aquí la emisora es percibida como germen de peligro para el statu quo por quienes deciden, y su condena ha sido la marginalidad.

Pero precisamente esta existencia de pesos y contrapesos –sobre todo cuando hay inteligencia y buena voluntad, como sucede ahora– explica por qué Radio Educación es lo que es. Resulta importante para el país que la estación mantenga intacta su identidad (por cierto, actualmente la ley la obliga a ser lo que siempre ha sido).

4.11. LAS INVERSIONES QUE NO LLEGAN

En julio de 2013, recién promulgada la reforma constitucional de telecomunicaciones, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes presumió en sus informes que, gracias a estos cambios, se esperaban inversiones públicas y privadas por más de 700 mil millones de pesos en el sexenio –es decir, 300 mil millones de pesos más que durante el gobierno de Felipe Calderón.

Las cuentas alegres de la SCT afirmaban que 10.6% de esa inversión (74 mil millones de pesos) serían de inversión pública que “detonará la inversión privada”.

Además, se destinarían 19 mil millones de pesos para comprar y repartir casi 13 millones de televisores digitales en los hogares de menores recursos como parte del programa conocido como Televisión Digital Terrestre (TDT) y 39 mil millones de pesos irían para el proyecto de la red compartida de la banda 700 Mhz. Paralelamente se licitarían dos cadenas de televisión digital abierta, a través del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

A más de un año de estas reformas, las grandes inversiones no han llegado, las licitaciones más importantes de la SCT se han atorado y las sospechas sobre conflicto de interés, sobreprecios y trato favorables a grandes consorcios internacionales se han acentuado.

De la anterior investigación documental se desprenden las siguientes tablas de los diferentes especialistas:

Tabla 6. Diagnostico Situacional, Jenaro Villamil y Ramiro Tovar

Jenaro Villamil			Ramiro Tovar	
<p>Freno a la entrada de Telmex al mercado de la televisión restringida (la modificación del apartado 1.9 del título de concesión.</p>	<p>Viola la noción de “agentes económicos preponderantes” y los criterios antimonopólicos del artículo 28 constitucional.</p>	<p>Criterio de preponderancia por “sector” y establece un artículo 9 transitorio para permitirle a Televisa seguir adquiriendo nuevas empresas en televisión restringida.</p>	<p>El IFT justificó el “beneficio indebido” al exentar el pago de contraprestación al duopolio televisivo, por el Acceso a la Multiprogramación.</p>	<p>La concentración de Televisa se realiza al amparo del noveno transitorio que fue conocido como “Ciáusula Cablecom” y ahora “Ciáusula Telecable”.</p>
<p>Viola la esencia misma de la ley: no es un ordenamiento jurídico convergente. Al contrario, es divergente. Impide el total play y el acceso de los ciudadanos al margen del mundo digital.</p>	<p>Viola los derechos de las audiencias al reducirlos a nociones vagas, generales, sin indicar cómo se defenderán y quiénes las defenderán claramente</p>	<p>El IFT perdona a Televisa la condición de compañía con “poder sustancial en el mercado de televisión de paga, radio” evitando reglas asimétricas como las aplicadas a Telmex, incrementando las tarifas en 0.5%.</p>	<p>Propaganda oficial disfrazada de una “plática casual” en programas de Televisa, está prohibida para los partidos políticos en la reforma de la LFRT y la reforma al artículo 41 constitucional, pero hay un vacío regulatorio en este tipo de propaganda de gobierno</p>	<p>El no pago de la contraprestación por la multiprogramación es una irregularidad y se considera anticonstitucional y violatorio de la resolución de la Suprema Corte de Justicia en el caso de la Ley Televisa, en 2006.</p>
<p>Viola la noción de telecomunicaciones y radiodifusión como “servicios públicos” para concebirlas como “servicios de interés público”.</p>	<p>Medios comunitarios e indígenas únicamente tengan un rango de 20 watts de potencia y sus torres una altura de sólo 30 metros.</p>	<p>Violación del Artículo sexto constitucional. Al incorporar medidas de censura previa, de persecución e intrusión en las redes cibernéticas.</p>	<p>Viola la autonomía del IFT que se convierte en una instancia tutelada por el Ejecutivo federal: SCT, Gobernación y Hacienda. Otorga facultades a Gobernación en materia de contenidos</p>	<p>Tarifas de interconexión, la tarifa cero al preponderante desestimara la inversión en el sector tanto de este como de los demás operadores.</p>
<p>Inversiones que no llegan, “red compartida de servicios de telecomunicaciones” en la banda de 700 Mhz</p>	<p>Apagón analógico, Grupo Televisa, emprendieron una campaña mediática y un intenso cabildeo legislativo para postergar la fecha límite —el 31 de diciembre del 2015—.</p>	<p>El tema de las dos cadenas de TV no se ha cumplido hasta la fecha</p> <p>Propiedad cruzada</p>	<p>Televisa se empodera, incrusta dos de sus tentáculos en las más altas esferas del Estado: Los poderes Judicial y Ejecutivo Arely Gómez González, Eduardo Medina Mora.</p>	

Fuente: Elaboración propia, con datos de la Revista Proceso y con análisis de Jenaro Villamil.

Tabla 7. Diagnostico Situacional, varios Autores

Javier Corral		Álvaro Delgado	Ernesto Villanueva	
Posibilidad de las estaciones de radio y televisión comercial para incrementar la publicidad del 18% hasta 38%, debido al aumento de la cuota de producción nacional y producción independiente, con definición vaga de estos términos.	Apagón analógico Televisa no invirtió para la transición analógica a la digital. Modificación del artículo 157 de la LFT para que sus estaciones repetidoras no se les apliquen multas	Condonan multimillonarias multas a Televisa y TV Azteca derivadas del apagón analógico, ya que no invirtieron precisamente en las zonas más pobres y marginadas de México porque no hay mercados publicitarios.	Y estoy en contra de que a la emisora se le otorgue una concesión de FM; deben ser varias en diversos puntos del país, para que la alfabetización mediática, y pueda aprovecharse esa vocación educativa, cultural y artística para bien del pueblo	Violación a nuestros derechos de acceso a la información , a la cultura y a los servicios de calidad, plurales, con aportaciones culturales y salvaguardando los derechos de las audiencias, para el equilibrio entre la publicidad y la programación.
Discriminación absoluta a los medios comunitarios y sociales. “Se les hace una reserva”, sólo podrán transmitir en una parte del espectro que nadie podrá escuchar.	Preponderancia por “sector” y establece un artículo 9 transitorio para permitirle a Televisa seguir adquiriendo nuevas empresas en televisión restringida.	Jesús Cantú Determinar preponderancia por sector y no por servicio permitió a televisa adquirir más compañías concentrándose aún más, afectación al bienestar de los consumidores, por el incremento en los precios.	La publicidad es aberrante , porque ésta se contabiliza por día y no por hora, lo cual permite que en los horarios estelares se sobreexponga a la audiencia a los anuncios.	No se aceptó la creación del fondo para el fomento de la producción nacional independiente, para impulsar una diversidad y pluralidad de contenidos en materia de radio y televisión, y aumentar la calidad de contenidos”.
El posponer el apagón analógico , no era un problema de recepción digital, era un problema de transmisión digital, de transmisores, no de televisores.	La autorregulación de los propios medios en cumplimiento de estos derechos (los códigos de ética), que no están incorporados dentro de las facultades del IF.	Grave crisis de derechos humanos , los noticiarios de Televisa dediquen espacios para defender la actuación del Ejército, y para intentar desacreditar el informe de la CIDH.	Medios “públicos” que son instrumentos de propaganda de los gobernadores y alérgicos a toda expresión plural y crítica	
Marginar e ir en contra de los derechos de las comunidades indígenas . Los medios comunitarios e indígenas únicamente tengan un rango de 20 watts de potencia y sus torres una altura de sólo 30 metros.	IFT es una instancia tutelada por el Ejecutivo federal: SCT Gobernación y Hacienda. (Segob) en materia de contenidos	Beatriz Solís En el artículo 41 transitorio se ordena que Canal Once, del IPN, o TV UNAM “no tendrán presupuesto adicional” para volverse medios convergentes.		

Fuente: Fuente: Elaboración propia, con datos de la Revista Proceso y con análisis de los diferentes autores.

Comentarios finales del capítulo

La importancia de los medios para el capitalismo se ha vuelto hoy cada vez mayor, vivimos "una fase cualitativamente nueva del desarrollo capitalista en la cual el capital mediático y cultural son de importancia central para la acumulación capitalista". La producción de formas simbólicas —por ejemplo, el discurso— es un subsistema específico de la economía capitalista. Los medios además tienen importancia ideológica.

Althusser (2003) los identificaba como parte de los Aparatos Ideológicos del Estado, la base material de la ideología y encargados de diseminarla para garantizar la reproducción de las relaciones de producción capitalista. Fuchs (2010) recuerda que para Marx y Engels los medios frecuentemente juegan un rol ideológico de tecnologías de la conciencia y legitiman la dominación de modo tal que el statu quo es naturalizado por los medios y representado como cosas inmodificables. La famosa cita de *La Ideología Alemana* cobra hoy pleno sentido cuando pensamos en el rol ideológico de los medios y su alianza con el capital, "la clase que tiene los medios de producción materiales a su disposición tiene el control, al mismo tiempo, sobre los medios de producción mental" (Marx, 1970).

Bajo estas premisas se puede por un lado, considerar al campo comunicacional como parte de "los nuevos fenómenos que caracterizan el capitalismo en la era de la globalización" (Harnecker, 2005: 144) y, por otro, conceptualizarlos como un campo de poder donde se expresan dinámicas tanto transicionales como de conservación del sistema político (Bourdieu, 1998; Fairclough, 1997; Garretón, 2007).

México pudo por fin, después de décadas, impulsar una reforma estructural en telecomunicaciones y radiodifusión. Por supuesto, la Reforma tiene algunos méritos, entre éstos la creación de un órgano regulador autónomo, pero en general fue una reforma insuficiente para crear un nuevo modelo comunicacional, acorde a los cambios sociales y políticos que ha vivido México en las últimas décadas. La

Reforma estructural no fue tan estructural, quedó corta acotada justo por los intereses que también durante décadas impidieron la actualización de su marco jurídico. En el fortalecimiento de la democracia mexicana, aún hay una deuda pendiente en telecomunicaciones y radiodifusión. La pregunta es si tendrán que pasar 40 años más para saldar esta deuda con la sociedad.

Volvemos a vivir en versión reforzada el nuevo sexenio de Televisa, eso es lo que estaba en juego. Estaba en duda el cumplimiento a la demanda que hizo marchar en 2012 a cientos de jóvenes y a muchos mexicanos hartos del modelo de control informativo y de la tesis de la “televisión para jodidos”. Se puso en juego, una vez más, la democratización del régimen de medios en este país.

Una vez realizado el diagnóstico, nos percatamos que el gran problema se suscita debido a que no existe un contrapeso de los medios de comunicación privados y esta es la premisa de la propuesta, reconocer a los medios de comunicación públicos y comunitarios, así como reservarles un tercio del espectro radioeléctrico y estar pendientes de que tengan acceso a la publicidad comercial y/o presupuestos para garantizar su participación.

En el siguiente capítulo se detalla éste y demás puntos de la propuesta.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

El objetivo de este capítulo es el de realizar una propuesta de Reforma de la Ley de Telecomunicaciones para estar en la posibilidad de la democratización de los medios de comunicación en México, utilizando como base los anteriores capítulos y poder demostrar nuestra hipótesis de trabajo, así como de responder nuestras preguntas de investigación.

CAPÍTULO V. PROPUESTA

5. PROPUESTA

La nueva ley Mexicana desplegada sobre el sector de las Telecomunicaciones, si bien registra avances en el control de la concentración, da mayor status a los medios públicos e incorpora la figura de los defensores de las audiencias, recuesta su cuerpo normativo en la regulación de un servicio público mercantilizado, sin comprender en sus fundamentos que la comunicación es un derecho humano básico e inalienable de todas las personas –basada en las recomendaciones registradas en la Convención Americana sobre Derechos humanos del Pacto de San José de Costa Rica⁵³ (22 de noviembre de 1969) – que los Estados están obligados a garantizar con políticas que impidan la concentración mediática en pocas manos.

Aún con sus deficiencias, la ley mexicana admite, por primera vez, que los propietarios de los medios audiovisuales no lo son en simultáneo de toda la comunicación y, mucho menos, los garantes últimos de la "libertad de expresión". Ahora se los llama "concesionarios", es decir, administradores eventuales de las frecuencias que pertenecen a todos los habitantes del país, e impone al gobierno del mandato de evitar cartelizaciones y cruces empresarios que restrinjan la competencia.

Quedó como rudo trabajo para el IFT (el Instituto Federal de Telecomunicaciones), las resoluciones complementarias que traduzcan las exigencias de la ley en hechos concretos. Así, los grupos de la sociedad civil tienen una sensación ambigua frente al nuevo escenario. Admiten que es un logro, que incluye algo de su pelea de décadas, pero apuntan que la convergencia de una perspectiva excesivamente mercantil y tecnológica y una perspectiva de derechos políticos a ser tratados en un solo ámbito,

⁵³ El Pacto, en su punto 12, llama a los países adherentes a combatir los "monopolios públicos y privados" de la comunicación porque estos "conspiran contra la democracia".

bajo la jurisdicción de una única autoridad de aplicación, hace las cosas más difíciles y por momentos, casi impracticables.

Aunque se puso en marcha la Televisión Digital Terrestre, el sistema de medios públicos no tiene presupuesto garantizado por ley, sólo se reconocen nueve derechos a las audiencias y según los especialistas, hay riesgo de que los llamados a "la pluralidad y la diversidad" queden en letra muerta o en las buenas intenciones del legislador, frente a la presión empresarial.

Entre otras cosas, lo más importante es reconocer que toda comunicación es de interés público, dividida entre actores estatales, de gestión privada con fines de lucro y privados o comunitarios sin fines de lucro; y al ser un derecho humano garantizado por el Estado, el mercado no se puede arrojar su tutela o predominancia. Según los expertos, queda claro que una cosa es la libertad de empresa⁵⁴ y otra la libertad de expresión, y ante cualquier colisión de intereses, la segunda tiene prioridad por ley.

Aquí suena lógico que un monopolio deba, en teoría, ceder la supremacía de sus licencias, aunque lógico no quiere decir practicable, es difícil solo de pensarlo. Y México, además, es un país muy complejo de explicar, vive en ebullición.

El senador panista Javier Corral, es una de las voces que se alzan de manera más clara contra la concentración mediática, por ejemplo, es un ex periodista, y sus posturas le generan críticas del gobierno y de su propio partido, pero integra la coalición de los que impulsan una reglamentación más dura contra los monopolios.

El actual proceso de transformaciones políticas, socioeconómicas y culturales en América Latina tiene como meta, formular, aprobar y hacer cumplir una legislación

⁵⁴ La libertad de empresa es un principio constitucionalmente tutelado que nos faculta a ejercer la actividad económica que libremente elijamos. La propia Constitución Política establece los límites bajo los cuales se ejerce esta libertad, así como los derechos que el Estado debe garantizar para su ejercicio.

que proteja y valore la diversidad informativa y cultural, a través de un marco regulatorio democráticamente discutido e instituido. Se pone en evidencia la importancia de la legislación mexicana como caso urgente para reivindicar el rumbo de las comunicaciones, en sintonía con la agenda de requerimientos de entidades y movimientos sociales que defienden la comunicación como derecho humano.

Lo que parecía ser un ideal distante, casi impracticable, se convirtió en una certeza que comenzó a esparcirse por el continente. Se trata de un proceso que hace converger las voluntades transformadoras de los estados con la de amplios segmentos de la sociedad civil.

Una nueva ley trae el convencimiento de que es viable el conocido dicho “otra comunicación es posible”, descentralizada y plural, conquistada de forma equilibrada y participativa, con aspiraciones sociales en torno a una comunicación más democrática. Se apuntan medidas, reclamadas o en preparación en el país, que se deben de materializar.

5.1. EL ESCENARIO QUE DEBE CAMBIAR

Para evaluar la pertinencia de la Ley Federal de Telecomunicaciones como instrumento de reestructuración de los sectores de la información y la cultura en moldes más pluralistas, es esencial explicitar el intrincado escenario mediático en México.

Las últimas décadas acentuaron la concentración de los medios de comunicación en un oligopolio. Ese modelo de concentración prosperó en medio de la convergencia de los sistemas, redes y plataformas de producción, transmisión y recepción de datos, imágenes y sonidos. La digitalización extendió y extiende el acceso a las tecnologías a franjas más amplias de la sociedad –aunque de manera bastante desigual- e impulsa el crecimiento de la oferta de productos y servicios en diferentes plataformas, redes, canales y soportes digitales, sobre el control estricto de grupos

nacionales y transnacionales. Los focos de las políticas de comercialización se expanden ininterrumpidamente de los mercados consumidores, disminuyendo los costos industriales y produciendo enormes ganancias en productividad a través de las economías de escala.

La expansión de las industrias de medios en México se vincula históricamente a intereses privados y transnacionales, favorecidos por la fragilidad de los mecanismos de regulación y control de los flujos audiovisuales y del capital que cruzan fronteras por satélites y redes infoelectrónicas. La baja inversión de los gobiernos en tecnología y producción cultural, las políticas públicas inconsistentes o inexistentes y la inercia regulatoria apartaron al Estado del protagonismo en las áreas de la información, el entretenimiento y las telecomunicaciones.

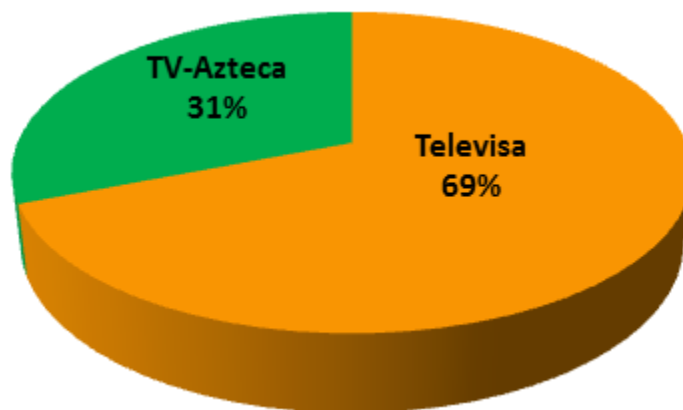
Las desregulaciones y privatizaciones neoliberales durante los años 1980 y 1990 favorecieron la acumulación de la propiedad, de los medios y las tecnologías, permitiendo la constitución de verdaderos latifundios mediáticos, que exploran simultáneamente las cadenas de producción, distribución, circulación y consumo de datos, sonidos e imágenes, en busca de dividendos competitivos y lucros acelerados (Moraes, 2011: 33-34).

En la escalada de la internacionalización, corporaciones transnacionales como News Corporation, Viacom, Time Warner, Disney, Bertelsmann, Sony y Prisa adquirieron activos de medios y/o establecieron acuerdos con grupos multimediáticos regionales, ampliando exponencialmente sus actuaciones multisectoriales en los mercados para sus productos y servicios. El resultado no podría ser diferente: 70% de las importaciones audiovisuales de México provienen de los Estados Unidos. Mensualmente, 150 mil horas de films, series y eventos deportivos norteamericanos son presentados en las emisoras de televisión de nuestro país (Moraes, 2006:46).

Para los cuatro mayores conglomerados latinoamericanos –Globo de Brasil; Televisa de México; Cisneros de Venezuela y Clarín de Argentina-, estas asociaciones representan la posibilidad de entrecruzar negocios y establecer alianzas con los actores de mayor peso del plano internacional, que les ofrecen lógicas sólidas, financiamiento e inserción en el mercado (Bustamante, 2009: 79-80).

Globo, Televisa, Cisneros y Clarín retienen el 60% de la facturación total de los mercados y de las audiencias, distribuidos de la siguiente manera: Clarín controla el 31% de la circulación de los diarios, el 40,5% de la TV abierta y el 23,2% de la TV de pago; Globo responde por el 16,2% de los medios impresos, 56% de la TV abierta y el 44% de la TV de pago; Televisa y TV Azteca forman un duopolio, acumulando el 69% y el 31% de la TV abierta, respectivamente. Brasil, México y Argentina reúnen más de la mitad de los diarios y emisoras de radio y televisión y el 75% de las salas de cine de la región.

Ilustración 58. Concentración de televisión abierta en México



Fuente: Elaboración propia.

Entre los impactos más graves de la concentración mediática en México se puede apuntar: las políticas de precios depredatoria destinadas a eliminar o a restringir severamente la competencia, los controles oligopólicos sobre la producción,

distribución y difusión de contenidos; y la acumulación de patentes y derechos de propiedad intelectual por parte de los grupos empresariales.

Hay también el riesgo de unificación de las líneas editoriales y de predominio de las ambiciones empresarias por encima de los intereses del conjunto de la sociedad. Las conveniencias corporativas se basan frecuentemente en estrategias de maximización de la ganancia, sin prestar mayor atención a la formación educativa y cultural de la audiencia y, menos aún, a los valores y sentidos de pertenencia que conforman las identidades nacionales y regionales.

5.2. OTRA COMUNICACIÓN ES POSIBLE

En los últimos años, gobiernos electos con el compromiso de revertir desigualdades e injusticias sociales –agravadas por la sumisión de sus antecesores a los dictámenes del neoliberalismo–, incluían la democratización de la comunicación entre sus prioridades.

Entre estos gobiernos existe un consenso acerca de que es indispensable la participación del poder público en los sistemas de información y difusión cultural, a partir de entender lo que las cuestiones comunicacionales dicen respecto a los intereses colectivos. No pueden limitarse a las voluntades particulares o cálculos corporativos, pues incluyen múltiples puntos de vista existentes en la sociedad. La acción regulatoria del Estado debe velar por el equilibrio entre lo que debe ser público y lo que debe ser privado, inclusive explicando a la población que las empresas de radio y televisión no son las propietarias de las frecuencias, sino que apenas son concesionarias de un servicio público con plazos establecidos por la ley, pudiendo ser estos renovados, o no.

Un hecho alentador es la concreción de alguna de estas premisas en políticas públicas de comunicación, incluyendo medidas para deshacer los monopolios de las empresas de radiodifusión; apoyar medios alternativos y comunitarios; incentivar la

producción audiovisual independiente, garantizar mayor ecuanimidad en los accesos al conocimiento de las tecnologías y promover la generación y distribución de contenidos regionales y locales sin fines comerciales.

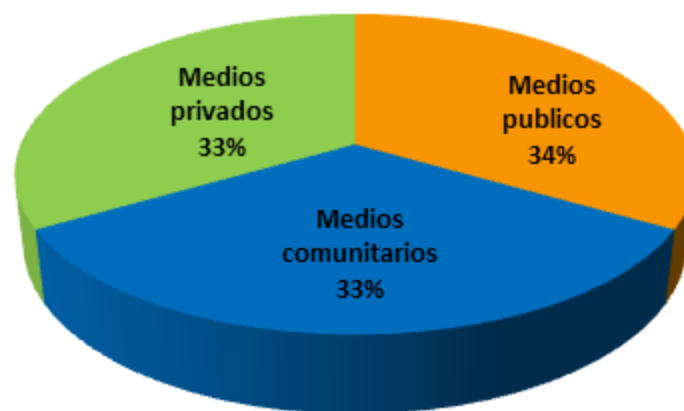
Una Ley de Telecomunicaciones que no solo regule la telefonía y el Internet, sino que con el mismo empeño se encargue de regular la Radiodifusión y los Contenidos Audiovisuales, se proyectará como un instrumento innovador de regulación, fiscalización, fomento y diversificación de las actividades informativas y culturales. Los cambios introducidos por una normativa como esta tienen como supuesto entender la comunicación como derecho humano y no como mero negocio. Los principios antimonopólicos tienden a garantizar la pluralidad de voces y la horizontalidad informativa, fijando un marco regulatorio completo para la comunicación mediática, incluyendo la convergencia digital entre la TV de cable, la telefonía y la Internet en un régimen que otorga licencias en condiciones equitativas y no discriminatorias.

Son varios los puntos de identificación entre la legislación mexicana y los anhelos de los organismos y movimientos sociales que reivindican una comunicación democrática en América Latina. El primer ítem a destacar es la metodología que se debe de adoptar para la definición del anteproyecto de ley. Las consultas públicas a los sectores representativos de la sociedad civil consagrando un proceso democrático de diálogo, consulta y negociación ético-político entre los actores involucrados. Reuniones con empresarios, líderes sindicales y estudiantiles, propietarios de empresas de comunicación, productores independientes, rectores de universidades, directores y profesores de facultades de comunicación, líderes de iglesia y de asociaciones de radios y televisoras comunitarias; para presentar ideas y recibir sugerencias.

Al decir de la Reforma Federal recientemente promulgada y a su carácter de regular solo las Telecomunicaciones, “La propuesta” está soportada por una reivindicación

consensuada por la mayoría de los países latinoamericanos, al definir, en condiciones equitativas, tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión para la concesión pública: de gestión estatal (medios públicos); de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro (organizaciones no gubernamentales; entidades sociales y comunitarias; sindicatos; fundaciones), garantizando la participación de las entidades estatales, al reservar para ellas el 33% del espectro radioeléctrico. Este punto es decisivo para revertir el predominio del sector privado comercial, pues establece equidad en términos de acceso, participación prerrogativas y representatividad entre las tres instancias mencionadas.

Ilustración 59. Espectro radioeléctrico



Fuente. Elaboración propia

Uno de los notables aspectos es el establecimiento de diversas y efectivas medidas para limitar e impedir la concentración indebida de medios. Entre ellas, los límites a la cantidad de concesiones que puede tener una misma persona o empresa (a nivel nacional o en una misma área de cobertura) y los límites a la propiedad cruzada de medios, en consonancia con las mejores prácticas internacionales.

Con el objetivo de promover la diversidad de contenidos nacionales y locales, La propuesta recoge antecedentes de países europeos y también americanos al incluir

exigencias mínimas de producción nacional, local y propia, bien como condiciones para la formación de redes de emisoras, para limitar la centralización y la uniformización de la programación de unos pocos grupos empresariales de capital federal en todo el país.

Por lo expuesto, se resalta que la propuesta es la prueba de la viabilidad de un marco regulatorio avanzado: “tanto por el contenido democrático que expresa, como por el proceso de consulta popular que se debe de orientar para su elaboración”, además de leyes que impidan prácticas monopólicas, la reconfiguración de los sistemas de comunicación en México depende de políticas públicas consistentes, debatidas y formuladas en sintonía con las demandas de la sociedad civil; tanto se trate de instrumentos legales como de la determinación para llevar a la práctica las medidas de descentralización de los medios. No basta con tener principios democráticos generales, sino haber tomado la decisión institucional de hacer valer las normas, regulaciones y los procedimientos que garantizan su aplicación.

La propuesta expone, de manera paradigmática, las exigencias ineludibles de la voluntad política de los gobernantes y del respaldo popular que se necesitan para llevar adelante estos cambios, dado las sistemáticas campañas opositoras de los medios y de las elites conservadoras. Las corporaciones resisten y resistirán someterse a las restricciones legales que afectan privilegios conquistados en décadas de complicidad con sucesivos gobiernos.

Eso explica las medidas cautelares que el grupo Televisa para intentar impedir la aplicación completa de una verdadera Ley Federal de Telecomunicaciones y de Radiodifusión. Lo que hace suponer que será preciso empeñar cada vez más fuerza en las batallas mediáticas, de forma de esclarecer a la opinión pública e impedir que prosperen argumentos generalmente falsos sobre las transformaciones realmente necesarias en el horizonte comunicacional.

5.3. PUNTOS DE LA PROPUESTA

1. Democratizar el acceso a los medios de comunicación

Regular los servicios de telecomunicación en todo el ámbito territorial de México y desarrollar mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia tienen como fines el abaratamiento, la democratización y la universalización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La transformación democrática de México reclama un cambio de las relaciones entre la sociedad y los medios de comunicación. El control y la manipulación que ejerce la oligarquía a través de los medios de comunicación electrónicos es uno de los principales obstáculos para instaurar la democracia en nuestro país. Para esta transformación se requiere:

- Libre competencia y desconcentración de las concesiones que otorga el Estado con esto se evitarán los monopolios de radio y televisión. Estas medidas abaratan, democratizan y universalizan el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.
- Las señales radioeléctricas, de televisión, telefonía e Internet son bienes públicos concesionados a privados para cumplir una función de beneficio social. El Estado debe hacer cumplir el mandato constitucional de garantizar el derecho a la información y el acceso democrático a los medios de comunicación. Por otro lado, la sociedad debe contar con medios propios que le permitan ejercer su derecho a expresar su pluralidad y su diversidad.
- Promover el acceso a los medios de comunicación de toda la población, sobre todo a la radio y a la televisión. Los medios audiovisuales son un servicio público, de interés nacional y son esenciales para el desarrollo cultural y social de la población. Representan la materialización del derecho inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones sin ningún tipo de censura.

- Garantizar el acceso universal a Internet. Como parte del derecho a la información y de acceso a las nuevas tecnologías y medios de comunicación, debe garantizar como un derecho ciudadano el acceso universal a la red.
- La sociedad debe controlar a los medios o los medios controlarán a la sociedad. La construcción del Estado de Derecho al que estén sometidos todos los actores de la sociedad es la clave de una transición democrática; por ello se necesita una regulación plural y ciudadana de la radio y la televisión como uno de los grandes temas de la gobernabilidad hacia la consolidación de la democracia.

2. Servicios públicos, servicios de interés público

Se considera la comunicación en cualquiera de sus soportes una actividad social de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población, por el que se exterioriza el derecho humano de libre expresión.

Servicio público es toda actividad técnica destinada a satisfacer una necesidad de carácter general, cuyo cumplimiento uniforme y continuo deba ser permanentemente asegurado, regulado y controlado por los gobernantes, con sujeción a un mutable régimen jurídico exorbitante del derecho privado, por medio de la Administración Pública, bien mediante particulares facultados para ello por autoridad competente, en beneficio indiscriminado de toda persona.

El concepto de servicio de interés general no equivale al de servicio público, sino que tiene un enfoque funcional: no pone el acento en quién posee la titularidad del servicio o quien lo presta efectivamente, ni en su régimen jurídico formal. El acento se pone en la correspondencia del servicio con las necesidades de interés general, lo que implica su sometimiento a obligaciones y reglas que excepcionan la libre competencia y que se definen propiamente como obligaciones de servicio público.

3. Limitar la concentración, fomenta la Desmonopolización

Abrir los canales de televisión y de radio suficientes para brindar este servicio público indispensable y acabar con los monopolios. La ley debe impedir su concentración en unas cuantas manos y regular la relación de los medios con la sociedad y el Estado.

Con el fin de impedir la formación de monopolios y oligopolios, la propuesta pone límites a la concentración, fijando topes a la cantidad de concesiones y por tipo de medio. Se requiere descentralizar y establecer un límite para que ninguna compañía concentre más del 50 por ciento de las frecuencias de una plaza, en materia de radio, ni más del 25 a 35 por ciento de las frecuencias de televisión, o más del 30 por ciento en redes de telecomunicaciones. En radio es necesario transformar el oligopolio de 9 familias que concentran el 80 por ciento de las frecuencias de radio.

Tabla 8. Grupos Radiofónicos de México

Grupo de Radio	Estaciones	%	Grupo de Radio	Estaciones	%
Grupo Acir	169	16	Grupo Radio México	27	2.5
Radorama	116	11	Grupo Multimedios	21	2
Grupo CMR	94	9	Cadena Rasa	21	2
Grupo Ramsa	74	7	Firmesa	21	2
Grupo Radio Centro	68	6.5	ABC Radio	16	1.5
Televisa Radio	64	6	Grupo Imagen	16	1.5
Corporadio	52	5	Otros	190	18
Grupo Formula	52	5			
MVS Radio	52	5	Total	1053	100

Fuente: Elaboración propia con base a Vega (2012)

Un mismo concesionario sólo podrá tener una determinada cantidad de concesiones de servicio de comunicación sobre soporte satelital; señales sonoras, de televisión abierta o cable. A ningún operador se le permitirá que dé servicios a más del 40 por ciento del total de la población del país o de los abonados.

4. Defensoría del Público

Garantizar el derecho a la información de los mexicanos. Establecer figuras como el derecho de réplica y de información sobre asuntos de interés público. Se creará una defensoría del público y de los derechos de la audiencia, encargada de recibir y canalizar consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión. Será designado por resolución conjunta de los presidentes de ambas Cámaras, con un consenso de la sociedad y el Consejo Federal.

Formar un fondo de fomento para la producción de programas educativos, culturales y de entretenimiento de calidad para niños y adolescentes y jóvenes. Vincular la formación educativa a los contenidos de la televisión. Promover el cine nacional en la televisión abierta y por cable.

5. Reconocer los derechos de las audiencias

Estos derechos se pueden delimitar de la siguiente manera:

- Derecho a la privacidad: eliminar los programas fraudulentos que hacen negocio con la violación a la intimidad de los ciudadanos.
- Derecho de acceso a la información: eliminar el engaño, los infomerciales, la “publicidad encubierta” que se presenta como información, la compra-venta de espacios noticiosos.
- Derecho de réplica: es un derecho no sólo para la clase política o empresarial sino para el televidente).
- Derechos de la infancia: la UNICEF ha planteado criterios mínimos para regular horarios, establecer porcentajes –un mínimo de 15 por ciento- de contenidos de calidad para los menores de edad.
- Derechos a la educación, la salud y la cultura: estos derechos sociales deben incorporarse plenamente en la configuración de los contenidos mediáticos.

6. Bono Social

Los servicios de televisión por cable deberán disponer de un bono social. Esta disposición atiende a que, en ciertos sitios, el prestador de servicio de radiodifusión por suscripción a título oneroso, es el único servicio que existe para mirar televisión por lo que este prestador deberá aplicara una reducción a la cuota para el pago del servicio. Se busca que todos los habitantes tengan acceso a los servicios de radiodifusión y comunicación audiovisual.

7. Fin a la propiedad cruzada

Una normativa mediante la cual las empresas periodísticas, radio y televisión quedan inhabilitadas para realizar negocios o inversiones en otras áreas de la economía, reduciendo significativamente la posibilidad de hacer que los órganos de prensa se conviertan en arietes para promover los intereses de grandes conglomerados empresariales bajo el ropaje del periodismo.

8. Titulares de las concesiones

El proyecto establece que para ser titular de una concesión se ponderarán criterios de idoneidad y de arraigo en la actividad. Excluirá a quienes hayan sido funcionarios jerárquicos de gobiernos de facto, atendiendo a la importancia de los medios en la construcción del Estado de Derecho y la vida democrática. Cuando el prestador del servicio fuera una sociedad comercial deberá tener un capital social de origen nacional, permitiéndose la participación de capital extranjero sólo de hasta un máximo del 30% del capital accionario.

9. Plazo de las concesiones

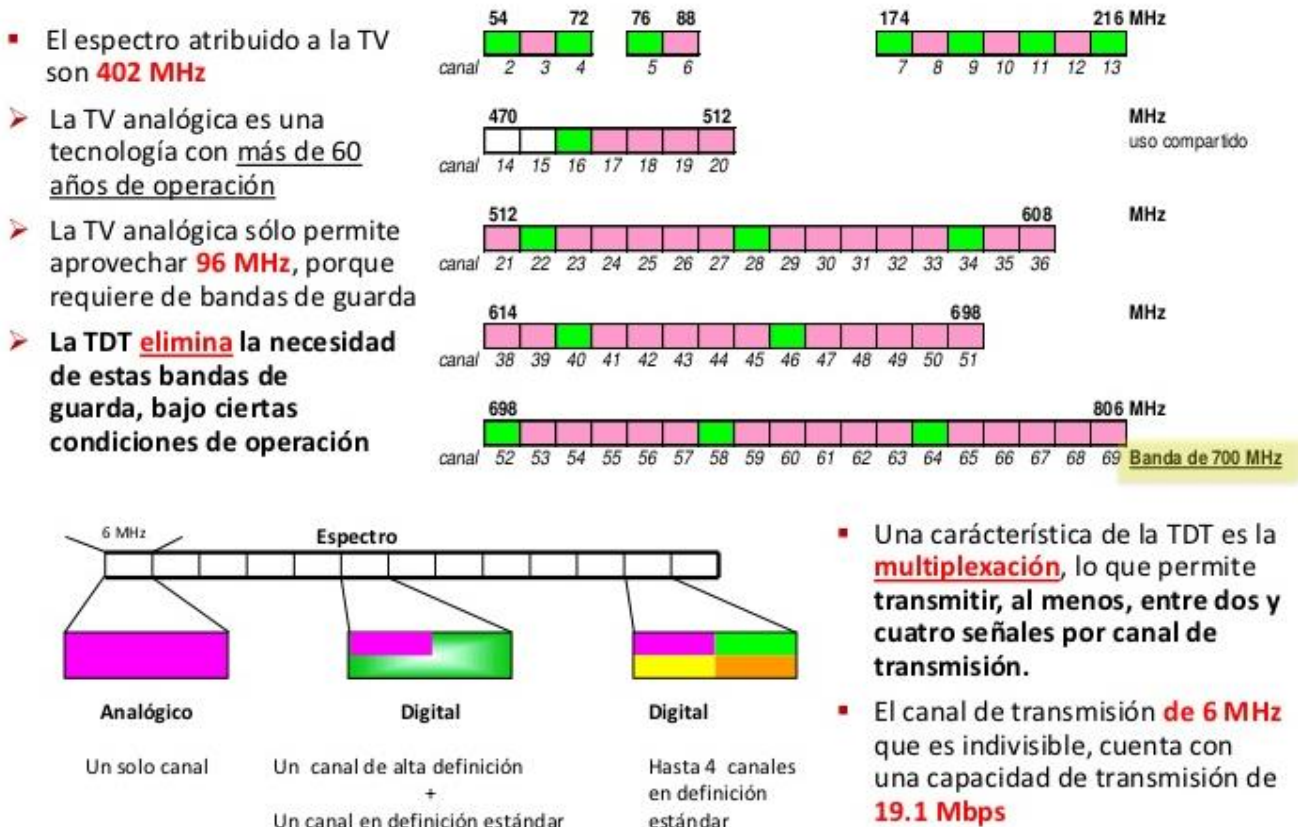
La operación de los medios de comunicación se hará, según la propuesta, por sistema de concesiones y las mismas durará diez años y se podrán prorrogar por diez años más, previa realización de audiencias públicas. Quienes hayan obtenido una renovación o prórroga, no podrán solicitar una nueva extensión de plazo por

ningún título. Al mismo tiempo esas concesiones serán controladas cada dos años, para evitar que con la incorporación de nuevas tecnologías -la digitalización- generando un nuevo modo de concentración.

10. Transformación del IFT

Transformar al Instituto Federal de Telecomunicaciones, en un verdadero órgano constitucional autónomo, autárquico y descentralizado independiente del Poder Ejecutivo, responsable del otorgamiento de concesiones y de la administración eficaz del espectro radioeléctrico y de las redes de telecomunicaciones, que tiene como función la aplicación, la interpretación y el cumplimiento de la ley. Fomentar el uso de la transmisión digital para poder transmitir más señales por un mismo canal.

Ilustración 60. Espectro Radioeléctrico.



Fuente: Elaboración propia en base a la Comisión Federal de Telecomunicaciones

Otorgar las bases para que pueda sancionar, (tarea de la Segob), otra tarea que debe recaer en el IFT y no en la secretaría, será la clasificación de los programas de radio y televisión. Crear un Consejo Federal cuyos miembros va a representar a los prestadores privados, a las emisoras universitarias, a los medios públicos y a los trabajadores de prensa.

11. Participación de cooperativas

A diferencia de la ley vigente, se permite la participación de cooperativas, siempre y cuando se garantice una porción del mercado a un competidor. Una cooperativa de telecomunicaciones puede definirse como una asociación autónoma de individuos, que deciden unir sus fuerzas para resolver necesidades y aspiraciones comunes, ya sean económicas, sociales o culturales, a través de una empresa de propiedad común y administrada democráticamente.

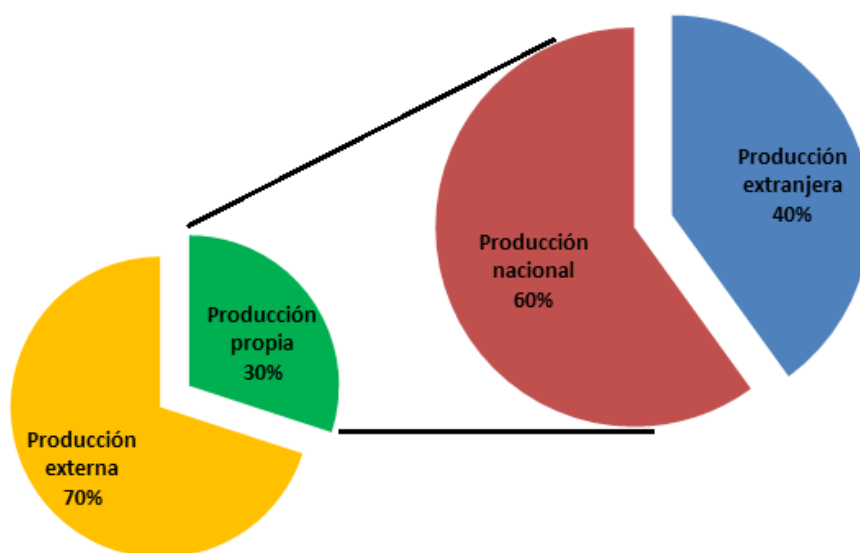
Las cooperativas comunitarias de telecomunicaciones (CCTs) no son nuevas: fueron creadas en los años 1960s en Argentina, por ciudadanos que deseaban llenar el vacío comunicacional creado por la empresa de telefonía del Estado, que no podía proveer servicios en las áreas alejadas o de baja densidad poblacional. Las cooperativas se expandieron hacia comunidades que, por su localización geográfica o por su escasa población, no resultaban rentables para las grandes empresas telefónicas privadas.

Las comunidades deben estar conectadas a infraestructuras de telecomunicaciones para tener acceso a la información, conocimiento, servicios, y oportunidades de desarrollo económico y social. Grupos de vecinos en diversas comunidades decidieron crear cooperativas telefónicas autónomas y autosustentables, cuyos miembros ejercerían un control democrático de la gestión y participarían equitativamente en la financiación y en los beneficios de la entidad. Estas cooperativas no solo crecieron y prosperaron, sino que también introdujeron nuevas tecnologías para proveer a sus miembros de nuevos servicios con costos bajos.

12. Más contenidos nacionales

Los servicios de televisión abierta deberán emitir un mínimo del 60% de producción nacional; con un mínimo del 30% de producción propia que incluya informativos locales. Los servicios de televisión por cable no satelital deberán incluir como mínimo una señal de producción local propia. Las radios privadas deberán emitir un mínimo de 50% de producción propia, que incluya noticieros o informativos locales. El 30% de la música emitida deberá ser de origen nacional. Quedarán eximidas emisoras dedicadas a colectividades extranjeras o temáticas.

Ilustración 61. Porcentajes de contenidos nacionales



Fuente: Elaboración Propia

13. Democratizar la producción de contenidos audiovisuales

Esta es la parte medular no sólo de los medios electrónicos sino también de telecomunicaciones. La clave está en garantizar el acceso democrático y establecer porcentajes o “cuotas” de contenidos. Es necesario democratizar la producción de contenidos audiovisuales, el *must offer* significa la obligación de todas las compañías de televisión abierta de ofrecer su señal gratuita a todas las demás señales de televisión restringida. El *must carrier* es la obligación de que todo concesionario de

radio, televisión y telecomunicaciones deba llevar y retransmitir las señales abiertas y gratuitas que se les ofrezcan. Asimismo, es importante impulsar que un mínimo del 20 por ciento de los contenidos sea de producción independiente, para garantizar el acceso a nuevos productores audiovisuales a la pantalla.

14. Igualdad de oportunidades

Las emisiones de televisión abierta y la señal local de producción propia de los sistemas de cable deben incorporar medios de comunicación visual adicional en el que se utilice subtítulo oculto (closed caption), lenguaje de señas y audio descripción, para la recepción por personas con discapacidades sensoriales, adultos mayores y otras personas que puedan tener dificultades para acceder a los contenidos.

15. Acceso universal para la transmisión de eventos deportivos

Se garantiza el derecho al acceso universal -a través de los servicios de comunicación audiovisual- a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad. Los partidos de fútbol y otros encuentros olímpicos que sean de interés para México se transmitirán por la televisión abierta de acceso libre.

16. Publicidad

Fomentar los contenidos de calidad, creativos a través de su difusión privilegiada en los medios públicos. Se regula el tiempo de emisión de publicidad con el objetivo de proteger al público contra un exceso de interrupciones publicitarias y promover un modelo de radio y televisión de calidad. Establecer un límite de publicidad expresa (18 a 20 por ciento del tiempo total de transmisión) y regular la publicidad engañosa o los infomerciales (publicidad política o comercial disfrazada de información) tanto en los medios electrónicos como en los cibernéticos. La publicidad oficial debe estar sujeta a regulación.

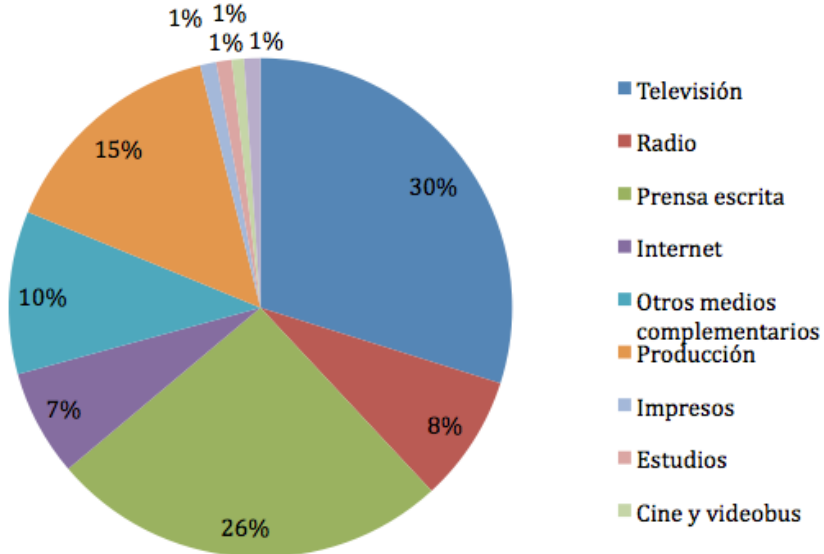
Correlativo a estos temas son las disposiciones que exigen de licitación la publicidad oficial en medios electrónicos, misma que debiera estar sujeta a una regulación transparente, equitativa y orientada a mejorar la calidad de la comunicación.

Ley de Equidad Publicitaria. Impulsar a través del gasto público a los medios impresos (revistas, periódicos), cibernéticos, cine y otros que están al margen de la concentración monopólica. El problema de la concentración publicitaria (la televisión abierta absorbe el 80 por ciento) es uno de los principales problemas.

17. Gasto de publicidad de los gobiernos

Es indispensable eliminar el dispendio de los gobiernos y de las autoridades públicas en medios electrónicos. No es posible que más del 70 por ciento de los gastos en materia de comunicación se destinen a un puñado de medios electrónicos privados y menos que un gobierno gaste más de mil millones de pesos anuales en sus contratos de publicidad con Televisa (como son los casos de Enrique Peña Nieto y el gobierno de Felipe Calderón).

Ilustración 62. Gasto en publicidad de la administración pública



Fuente: Elaboración propia con datos de animal político

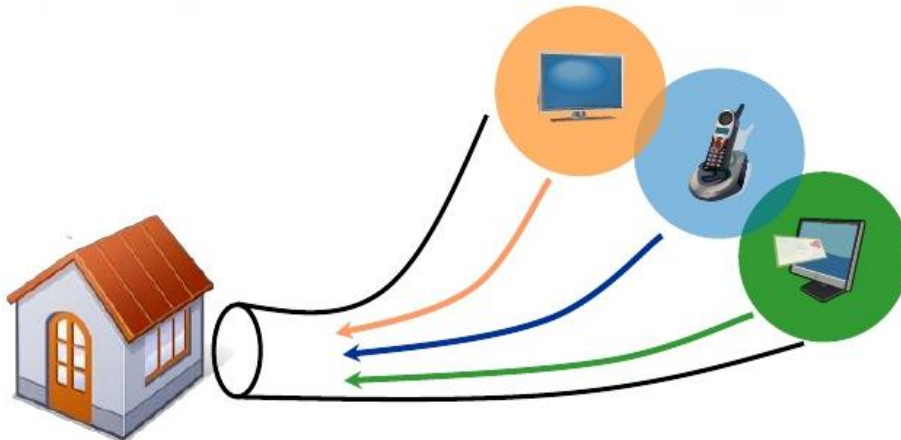
18. Tarifas accesibles

Establecer tarifas accesibles para los servicios de telefonía fija y celular, para los servicios de Internet en banda ancha, para los servicios de televisión y audio restringido (televisión por cable, televisión satelital, televisión vía inalámbrica). México tiene comparativamente las tarifas más altas de tiempo-aire en telefonía y un alto nivel de concentración en las zonas de mayores ingresos, abandonándose los lugares con menores niveles de ingresos.

19. Medios Públicos y Municipales

Suprimir la figura de los medios oficiales y de los permisos para crear la figura de los medios públicos que son todos aquellos que presten un servicio no comercial (estaciones gubernamentales, culturales, universitarias, comunitarias, indígenas). Es necesario establecer un estatuto jurídico (una ley propia) para estos medios de servicio social, garantizar su acceso a la pantalla de televisión restringida (este mecanismo se llama must carrier) y garantizarle la posibilidad de dar servicio convergente (el triple play) a través de redes y espectro radioeléctrico.

Ilustración 63. Triple play: camino hacia lo convergencia



Empaquetamiento de servicios de telecomunicaciones y contenido audiovisuales (Voz, Internet y Televisión)

Fuente: Elaboración propia con imágenes de internet

Establecer medios públicos que cumplan con el derecho a la información, medios públicos que reflejen la pluralidad política, étnica, social y cultural de los mexicanos. Estos medios públicos, al ser entes de interés colectivo, contarán con presupuesto público, patrimonio propio y los regulará un consejo ciudadano.

Se reserva para cada Estado de la República y la Ciudad de México una frecuencia AM, una FM y una de televisión abierta. Cada Municipio de los Estados tendrá reservada una frecuencia FM.

20. Más voces de la sociedad civil

Impulsar y garantizar el funcionamiento de medios comunitarios. Se promoverán las radiodifusoras y televisoras locales y regionales que permitan el acceso y el manejo de estos medios a pueblos indígenas, comunidades campesinas, jóvenes, escuelas, universidades y centros de formación educativa y cultural.

Se reserva el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura, para las organizaciones sin fines de lucro. Además, los pueblos originarios serán autorizados para la instalación y funcionamiento de radios AM y FM y así como de señales de televisión abierta. Se requieren estaciones de televisión universitarias, indígenas, estatales, con consejos audiovisuales ciudadanos, en los que participen organizaciones sociales, educativas y dedicadas al derecho a la información.

21. Medios Universitarios y Educativos

Las Universidades Nacionales podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural.

22. Permitir nuevas cadenas televisivas

Hay espectro disponible para nuevas señales de televisión abierta y por cable. Se puede plantear un modelo de “televisión en condominio”, como han planteado diversos productores independientes para que se les otorgue una concesión administrada de manera colectiva, o también existe el interés de otros grupos mediáticos privados, con experiencia en el manejo de la televisión (los casos de MVS, Clemente Serna, Alejandro Burillo y otros).

Lo ideal sería una televisora con un proyecto de contenidos plural, que garantice un mínimo de 50 por ciento de producción nacional, que destine el 20 por ciento de sus contenidos a productores independientes, y que no rebasen el 18 por ciento del tiempo de comercialización.

No se trata de expropiar ninguno de los canales privados existentes sino de utilizar de manera democrática el espectro radioeléctrico. Ahora con la digitalización de las señales, existe más espectro para formar no una sino varias cadenas televisivas privadas, así como apoyar y crear auténticos medios públicos.

23. Televisión infantil

Se prevé la creación de un Fondo de Fomento Concursable para la Producción de Programas de Televisión de Calidad para Niños, Niñas y Adolescentes que tendrá como objetivo desarrollar estrategias que permitan producir más televisión y radio de carácter educativo, cultural e infantil.

24. Cine nacional

Se establece la fijación de una cuota de pantalla. Los canales de televisión abierta y de cable deberán exhibir de forma obligatoria y en estreno televisivo ocho películas nacionales por año.

25. Instrumentos jurídicos internacionales

Incorporar los instrumentos jurídicos internacionales ratificados por México, con el objetivo de armonizar, modernizar y hacer consistente nuestra legislación en la materia con los compromisos adquiridos.

Comentarios finales del capítulo

No habrá avances democráticos ni medios públicos si no se democratizan los medios, este es el objetivo de esta propuesta: facilitar, “la promoción, desconcentración y fomento de la competencia, el abaratamiento, la democratización y la universalización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”.

Por otra parte, para que se democratice será necesario que el estado nacional inyecte una importante cantidad de dinero para facilitar el desarrollo del tercio del espectro radial y televisivo reservado a las organizaciones populares y comunitarias. Al mismo tiempo, en el tercio reservado para el sector público, es de fundamental importancia evitar que esos medios reduzcan su papel al de simples voceros del oficialismo, sería altamente perjudicial, inclusive para el mismo gobierno, obrar de esa manera.

CONCLUSIÓN

Se concluye, que mediante el desarrollo de la presente investigación se cumplió el Objetivo General de proponer una Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones para la democratización de los medios de comunicación en México.

Se comprobó la hipótesis de trabajo: “con la propuesta a La Reforma a La Ley Federal de Telecomunicaciones, se estará en posibilidades de la democratización de los medios de comunicación en México”. Lo más importante de esta propuesta es reconocer que toda comunicación es de interés público, dividida entre actores y al ser un derecho humano garantizado por el Estado, el mercado no se puede arrogar su tutela o predominancia.

Se logró el cumplimiento de los objetivos específicos y se dio respuesta a las preguntas de investigación sobre: los antecedentes de la regulación que el Estado ha realizado a la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley Federal de Telecomunicaciones y sus principales alcances en la materia; sobre la implementación de las reformas en México y cuál es el avance de la democratización de los medios de comunicación. Como se observó estas reformas, no tienen cambios de fondo sino de forma, ya que fueron guiadas por intereses particulares dejando a un lado nuevamente a la población y con esto debilitando la democracia sobre los medios de comunicación.

Además, esta última reforma implementada por el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto, está encaminada a reglamentar el servicio de telefonía fija, móvil e internet, y a resguardar al servicio de televisión abierta y restringida.

Los beneficios que se generan con la propuesta de Reforma son:

- La metodología para la definición del anteproyecto de ley, erigida en las consultas públicas a los sectores representativos de la sociedad civil.

- Reconocimiento de tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión para la concesión pública: estatales, de gestión privada con fines de lucro y privados o comunitarios sin fines de lucro, garantizando su participación al reservar para cada una de ellos el 33% del espectro radioeléctrico.
- Medidas para deshacer los monopolios; apoyar medios alternativos y comunitarios; incentivar la producción audiovisual independiente, garantizar mayor ecuanimidad en los accesos al conocimiento de las tecnologías y promover la generación y distribución de contenidos regionales y locales sin fines comerciales.
- El establecimiento de diversas y efectivas medidas para limitar e impedir la concentración indebida de medios. Limitando la cantidad de concesiones y los límites a la propiedad cruzada de medios.

Otro beneficio es dar cabida solución a los problemas que presenta el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), al incorporar y permitir la intervención de organizaciones de la sociedad civil, debido a que el Instituto depende de la Presidencia de la República y del Congreso, son ambas ramas del estado quienes intervienen a los miembros de este organismo, sin ninguna intervención de la sociedad.

De este modo, el IFT como organismo rector que debe garantizar la democratización del sistema mediático es conformado exclusivamente por la dirigencia política, lo que conspira contra la legitimidad democrática que debería tener un órgano tan crucial como ese en momentos en que aquella no cuenta precisamente con un alto grado de aprobación popular. A su vez, se le otorgarán las bases para que pueda sancionar, y clasificar los programas de radio y televisión.

Ahora bien, para combatir a los poderes mediáticos, como en tantas otras cosas de la vida pública no basta la ley, es importante pero insuficiente. Pero lo decisivo es

algo más: no reproducir en espejo, simétricamente, la agenda, el estilo y la temática de los oligopolios mediáticos. No se combate a los medios del Grupo Televisa haciendo cada día un “anti-Televisa”, ni se lucha contra TV Azteca haciendo un “anti” de ese medio. La experiencia indica que esta táctica de lucha termina por producir un resultado exactamente opuesto al esperado.

Por otra parte, es preciso comprender que para debilitar a los conglomerados monopólicos se requiere algo más que ganar una batalla dialéctica, es preciso impulsar con energía la aparición de nuevas voces desde el campo popular, la sola desmonopolización será insuficiente para democratizar a los medios si las organizaciones populares de todo tipo siguen sin poder hacer oír su voz. Para eso es necesario dotarlas de toda suerte de recursos: desde dinero y equipamiento adecuado hasta formación técnica. Sin ello no podrán hacer una diferencia en el sistema.

Democratizar a los medios requiere de gobiernos que garanticen la sustentabilidad financiera de esta batalla comunicacional, que por eso es también una batalla económica y política crucial para el futuro de la democracia y de los medios públicos.

RECOMENDACIONES

CONDICIONES DE LA DEMOCRATIZACIÓN

La realización del proyecto democrático exige la presencia de una serie de factores que faciliten su pleno desenvolvimiento:

- La organización de la sociedad civil a los efectos de constituir el nuevo “bloque histórico” contra-hegemónico del que hablaba Antonio Gramsci⁵⁵ porque sin él, sin la organización, la mayoría social conformada por los pobres, los explotados, los excluidos carecerá de efectos políticos y la hegemonía podría alterar la correlación de fuerzas en su favor;
- La concientización, porque una mayoría social, aún organizada, puede convertirse en fácil presa de la minoría dominante que ha ejercido su dominio desde siempre. Un movimiento obrero altamente organizado pero sin conciencia de clase lejos de ser una amenaza es una bendición para la hegemonía burguesa, como lo prueban hasta el hartazgo la historia del sindicalismo peronista en la Argentina, la CTM dominada por el PRI en México y la AFL-CIO en Estados Unidos.
- Se requiere, además, y este es el tercer factor, contar con un sistema de medios de comunicación que torne posible la circulación de las ideas “subversivas” de un orden social que debe ser subvertido porque condena a la humanidad.

DERECHO EN LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS

La recomendación es reorientar los objetivos de los medios de comunicación, hacia la educación y la cultura, y no sólo hacia la obtención de beneficios y poder económico y político para quienes los utilizan. Los medios deben fomentar la libertad, ya que si la comunicación constituye el fundamento de toda sociedad humana y de toda relación social, es el vehículo que hace posible que los hombres participen

⁵⁵ Antonio Gramsci, fue un filósofo, teórico marxista, político y periodista italiano. Escribió sobre teoría política, sociología, antropología y lingüística. Su trabajo en la teoría cultural lo llevó a postular su teoría de hegemonía cultural, que describe cómo los estados usan las instituciones culturales para mantener el poder, y no apelar así, a la cronicidad de guerras.

mutuamente de sus estados subjetivos e intercambien sus ideas y sus sentimientos, la comunicación social no debiera limitarse “a transmitir mensajes para que queden almacenados en un recipiente pasivo, sino [a] promover en el receptor una reacción o una respuesta (...) En una buena comunicación, la reacción del receptor se funda en su conciencia racional, es decir, es libre. (Xifra, 1972: 7-8).

TARIFAS DE INTERCONEXION

En lugar de imponer una serie de tarifas de interconexión, el regulador debería dejar al operador determinar tales tarifas, sólo sujetas a la restricción de un índice de precios. Lo que el ahora premio Nobel de Economía 2014 Tirole⁵⁶, propuso fue crear un régimen de precios tope para servicios intermedios o mayoristas donde se incluirían las tarifas de terminación, que desafortunadamente la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones establece a nivel de cero para el operador “preponderante”. Si bien algunos dicen que se innovó al establecer por mandato de ley una tarifa de terminación nula, hubiera sido mejor innovar al adaptar la recomendación de en lugar de una “ocurrencia genial” como la terminación a cero pesos.

Tal regulación con base en costos, o incluso cero, se reúne con la problemática que surge entre obligaciones de servicio universal y mayor competencia, una mayor competencia no hace sostenible la existencia de tales obligaciones, sobre todo cuando sólo un operador tiene dichas obligaciones y el resto de sus competidores no están sujetos a ellas, como es el caso de México. Tirole establece que el costo de proveer el circuito local a los usuarios finales varía sustancialmente entre regiones, dependiendo de la densidad de población de cada una de ellas, aspecto que la reforma ha ignorado en la desaparición de la larga distancia, en conjunto con la prevalencia de tarifas uniformes geográficamente, sin contemplar la existencia de un mecanismo de compensación ante la heterogeneidad en costos del servicio entre

⁵⁶ El 13 de octubre del 2014 la Real Academia Sueca de Ciencias otorgó el Premio Nobel de Economía 2014 al profesor Jean Tirole, actual director Científico del Instituto de Economía Industrial de la Escuela de Economía de Toulouse, Francia.

localidades. Como se observa, la carencia de considerar tal desviación en la entrada de nuevos operadores, éstos continuarán entrando en aquellas localidades donde el costo sea menor que el costo en que incurre el incumbente, toda vez que éste tiene obligaciones de ofrecer servicio en otras localidades con elevados costos relativos, mientras las redes entrantes no las tiene.

Lo anterior ha llevado, como Tirole ha demostrado, a un patrón ineficiente de entrada, elevada competencia en ciudades donde, por ejemplo, tenemos varias redes alternativas de servicio y localidades donde estas nuevas redes no tienen presencia de ningún tipo, pero exigen que la red con presencia les termine las llamadas originadas en sus propias redes.

Este fenómeno, evidentemente en México, erosiona la capacidad de obligaciones de servicio universal del “preponderante” y que la nueva ley no resuelve, pero se podría amortiguar mediante un fondo, cuyo propósito es financiar las acciones de comunicación en las comunidades rurales y zonas urbanas marginadas. Las aportaciones a dicho fondo se integrarán con el excedente de ingresos que resulte de la gestión de pérdidas técnicas en el Mercado de Telecomunicaciones, así como por donativos de terceros.

Tirole favoreció el esquema de subasta asignable a los operadores con la disponibilidad de recibir el menor monto de subsidio por línea en tales áreas. Este mecanismo tuvo una breve experiencia en México y fue desechado en lugar de ser perfeccionado. Tirole explica incluso en sus desarrollos conceptuales la captura regulatoria, por qué las mejores alternativas son desechadas a favor de las peores, que las ineficiencias regulatorias se agregan antes que cancelarse dado que un grupo tendrá más poder cuando su interés recae en la ignorancia antes que en el conocimiento regulatorio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, R. (2008) Ley Televisa: Poder mediático al desnudo. México, Puebla: Universidad Iberoamericana Campus Puebla.
- Althusser, Louis (2003), Aparatos Ideológicos de Estado, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Altman, David, Rossana Castiglioni y Juan Pablo Luna (2008), "Uruguay. A role model for the left?", en Castañeda, Jorge y Marco Morales [comps.], Leftfovers: Tales of the Latin American Left, New York/London: Routledge.
- Alvarado, Neritza (2009), "Las estrategias de inclusión social en Venezuela: un acercamiento a la experiencia de las misiones", en Convergencia Revista de Ciencias Sociales, núm. 51, Toluca, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Álvarez González de Castilla, Clara Luz et al. (2007). "La acción de inconstitucionalidad contra el decreto que reformó las leyes federales de Telecomunicaciones y de Radio y Televisión", Derecho Comparado de la información, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Fundación Konrad Adenauer, México.
- Avilés, William (2012), "Colombia's Left. Its Power, Influence and Challenges", en Latin American Perspective, enero, núm. 39, vol. 1, enero, New York: SAGE.
- Azurmendi, Ana (2007) "La libertad de expresión en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos: la influencia del Tribunal Europeo de Derechos del Hombre", en Tenorio Cueto, Guillermo (coord.), La libertad de expresión y sus fronteras contemporáneas, Porrúa, Universidad Panamericana, México.
- Badillo, Ángel, Mastrini, Guillermo y Marengi, Patricia (2013). "Teorías crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina". Trabajo inédito.
- Baranchuk, Marianna (2010), "Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual", en Baranchuk, Mariana y Javier Rodríguez [comps.], Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación, Argentina: UNLZ.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2009), Los dueños de la palabra, Argentina: Prometeo.
- Borón, Atilio (2008), Socialismo del siglo XXI, Buenos Aires: Luxemburg.
- Borrat, Héctor (1989), El periódico, actor político, Barcelona: Gustavo Gili.
- Braun, María y Cecilia Straw (2009), Opinión Pública. Una mirada desde América Latina, Argentina: Emecé

- Britto, Luis (2004), *Dictadura mediática en Venezuela*, Argentina: Le Monde Diplomatique.
- Bulla, Gustavo (2011), "Participación: concepto clave en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual", en Baranchuk, Mariana y Javier Rodríguez [comps.], *Ley 26.522: hacia un Nuevo paradigma en comunicación*, Argentina: UNLZ.
- Burgoa Orihuela, Ignacio (2002). *Las Garantías Individuales*, 35a ed., Porrúa, México,
- Carranza, E. (2009) "Naturaleza y bases de la acción de inconstitucionalidad". En Esteinou, Francisco J. (coord.) *Ley Televisa y la lucha por el poder mediático en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Castañeda, Jorge (2005), "Realism for Latin America: Finding and Achieving the Possible", en *Science & Society*, abril, núm. 69, New York: Guildford Publications.
- Castañeda, Jorge y Marco Morales (2008), *Letfovers: Tales of the Latin American Left*, New York/London: Routledge.
- Cendejas Jáuregui, Mariana (2010). "El derecho a la información. Delimitación conceptual", *Derecho comparado de la información*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Fundación Konrad Adenauer, Núm. 15, México.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Corral Jurado, Javier (2000). "Los partidos políticos y el derecho a la información", en Villanueva, Ernesto (coord.), *Hacia un nuevo derecho de la información*, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer, México,
- CORRALES, Osvaldo y SANDOVAL, Juan (2005): "Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión". *Colección Ideas*, nº5 (53), pp. 121.
- Correa, Rafael (2008), "Discurso inaugural de Rafael Correa: 50° aniversario de Flacso", en *Crítica y Emancipación*, núm. 1, vol. 1, Buenos Aires: Clacso.
- Cruz, U. (2005) *PRI: La elección del candidato a gobernador en el Estado de Puebla*. México, Puebla: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.
- Curran, James (2003), *Media and Power*, London: Routledge.
- De Melo, Márquez (2004), "Los tiempos heroicos: la formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación", en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, núm. 1, vol. 1, Sao Paulo: U.S.P.
- Desantes Guanter, José María (1974). *La información como derecho*, Editora Nacional, Madrid,
- Díaz, V. (2007) "Antecedentes cronológicos de la Ley Federal de Radio y Televisión". En Huber, Rudolf y Villanueva, Ernesto (coords.) *Reforma de los*

medios electrónicos ¿avances o retrocesos? México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM y Fundación Konrad Adenauer.

- Ellner, Steve (2012), "The Distinguishing Features of Latin America's New Left in Power", en *Latin American Perspective*, enero, núm. 39, vol. 1, New York: SAGE.
- Escobar de la Serna, Luis (2000). *Principios del Derecho de la información*, Dickinson, Madrid.
- Espinosa, Eugenio (2012): "Crisis económica y cambios políticos y sociales en América Latina", en *ESTRADA*, Javier: *La crisis capitalista mundial y América Latina*. Buenos Aires, Clacso.
- Estrada, Jairo (2012), *La crisis capitalista mundial y América Latina*, Buenos Aires: Clacso.
- Esteinou, Javier (2004). "Hacia una sociedad con voz: el rescate del derecho de respuesta en México", en Martell, Lenin (ed.), *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México.
- Ezeta, C. (2007) "Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión. Proceso Judicial". En González, Federico; Soria, Gerardo y Tejado, Javier (coords.) *La Regulación de las Telecomunicaciones*. México: Porrúa.
- Fairclough, Norman (1997), *Media Discourse*, London: Arnold.
- Fernández, F. (1976) *Gestación y desarrollo de la industria de la radio y la televisión*. México: Nueva Política.
- Fiss, Owen (1997). *Libertad de expresión y estructura social*, Fontamara, México.
- Freire, Paulo (1969), *La educación como práctica de libertad*, Madrid: Siglo XXI.
- Freire, Paulo (1970), *Pedagogía del Oprimido*, México: Siglo XXI.
- Fuchs, Christian (2010), "Grounding Critical Communication Studies: An Inquiry Into the Communication Theory of Karl Marx", en *Journal of Communication Inquiry*, vol. 34, núm. 1, UK: SAGE.
- García Linera, Álvaro (2008), *La potencia plebeya*, Buenos Aires: Prometeo Libro
- Garretón, Manuel (2007), *Del postpinochetismo a la sociedad democrática*, Chile: Prometeo.
- Halimi, Serge (2011), "La izquierda que ya no queremos", en *Le Monde Diplomatique Chile*, noviembre, núm. 124, Santiago de Chile: Le Monde Diplomatique.
- Harnecker, Marta (2005), "On leftist Strategy", en *Science & Society*, abril, núm. 69, vol. 2, New York: Guildford Publications.

- Herman, Edward y Noam Chomsky (1990), Los guardianes de la libertad, Barcelona: Grijalbo.
- Igarza, Roberto (2010), "Gestión de la participación de los usuarios: control de las herramientas 2.0 de la versión en línea de los diarios de mayor tirada en Argentina", en Conexiones, núm. 2, vol. 1, Barcelona: Ed. Comunicación Social.
- Junco Esteban, María Alicia (2003). El Derecho a la información: de la penumbra a la transparencia, Porrúa, México.
- Lazar, Judith (1995). La ciencia de la comunicación, Publicaciones Cruz, México.
- Lemos, Hélio (2010): "A Conferencia Nacional de Comunicação: da liberdade de expressao à censura mediática", en SEL, Susana: Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo. Buenos Aires, Clacso,
- Ley Federal de Radio y Televisión.
- Ley Federal de Telecomunicaciones
- López, S. (2005) "Derecho a la información y democracia. Balance de una transición inconclusa". En Solís Beatriz (coord.) Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la reforma del Estado. México: Fundación Honrad Adenauer, A.C.
- MacCombs, Maxwell (1996), "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo", en Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf [comps.], Los efectos de los Medios de Comunicación, Barcelona: Paidós.
- MacCombs, Maxwell (2003), Estableciendo la agenda, Barcelona: Paidós.
- Magdaleno Alegría, Antonio (2006). "El derecho de acceso a los medios de comunicación públicos de los grupos sociales y políticos significativos en el estado social y democrático de Derecho", Revista Teoría y realidad constitucional, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces SA, Núm. 18, Madrid, 2o semestre.
- Marti, José (1981). Ensayo Nuestra América, La Revista Ilustrada de Nueva York, 10 de enero de 1891, el diario El partido liberal, México.
- Martín-Barbero, Jesús (2005). "Globalización comunicacional y transformación cultural", en De Moraes, Dênis (coord.), Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder, Icaria, Intermón Oxfam, Barcelona.
- Marx, Karl (1970), La ideología alemana, Uruguay: Pueblos Unidos.
- Mattelart, Armand (1973), La comunicación masiva en el proceso de liberación, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Mattelart, Armand y Ariel Dorfman (1973), Para leer al Pato Donald, Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.

- Mauersberger, Christof (2012), "To be prepared when the time has come: Argentina's new media regulation and the social movement for democratizing broadcasting", en *Media, Culture & Society*, núm. 34, vol. 5, UK: SAGE.
- Mazzoleni, Gianpietro y Winfried Schulz (1999), "Mediatization of Politics", en *Political Communication*, núm. 16, USA: Routledge.
- Mena, J. (2007) "Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión. Proceso Legislativo". En González, Federico; Soria, Gerardo y Tejado, Javier (coords.) *La Regulación de las Telecomunicaciones*. México: Porrúa.
- Página 12 (2008), "Piensen como parte del país, no como propietarios", en *Página 12*, 1º de abril, Argentina.
- Página 12 (2008), "Sigo siendo un sindicalista", en *Página 12*, 19 de octubre, Argentina.
- Robles Hernández, José Guadalupe, *Derecho de la información y comunicación pública*, Universidad de Occidente, México, 2004.
- Punto Final (2010), "Un dilema de nuestro tiempo: ¿capitalismo o socialismo?", en *Punto Final*, mayo, núm. 708, Chile.
- Reig, Ramón (2011), *Los dueños del periodismo*, Madrid: Gedisa.
- Sader, Emir (2009), *El nuevo topo*, Argentina: Siglo XXI.
- Sartori, Giovanni (1997). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*, Taurus, Madrid.
- Sartori, Giovanni (2003). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Buenos Aires.
- Stein Velasco, José Luis F. (2005). *Democracia y medios de comunicación*, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, Serie Doctrina Jurídica, Núm. 206.
- Toussaint, F. (1998) *Televisión sin fronteras*. México: Siglo XXI.
- Unesco (2008), *Indicadores de Desarrollo Mediático*, Naciones Unidas.
- Villamil, J. (2005) *La Televisión que nos gobierna. Modelo y estructura desde sus orígenes*. México: Grijalbo.
- Villamil, J. (2010) *El sexenio de Televisa. Conjuras del poder mediático*. México: Grijalbo.
- Wood, Tony (2009), "¿América Latina domesticada?", en *New Left Review en Español*, núm. 58, Madrid: Akal.
- Xifra Heras, Jorge, (1972), *La información. Análisis de una libertad frustrada*, Ed. Hispano Europea, Barcelona
- Zorrilla, S. (1993). "Introducción a la metodología de la investigación", Ediciones Cal y Arena. México.

PAGINAS ELECTRONICAS

- Abascal, M. (2000) “La concesión en la Ley Federal de Telecomunicaciones”. En Jurídica. Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Iberoamericana. No. 30. [En línea] Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/indice.htm?r=jurid&n=30> (Consultado el 10 de enero de 2014).
- Álvarez, C. (2007) “Historia de las Telecomunicaciones en México”. [En línea] Disponible en: <http://revistabimensualup.files.wordpress.com/2007/09/d2historiadelastr telecomunicacionesenmexicooriginal1.pdf> (Consultado el 5 de enero de 2014).
- Barajas, E. (1999) “Ley Mordaza o Ley federal de comunicación social”. En Revista Latina de Comunicación Social. No. 19. [En línea] Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/66bar.htm> (Consultado el 20 de enero de 2014).
- Boix, Leonardo. Gran Bretaña aprueba una polémica ley para regular y controlar a los medios, Perfil.com [en línea], 02 de noviembre de 2013. Recuperado el 29 de enero 2014, de <http://www.perfil.com/internacional/Gran-Bretana-aprueba-una-polemica-ley-para-regular-y-controlar-a-los-medios-20131102-0008.html>
- Borón, Atilio. Los medios y la batalla por la democracia en América Latina. Telesur 27 julio 2015. Recuperado el 29 de Noviembre de 2013, de <http://www.telesurtv.net/bloggers/Los-medios-y-la-batalla-por-la-democracia-en-America-Latina-20150727-0002.html>
- Corral, J. (2000) “Medios de comunicación y transición democrática”. En Razón y Palabra. No. 17. [En línea] Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n17/17jcorral.html> (Consultado el 15 de febrero de 2014).
- Faber, Sebastiaan. Por qué los medios españoles son los peores de Europa y qué se está haciendo para mejorarlos. CTXT contexto y acción [en línea]. 9 de septiembre del 2015, nº 29. Recuperado el 19 Noviembre 2015, de: <http://ctxt.es/es/20150909/Politica/2242/prensa-periodismo-censura-ley-mordaza-El-Pais-El-diario-Infolibre-Comunicaci%C3%B3n-Viva-la-prensa-escrita.htm>
- Kaplún, Gabriel (2010), *La nueva ley de Radiodifusión Comunitaria en Uruguay: el largo camino de la democratización de las comunicaciones*, París: Unesco. Recuperado el 30 de Mayo de 2015, de http://portal.unesco.org/ci/en/files/29749/12701189987Uruguay_community_radio_law.pdf
- La actualidad de Alemania: Medios de comunicación. (s.f.). Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/cultura-y-medios/main-content-09/medios-de-comunicacion.html>

- Marcos Regulatorios de la Unión Europea. (s.f.). Recuperado el 29 de enero 2014, de <http://wikitel.info/wiki/Marcos_Regulatorios_de_la_Uni%C3%B3n_Europea>
- Mejía, F. (2010) "Historia mínima de la radio mexicana". En Fundación Manuel Buen Día. [En línea] Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/fmb/foromex/historiarad.htm> (Consultado el 25 de octubre de 2013).
- Partido dos Trabalhadores, "Resolução Política do 4º Congresso Nacional do PT". 2011. Recuperado el 24 de abril de 2015, de http://www.pt.org.br/downloads/categoria/resolucoes_do_4_congresso
- Resolución de la Suprema Corte de Justicia en la Acción de Inconstitucionalidad. 26/2006.
- Sector audiovisual y medios de comunicación. (s. f.). Recuperado el 29 de enero 2014, de <http://europa.eu/pol/av/index_es.htm>
- Trejo, R. (2006) "Datos duros: la actuación de los medios. En Razón y Palabra". En Razón y Palabra No. 53. [En línea] Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/aleph/2006/octubre.html> (Consultado el 1 de marzo de 2014).
- Trejo, R. (2007) "El monopolio monocromático". En Revista Nexos. No. 355. [En línea] Disponible en: <http://mediocracia.wordpress.com/2007/08/09/el-monopolio-monocromatico/> (Consultado el 18 de febrero de 2014)
- Pilger, John, "Geopolítica y concentración mediática", en Rebelión, 24 de Agosto de 2007. <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=1925>
- López y Rivas, Gilberto, Los académicos al servicio del imperio: The Minerva Research Initiative. La Jornada, México, 11 de abril de 2014. <http://www.jornada.unam.mx/2014/04/11/index.php?section=opinion&article=025a2pol>

ANEXOS

AMPARO CONTRA LEY TELECOM POR DISCRIMINACIÓN LINGÜÍSTICA

La Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación determinó que establecer el uso exclusivo o preferente del idioma español en las concesiones de radiodifusión es inconstitucional, pues la Carta Magna no reconoce una sola lengua “nacional”.

Con este argumento, los ministros concedieron un amparo –el 622/2015– al poeta y periodista Mardonio Carballo, indígena originario de Chicontepec, Veracruz, quien se inconformó contra el del artículo 230 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) que establece que las transmisiones de radio deben hacerse “en lengua nacional”, entendida ésta como el idioma español. En su argumento, el también actor y escritor en español y náhuatl consideró que dicho artículo restringe indebidamente el derecho de las personas indígenas a expresarse en su lengua originaria.

En un comunicado, la SCJN explicó que, que la disposición limita el uso de las lenguas indígenas y viola su libertad de expresión, viola también el derecho a recibir educación “bilingüe e intercultural”. El artículo 230 de la Ley de Telecomunicaciones no respeta la Constitución en el sentido de que el Estado debe facilitar las condiciones para que los pueblos y comunidades indígenas puedan adquirir, operar y administrar medios de comunicación.

El amparo interpuesto por Mardonio Carballo asegura que el hecho de que la Constitución “evite dar al castellano el rango de lengua nacional y reconocer a las lenguas indígenas como nacionales”, tuvo como objeto otorgar pleno reconocimiento a la diversidad cultural del país, que se refleja en la existencia de 68 lenguas indígenas.