

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN
URBANA

**“Conflicto entre las televisoras y TELMEX. Nuevos retos para la
democracia mexicana”**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN URBANA

PRESENTA:

C. MARISOL GÓMEZ FLORES

Director del trabajo recepcional

Dr. Tanius Karam Cárdenas

México, D. F., Noviembre de 2013

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

A mi madre y a mi hija

MAMÁ

Gracias mamá por todos estos años de desvelos y cuidados pero sobre todo de apoyo en todos sus sentidos. Eres la viva figura de una guerrera, me demostraste que no existen límites para alcanzar las metas, que no importa cuántas adversidades hubo o hay el camino lo importante es seguir y con la cara de frente.

Gracias por convertirme en esta persona que ahora soy con sus pros y contra me siento orgullosa de esta persona que formaste y como un día te lo prometí aquí está mi licenciatura que me hacen recordarte que todos tus esfuerzos valieron la pena. ¡GRACIAS MAMI!

HIJA

Eres lo mejor que me pudo haber pasado en la vida, eres mi mayor inspiración y te dedico este proyecto por esas desveladas a mi lado donde no querías ir a dormir por esperarme o por que querías ayudarme y con una sonrisa en la boca volteaba a verte, gracias Princesa por estar ahí y enseñarme que hay muchas perspectivas de la vida y demostrarme qué fácil es sonreír ante las cosas mas insignificantes por esto y por muchas cosas más ¡Te amo!

AGRADECIMIENTOS

A mi director de tesis y sinodales

Por su paciencia y colaboración para la realización de este proyecto, por la dedicación, apoyo, facilidad y confianza que me brindaron en el camino. Gracias por enseñarme que no obstáculo más grande que uno mismo.

A mi tía Silvia Flores

Por siempre estar a mi lado y demostrarme que no importa el tiempo o las circunstancias que lleve un proyecto lo importante es retomarlo y terminarlo. Gracias por ser mi plataforma pero sobre todo por enseñarme que a la vida siempre hay que sonreírle.

A mi padre

Por enseñarme que a pesar de todos los errores que uno pueda cometer, siempre hay una oportunidad para enmendar el camino “nunca es tarde para corregir los errores”; una frase muy trillada pero que pocos nos damos la oportunidad de hacerlo. Gracias por tu apoyo para la terminación de esta faceta.

A mi amigo Daniel Martínez

Creó que no tengo palabras para agradecerte mi gratitud, en verdad me apoyaste al 100%; me has demostrado que no importa que tan fuerte sea la marea siempre llega la calma y tu eres un claro ejemplo de que nunca hay que rendirse y seguir en pie.

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1.	
Visión general de la problemática	
1.1 Construcción del objeto de estudio	3
1.2 Objetivos (generales y particulares).....	4
1.3 Justificación (social, personal y académica)	4
1.4 Antecedentes y contexto.....	8
1.5 Estado del arte.....	13
1.5.1 El estado apostando al mejor licitador	13
1.5.2 Reforma del Estado	15
1.5.3 Aportación de propuestas	16
Capítulo 2.	
Conceptos claves en el desarrollo de la indagación	
2.1 La globalización y sus diversas caras.....	18
2.2 La Democracia inmersa en los medios de comunicación	21
2.3 Los monopolios como freno económico.....	24
Capítulo 3.	
Los monopolios manipuladores de la Democracia Mexicana	
3.1 La incursión de los monopolios en el sistema capitalista mexicano.....	28
3.2 Como interviene el Estado frente a los monopolios	30
3.3 Los principales monopolios en México.....	33
3.3.1 El magnate de la telefonía (Telmex).....	33
3.3.2 La empresa pionera en la televisión mexicana: Televisa	36
3.3.3 Los primeros años de Televisión Azteca	38
3.4 Conclusión	39
Capítulo 4.	
El papel de las Telecomunicaciones	
4.1 ¿Qué representan las Telecomunicaciones en México?.....	40
4.2 Reforma del Estado “modificaciones legales y constitucionales”	42
4.3 Alianzas como mecanismo de control y complot	45

4.4 Las instituciones jugadoras de privilegios.....	46
4.5 Retos de las telecomunicaciones.....	48
Capítulo 5.	
Algunas propuestas para acabar con el proteccionismo de la oligarquía mediática	
5.1 Cambios trascendentales en materia telecomunicacional	50
5.2 Propuestas a favor del marco regulatorio existente	54
5.3 Conclusión	57
Capítulo 6.	
Algunas conclusiones preliminares.....	58
BIBLIOHEMEROGRAFÍA	61

INTRODUCCIÓN

“En una conferencia sobre la nueva Sociedad de la Información, el rector de la Open University, John Daniel, afirmó: “Señoras y señores, las nuevas tecnologías son la respuesta.....¿cuál era la pregunta?”

Joan Subirats

Hoy en día las grandes Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), han generado una influencia en todos los ámbitos, político, económico y social; dependiendo de alguna forma del reto que ha surgido en la Democracia mexicana, es decir, el siguiente trabajo tiene como propósito describir las características actuales y reales de los medios comunicativos analizando las implicaciones en el sistema democrático y el fortalecimiento que se ha visto reflejado aún más en estas últimas décadas, transformando a los medios masivos en un “cuarto poderío”, jugando un papel imperante en el tema de las Telecomunicaciones en México.

Hoy ante un mundo globalizado la información se ha vuelto un conducto para ganar territorio político, al ser utilizados como mediadores para la toma de decisiones políticas, sus mecanismos han sido a través de campañas, propagandas, spots o por la persuasión de la influencia que genera el aparato televisivo. Por ello el “Conflicto entre las Televisoras y Telmex. Nuevos retos para la democracia Mexicana”; surge ante la inquietud de analizar el dominio de una visión mercantilista que ha generado una competitividad cerrada gracias a su poderosa influencia y manipulación sobre la audiencia pública.

Ante esta situación el presente trabajo propone exponer en su primera parte las preguntas claves, esbozando las principales características de los medios actuales y sus estructuras de poder. En una segunda parte se concentran los conceptos claves de los medios de comunicación en los sistemas democráticos desde la perspectiva de las teorías de la democracia moderna y del modelo del buscador de renta de Gordon Tullock. La cuarta parte enfatiza las modificaciones legales y el camino hacia la modernización a través del cuádruple play. En quinto lugar la influencia política de las empresas mediáticas en la coyuntura social y política, ante los sucesos públicos y por último se analizan algunas propuestas políticas para controlar el poder en los medios.

Por lo tanto, hay que dejar claro que la realización de este escrito se da en el contexto pos-electoral hacia el 2000, donde no quedaba claro el rumbo de las telecomunicaciones, donde la disputa entre estos gigantes se baso en alianzas y en una guerra sucia basada en la mercadotecnia,

en un marco jurídico de leyes y licitaciones que alteraron el orden de la comunicación por representar la parte más influyente. Por lo que queda claro que esta obra se terminó de imprimir sin tener una ley clara en el proceso de la comunicación en México.

Sin embargo esto no nos impidió retomar el tránsito hacia la democracia, hacia los medios de comunicación impresos y electrónicos que juegan y jugarán un papel muy importante, en la medida en que estos se democratizan y cumplan con su papel social de informar con veracidad a la ciudadanía de todo lo que acontece en los diversos ámbitos de la sociedad, de manera que todos sin excepción estemos bien informados y contemos con los elementos necesarios que nos permitan tomar decisiones sin ser más víctimas de los manipuladores de opinión pública que sirven a los distintos grupos de poder.

CAPÍTULO I

1. VISIÓN GENERAL DE LA PROBLEMÁTICA

El presente capítulo expone los cuestionamientos que nos llevaron a la realización de este proyecto recepcional, titulado: *“Conflicto entre las televisoras y Telmex. Nuevos retos para la democracia mexicana”*. En primer lugar se plantean las preguntas generales y particulares del conflicto entre los grandes corporativos de los medios de comunicación: Televisa, TV Azteca y Telmex. En segundo lugar, se definen los objetivos del objeto de estudio. En tercer lugar, se explica el por qué de esta temática. En cuarto y último lugar, se encuentra el “estado del arte”, cuya función es afianzar la indagación, mediante puntos de vista de especialistas en materia de telecomunicación.

1.1 Construcción del objeto de estudio

Este nos permitirá indagar el conflicto de las telecomunicaciones entre nuestros actores principales (televisa, tv azteca y Telmex); así que de manera general abordaremos:

1. ¿Cuáles son las características e intereses del proceso de enfrentamiento entre las televisoras y Telmex?

De manera particular:

- 1.Cuál es la repercusión política, social y económica en la democracia mexicana.
2. ¿Cuáles son las modificaciones legales y sus implicaciones en materia de telecomunicación?
3. ¿Cuáles son las propuestas realizadas por organizaciones civiles y académicas en materia de Telecomunicaciones?

La intención de las anteriores incógnitas es exponer los obstáculos que han generado estas empresas monopólicas al no permitir la incursión de una “economía competitiva”, es decir, cómo el trinomio de: gobierno, medios de comunicación y empresarios, aglutinan el mercado dejando en desventaja a nuevos competidores en el ramo, al estar concentrada la competencia en un solo sector por ello la necesidad de plantear preguntas particulares a la investigación.

1.2 Objetivos generales y particulares

La idea general de nuestros objetivos radican en: a) Describir las características e intereses del proceso de enfrentamiento entre las televisoras y Telmex, basándonos en un trabajo documental, que realiza un recuento de los momentos, actores y etapas de este conflicto, que de hecho aún al momento de escribir esta tesis, prosigue y no se ha resuelto.

De manera muy particular hay objetivos que se apegan a capítulos, tal es el caso de los apartados tres, cuatro, cinco y seis de esta investigación, y son los siguientes:

- (a) Explicar la repercusión política, social y económica en la democracia mexicana.
- (b) Atender a las modificaciones legales y sus implicaciones en materia de tele-comunicación.
- (c) Conocer las propuestas que han realizado las organizaciones civiles y académicas en materia de Telecomunicaciones.

Los objetivos tienen como interés apuntalar a la influencia política-económica que ha mantenido el Estado con estos trust a través de décadas, reforzando la teoría del autor Marcur Olson: “usan su poder de “cabildeo” para influir en las políticas gubernamentales y controlar el mercado de las firmas, perjudicando a la competencia” (González, 1996:136). Destacando una vez más que el “poder” es y será una herramienta que no tienen límites.

1.3 Justificación social, económica, personal y académica

Ante el escenario propuesto en los párrafos anteriores canalizaremos un eje que nos permita expresar el porqué para qué dicha temática formará parte del desarrollo profesional. Es decir, en la parte social rescataremos la evidente falta de competitividad en materia de telecomunicaciones; en lo económico, abordaremos la desigualdad social y la concentración de riqueza de un solo sector de la población, llamada la “élite del poder”¹; en lo personal, la inquietud de la formación y expansión de los “cárteles”, y académicamente resaltaremos la intervención y influencia de una democracia controlada por el poder mediático.

¹ Según Mills, en ciertas sociedades hay una minoría poderosa “compuesta de hombres cuyas posiciones permiten trascender de los hombres y mujeres corrientes” [...]. El concepto de la élite del poder es paralelo y hay intereses entre las organizaciones económicas, políticas y militares [...] y dichas jerarquías son dominantes. (Meyer, 1995:134).

En lo concerniente a lo social la comunicación es una pieza fundamental y más en un mundo globalizado², donde el mercantilismo y el consumismo son parte de la vida cotidiana del ser humano, pero más allá de esto, la sociedad requiere de herramientas que le permitan dar el salto de espectadores a actores y para ello es indispensable dotarla de servicios que le proporcionen una información veraz y no truqueada, y claro que esta que no la encontraremos en las dos cadenas de televisión abierta. Por lo que es necesario pensar en una competitividad real o el acceso a los servicios privados pensando en la idea de nuevos paquetes accesibles, ya que actualmente estos se han cotizado como servicios exclusivos para cierto sector de la sociedad.

Ahora la televisión de paga, el internet, el teléfono fijo y móvil, representan la concentración de poder tomando como batuta la información la cual deja claro que es la que la sociedad requiere para dejar de vivir bajo el yugo de la televisión abierta de una señal manipulada, maquilada y maquillada de acuerdo a sus intereses. Entonces el problema social es la televisión que representa la parte más influyente de una colectividad, concentrando la mayor audiencia de población desinformada ya que solo cuenta con dos opciones televisivas: Televisa, TV Azteca; la prensa o el periódico quedan descartados por ser tan caros y porque estamos ante una sociedad que no le gusta leer, el ver imágenes, el proyectar datos es lo que hace de la pantalla su acaparamiento.

El no existir competencia real en los ramos televisivos ha traído como consecuencia a una sociedad limitada en información, a una masa esclava del rating, pasiva ante los sucesos públicos; incapaz de pensar por sí misma, porque la pantalla se encarga no solo de contar el hecho sino nos hace pensar el cómo debemos tomarlo y analizarlo, convirtiendonos en una sociedad rehén de los medios, por eso la necesidad de rescatar a la sociedad con nuevas alternativas de información veraz y oportuna, que logren la canalización de nuevos servicios para dejar atrás el régimen de una “sociedad agachada”.

Hablando económicamente la inquietud radica en el mercado monopolístico que ha controlado gran parte del financiamiento mexicano en vez de hacerlo eficiente, ha logrado su decadencia dominando los procesos de producción, consumo de bienes y servicios; existiendo una apertura casi nula, y una aglutinación en unos cuantos sectores gracias a la adopción del modelo neoliberal, en el sentido que nos menciona el historiador y columnista de *Reforma*, Lorenzo Meyer (Meyer, 1995: 40):

² Tras el acuerdo de libre comercio con Estados Unidos y Canadá en 1993, el siguiente objetivo de los salinistas fue lograr la admisión de México a un club de países ricos: la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) con sede en París. Este peculiar empeño en hacer aparecer a México como compañero de viaje de Estados Unidos, Alemania o Japón, se encuentra en algún punto entre la fantasía inocente y la locura. (Meyer, 1995:140).

“Una campaña de propaganda que buscaba convencer a propios y extraños de que, gracias a la adopción de neoliberalismo es su versión salinista, ya éramos parte de la élite mundial, de los ganadores, pues finalmente habíamos logrado la modernización y el despegue económico. La realidad nos dijo que tales ideas pertenecían al reino de la fantasía. Nuestro atraso profundo lo gritan la pobreza extrema [...] su injusta distribución del ingreso, la deficiente infraestructura y la baja calidad de vida” (Cazés, 2009:49).

Dicho de otra manera, la realidad es que los grandes dueños de estos corporativos controlan el capital, deciden el precio de sus servicios y siguen expandiéndose y fortaleciéndose, aunque hagan creer “que elevan la eficiencia y sanean las finanzas públicas, estructurando un mercado con un mejor sistema de incentivos” (González, 1996:127), la realidad demuestra lo contrario ya que no solo se han mantenido, sino que no que han generado una protección económica impresionante, ejemplo de esto es la apertura casi nula de la competitividad, un capital cerrado y controlado por un pequeño sector empresarial.

Y aunque que el Estado ejerce cierto control en la economía mexicana, la realidad es que la responsabilidad ha recaído en los carteles en cuanto a los precios altos y a la baja competitividad se refiere; el país vive una situación de pobreza y la mayoría de los trabajadores mexicanos ganamos un salario mínimo, las jornadas laborales cada vez se incrementan más ante la necesidad de generar horas extras para una mejor paga, en el mercado laboral existe cada vez menos oferta y demanda, estos son algunos de los factores que han creado rigidez e informalidad impidiendo el crecimiento del sector económico.

En lo personal surge la inquietud de ver cómo se esparcen sin ningún control estos consorcios, su crecimiento va profundizando la política mexicana, convirtiéndose estos en los controladores de una Democracia enferma y decaída; protagonizada por la demagogia que ha servido al país. El empresariado ha ganado terreno abarcando un amplio mercado, generando altísimas cuotas en servicios “básicos” es inconcebible pero es una realidad, las cotizaciones de estos sobre todo en el internet son altísimos pero indispensables, y más aún en esta sociedad que entra a la era de la información, pero realmente la pregunta es: ¿A la clase política y empresarios le interesara que la sociedad este realmente informada?; sin duda una incógnita que trataremos de dar respuesta.

Ahora en cuanto a la “libertad de expresión”³, es necesario repensar si de verdad se lleva a cabo; existen periodistas o comentaristas que por emitir su opinión son saqueados de la empresa donde laboran y sí representan un peligro son eliminados, está es la realidad que se vive; “no tenemos una libertad de expresión”; el pueblo esta oprimido, agachado, cansado de vivir la misma situación aunque haya “alternancia de cambio”; porque esto fue lo que representaba el gobierno panista, una nueva fórmula que terminara con el antiguo régimen priista, pero la realidad fue peor, este resultado ser un gran aliado para la empresa controladora (Televisa) quién censura y controla al sistema político.

Por ello, surgió la expectación de preguntarme cómo influyen estos medios en la toma de decisiones políticas y que tan influyente en su papel en la sociedad, ya que han demostrado ser capaces de crear cierta inclinación hacia sus candidatos presidenciales mediante todo el “boom” que desploman en las programación televisiva. Sin embargo esto ha motivado a la juventud y a cierto sector de la población a incursionar en nuevos servicios que se han vuelto la alternativa para acabar con esta mediocracia, teniendo como alternativa los medios electrónicos donde puedes opinar sin miedo a las represalias del sistema político.

Por lo tanto la justificación académica radica en que los monopolios se han plantado como los verdaderos jugadores políticos, son los que controlan el poder, quiénes toman las decisiones de nuestra Democracia, por medio de la información que es la herramienta más poderosa que se les pudo otorgar no por nada se ha dicho “la información es poder”; dejando en segundo plano a las instituciones encargadas de regularlas, ya que con su expansión solo las han debilitado y al mismo tiempo las ha vuelto cómplices de su deseo de esparcimiento, las instituciones ahora son rehenes del medio publicitario cuando la idea fue fundada para lo contrario.

Y si a lo anterior le anexamos el desánimo de la población por una democracia dominada por la demagogia popular en donde los programas, las propuestas y planes se quedan en el discurso representativo ya que al candidato “X” solo le interesaba llegar al poder y una vez alcanzado se olvida de aquellas propuestas que lo llevaron a estar en la silla presidencial, esto nos deja claro que

³ Entendemos por libertad de expresión lo siguiente: “La libertad de expresión no se coarta y ni se limita, así como la libertad de prensa”. Artículo 6º: La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa. Artículo 7o.- Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

la sociedad está descontenta con lo que representan nuestras autoridades, como botón de muestra está el desinterés de emitir el “voto”, por eso tanta insistencia con comerciales acerca del tema.

Y en general la idea que marca el Estado es de estatismo, corporativismo, proteccionismo y control vertical, es decir, nuestra democracia se ha vuelto una garantía hacia las empresas más influyentes participado en los negocios tanto del duopolio televisivo, como de Telmex, por medio del “cabildeo” como lo señala la teoría del buscador de renta, de Gordon Tullock⁴. Entonces el objetivo académico es exponer la indiferencia del gobierno ante el tema de las redes de comunicación, exhibiendo la falta de competencia y pérdida de bienestar social que solo han creado la protección gubernamental de los políticos.

“Hace más de medio siglo que la política mexicana no ha tenido más objetivo real que mantener en el poder a un grupo [...] que le da el monopolio del poder. La “tercera ola democrática” mundial se ha estrellado frente a peñón del autoritarismo mexicano añejo [...], sin ideología, oportunista y notablemente corrupto y corruptor” (Lorenzo, 1995:76).

Y concluimos con la justificación en todos sus sentidos que es un tema que nos afecta directamente como sociedad, ya que las telecomunicaciones son parte de nuestro entorno y nos propician el derecho a estar informados, pero bien informados y para ello debemos plantear propuestas en esta materia como un punto principal de la agenda política, ya que realmente no se cuenta con una competencia real ni mucho menos con precios accesibles al público, ante esta necesidad es importante proponer un marco jurídico regulatorio.

1.4 Antecedente y contexto

En este apartado visualizaremos un panorama general hacia las prácticas monopólicas, desglosando la confrontación por el “triple play” (audio, video y internet) y “cuádruple play” (audio, video, internet, telefonía fija), elementos centrales del debate entre Televisa, TV Azteca y Telmex, de manera que esquematizaremos de forma individual cada una de las empresas mencionadas

⁴ Gordon Tullock utiliza la expresión “buscadores de rentas” para referirnos a los grupos de interés que tratan de influir sobre las decisiones políticas para que las reglas se elaboren e interpreten en su propio beneficio. Es un sistema que permite la adopción de decisiones mediante mayorías no unánimes, mediante intercambio de votos, coaliciones de grupos de interés mayoritarias, que consiguen aprobar proyectos que les benefician aunque los costes totales sean mayores que los beneficios totales resultantes. <http://www.eumed.net/cursecon/economistas/Tullock.htm>

haciendo referencia al despliegue de sus compañías, posteriormente plasmaremos los incidentes en el proceso de la sucesión presidencial entorno a la problemática estudiada dejando claro que solo lo esquematizaremos de forma general y más adelante dedicaremos un capítulo a lo anterior mencionado.

En lo que respecta a las empresas: Televisa, TV Azteca y Telmex, conocidas como: “*Escuela de Frankfurt*”; por desarrollar una teoría crítica para describir y responder gran parte de la necesidad de encontrar una razón para la elección de acabar con estas empresas influenciadas del mercado aglutinador, es decir, la transición que hubo del capitalismo emprendedor al capitalismo monopolista y estado moderno, como organizaciones y negocios, que aglutinan gran parte del mercado, tal y como lo presentamos en las siguientes tablas (Ver tablas 1,2, y 3):

Tabla 1 Compañías del grupo Televisa⁵

RUBRO	COMPAÑÍAS
Accionista*	Emilio Azcárraga Jean (El Tigrillo)*
Televisión de paga	Sky, Cablevisión (ofrece servicios de triple play (voz, datos, imágenes) y Televisa Networks
Televisión Internacional	Posee el 40% de participación accionarial en la Sexta, un canal de Televisión abierta en España.
Radio	Con la fusión de Televisa Radio, Grupo PRISA (Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima) y Grupo Radiorama, son 81 radiodifusoras
Cine	Video cine, Televisine*, Coyoacán filmes* y la distribución de Warnes Bross
Video	Televisa Home Entertainment
Internet	Esmás y Esmás móvil
Doblajes	Empresa de servicios de doblajes para programas televisivos y de películas
Traducción	Televisa Estudios traduce sus telenovelas a 27 idiomas y comercializa la programación de la empresa en 109 países
Fútbol	Clubes América, Necaxa, San Luis y el Estadio Azteca
Editorial	Editorial Televisa(la mayor editorial de revistas en español) e intermex
Música	Comercialización de marcas y licencias

⁵ Fuentes de tabla 1 y 2, Ver (Pareja, 2010:109). Los Asteriscos (*) Son anexos míos

Apuestas	Play City y Multijuegos
Asociaciones	Univisión, TuTv, La sexta, EMI Music, OCESA, Más fondos y Volaris
Visa	Empresa dedicada a la comercialización de licencias de programación
Boletaje para eventos de entretenimiento en vivo	Ticket Acces. En la alianza con Bank Note Corporation
OBJETIVO*	INCURSIONAR EN LA TELEFONÍA FIJA, OFRECIENDO EL CUADRUPLE PLAY*

Tabla 2 Compañías de TV Azteca

RUBRO	COMPAÑÍA
Accionista*	Ricardo Salinas Pliego
Ropa	Hecalli
Muebles y artículos para el hogar	Elektra México y franquicias en América Latina (México, Perú, Guatemala, Honduras, Panamá, Argentina, Brasil), Salinas y Rocha
Televisión	Azteca Digital. Producción de Telenovelas. Azteca América para el mercado hispano en EU. Latitud TV Guatemala.
Sitios de internet	Azteca Web, Todito Card (acceso)
Eventos	Azteca records
Fútbol	Clubes Jaguares y Monarcas
Música	Azteca Music
Automotriz y transporte	Marca FAW, Italika motocicletas
Financiero	Dinero Express de Elektra. Transferencia de fondos. Banco Azteca, Fondos de retiro, Red Móvil Azteca.
Telecomunicaciones	Unefon, Inversión en servicios telefónicos inalámbricos. Iusacell, participación mayoritaria, Red móvil Azteca, BAM, Iusatel.
OBJETIVO*	CREAR UNA TERCERA CADENA DE TELEVISIÓN*

Tabla 3 Compañías de Teléfonos de México

ACCIONISTA	
Fundada	En 1947 con el ex Pte. Miguel Alemán Valdés
Privatización	En 1990 con el ex Pte. Carlos Salinas de Gortari
Internet	Infinitum, Prodigy Comunications
Telefonía celular	Iusacell-Telcel
Expansión	IBM, Sears, América Móvil y Dish México

Internacional	AT&T Telmex Internacional, en Colombia compra las cinco empresas más importantes: TV Cable, Superview, Cable centro, Satel Caribe, Cable pacífico.
OBJETIVO	Lograr la eliminación del candado que le impide entrar al mercado de TV de paga.

*Elaboración propia

Las tablas antepuestas muestran claramente que estas empresas son un conglomerado, cargado de poca regulación, dejando de lado el Artículo 28 constitucional, que hace alusión a la competencia en materia económica, monopolios y libre concurrencia, al abarcar más de un sector en el mercado, su consecuencia es una ausencia de competitividad que desencadena conflictos públicos entre las clases sociales, al no poder adquirir un servicio básico por su precio elevado manifestándose de manera directa la inconformidad de los usuarios ante las empresas.

Como elementos centrales encontramos el conflicto entre empresarios y políticos, destacando como primer suceso: la venta de la cadena trece, escándalo generado entre el hermano del expresidente Carlos Salinas, por haberse adquirido de manera ilícita; ya que él entonces presidente de la república Carlos Salinas, involucraba de manera directa a dos empresarios mexicanos Salinas Pliego y Carlos Peralta, en negocios donde el hermano del expresidente Salinas fungía como un prestanombres para tapar los ideales del presidencialismo.

En segundo lugar, fueron las denuncias interpuestas por Telmex en contra del duopolio televisivo. La primera presentada ante la CFC, en la que acusaba a las televisoras de realizar prácticas monopólicas. La segunda, en contra de Televisa por haber incumplido en las condiciones de la CFC, por la compra de Cablemás. Tercera una acusación a Cablevisión por prácticas monopólicas. Cuarta y última, en contra de la empresa "Yoo", creada por cablevisión, Cablemás y Megacable, por lo altos costos de sus productos. La realidad es que Teléfonos de México, estaba muy molesta con las televisoras por haber sacado su publicidad de las pantallas.

Un tercer componente es la fuerte personalidad que ha ejercido la periodista Carmen Aristegui, al cuestionar temas de interés en su momento, entre los cuales destacan: el presunto alcoholismo del presidente Felipe Calderón, comentario que le costó su salida de la cadena MVS; además de manifestarse en contra de la llamada "Ley Televisa", que fungía a favor de la firma del "Canal de las estrellas" con lo cual ganó más presión de Azcárraga para salir completamente de las pantallas; y finalmente la actitud crítica que ejerció la periodista acerca del incendio en la guardería ABC de Hermosillo, dando un enfoque hacia las críticas del crimen organizado, cosa que al opinar

diferente, interrumpía los ideales de la empresa amarilla y este fue el “pretexto” ideal para despedirla y dejará de interrumpir en las negociaciones de la banda de 2.5 Ghz⁶.

En cuarto lugar fue la extinción de la empresa Luz y fuerza del Centro (CLyFC), cuya finalidad real era liquidar el Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), ya que se oponían a las “políticas neoliberales” y Televisa quería apropiarse de la fibra óptica⁷, situación que le costó la ruptura con la firma de una “señal con valor”, ya que TV Azteca no cuenta con los elementos necesarios para ofrecer el triple play.

Un quinto elemento fue la Ley Federal de Radio y Televisión, que la revista proceso bautizó como la “*Ley Televisa*”, donde quedaba claro que Azcárraga, no era un soldado de un único partido, él se movía de acuerdo a sus propios intereses, y esta ley evitaba el acceso de la competencia en radio y no otorgaba concesiones, además que contaba con la intervención de las autoridades, lo cual se mostró al aprobar de manera unánime dicha reforma.

“La “*Ley Televisa*”, “En la cámara de Diputados, 305 legisladores de todos los partidos aprobaron en menos de diez minutos, sin discusión, el paquete de reformas que constituyen la *Ley Televisa* [...] Los equipos de los candidatos presidenciales en especial del PRI (Roberto Madrazo) y del PAN (Felipe Calderón) presionaron para que el 31 de marzo de 2006, se aprobara la *Ley Televisa* sin modificarle “una sola coma” en el Senado” (Villamil, 2010:16).

Por último, fue el rompimiento de la pauta publicitaria que hizo Carlos Slim con las Televisoras, al dejar de invertir en ambas cadenas de televisión pública. Cuestión que Televisa aprovechó para aliarse con Iusacell y TV Azteca, con la finalidad contraatacar a Carlos Slim, y hacer que rescindiera de la idea de una “tercera cadena” de televisión, sin embargo esta situación no mermo la cuestión financiera de Slim, y mucho menos ha perdido terreno en telefonía local y móvil,

⁶ La importancia de la banda 2.5 Ghz es tal que el propio director jurídico de Televisa, Javier Tejado Dondé, calculó el valor del espectro que posee la familia Vargas en 6 mil millones de pesos [...] el tema fue ampliamente expuesto por Carmen Aristegui, diciendo que esto solo obedeció a un “berrinche presidencial” y a presiones en materia de telecomunicaciones” (Villamil, 2011: 9).

⁷ La guerra por la fibra óptica, es lo que realmente está detrás de la desaparición de Luz y Fuerza; ésta es un tipo especial de cable que puede llevar y traer una enorme cantidad de datos en video, imagen y audio, cuenta con treinta cables de los que solo se usan 6 para dar servicio de energía eléctrica. Los 24 restantes son los que se pueden usar para dar el servicio del llamado “triple play” que consiste en televisión por cable, internet, y telefonía. Es propiedad de la nación, pero el Sindicato Mexicano de Electricistas pidió que se le diera la concesión para dar el servicio, sin embargo, el presidente Felipe Calderón, ya tenía en mente otorgarla a una compañía privada española y para colmo, malbaratarla. (Durán, 2009: Octubre).

pero no se puede dejar de lado que Televisa avanza en los terrenos de la telefonía móvil, y destaca como una de las empresas más importantes en contenidos audiovisuales en América Latina.

Concluimos este apartado con la argumentación de la conductora Carmen Aristegui: “calificó esta situación como una “espada de Damocles” en la vieja tesis autoritaria de la zanahoria y el garrote: te portas bien, te refrendo tu concesión. Te portas mal, te la detengo o te la niego” (Villamil, 2011:9), acertando que la política y el poder imponen su autoridad ante los medios públicos, porque mientras no se estén de acuerdo con los ideales e intereses de la empresas monopólicas el tema seguirá sin concluir con un marco regulatorio real.

1.5 Estado del Arte

Es resaltar la información del tema que se pretende investigar, permitiendo determinar el objetivo temático, analizando las propuestas de investigación, a partir de lo indagado, seleccionaremos los puntos fundamentales que sistematizarán la información bibliográfica, cuyo propósito radica en analizar con un conocimiento crítico, que aporte ideas y se clasificará de acuerdo a su temática.

1.5.1 El Estado apostando al mejor licitador

De entrada la idea que nos aporta Jenaro Villamil (2009), es la de las preferencias que le concede el gobierno Calderonista a Televisa, otorgándole la “banda ancha”, elemento primordial para ofrecer el cuádruple play, asimismo destaca la utilización del mecanismo “cabildeo”, por parte de los representantes políticos como: “Javier Tejado Dondé que dictó en diciembre del 2005 la “Ley Televisa”, para que fuera aprobada rápidamente, su consecuencia la ruptura con la empresa TV Azteca por el tema del “*Triple Play*”, razón de la ilegalidad de Hi- Tv,⁸ que posee este conglomerado.

Posteriormente en su libro “El sexenio de Televisa” (2010), el autor documenta los diez años que han transcurrido del gobierno panista (exclusivamente el sexenio de Felipe Calderón),

⁸ Hi-tv es una cajita que te permite ver bien tu tele, convirtiéndola en digital. Con esta caja puedes ver en tu tele de siempre todos tus canales de tele abierta ahora en calidad digital, con imágenes tan claras que parece que estás viendo un DVD. http://www.hi-tv.com.mx/lnt_QueesHitv.aspx.

recalcando como idea principal el poder del Estado, leyes e instituciones, refiriéndose a los hechos generados por estas instituciones tales como: La “Ley Televisa”; la guerra sucia contra el candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador (AMLO); las alianzas entre monopolios; rupturas entre el duopolio; así como entre Iusacell y Telmex; la fama tan transcurrida la empresa Televisa, hacia al candidato Presidencial Peña Nieto, aportando ideas y temas a la presente indagación.

En cuanto a los conflictos sociales, el autor estudia la relación entre medios-política, uno de los puntos centrales de nuestra investigación por eso la importancia de su referencia, como en el caso del “tiroteo en el estadio Torreón, balacera ocurrida entre Santos Laguna contra Morelia” (Villamil, 2011:11), tomando como eje central el papel que fungen las televisoras y el papel de las redes sociales como *Twitter*, los cuales contraponen la verdad de lo que se dice públicamente, llegando a la conclusión de que las dos grandes televisoras Televisa y TV Azteca, se han convertido en juez y parte de esta situación, en el acontecer de los sucesos públicos.

Ahora bien el periodista Fernando Mejía Barquera, aporta la agudización de los conflictos y las estrategias políticas y mediáticas, reflexionando acerca de lo que están dispuestas para obtener la simpatía de los grandes empresarios como Azcárraga, tal y como sucede en la guerra telecomunicacional, donde se enfatiza una estrategia política, una influencia que ejercen los dueños monopólicos, una obstrucción en la legislación en materia de telecomunicaciones, la hipótesis que obtenemos del artículo del autor es que esta guerra es un juego de ajedrez y ganará el más paciente.

En cuanto al periodista Miguel Ángel Granados Chapa (2009), obtenemos de su reseña va encaminada a la parte de las alianzas, para atacar al magnate Carlos Slim., expresando la inclinación de los intereses de la Cámara de la Industria de las Telecomunicaciones por cable (Canitec)⁹, ya que como institución aludió a Slim como: “El gobierno y las empresas mexicanas no necesitamos de las recetas de quienes han hecho fortunas estratosféricas gracias al doble cobro, para enfrentar la crisis, las familias mexicanas necesitan empresas que no cometan abusos contra sus clientes y ofrezcan competitividad”; dejando claro una posición que nos lleva a preguntarnos si realmente a una situación de igualdad entre las empresas comunicativas o si hay una preferencia de intereses, por parte de sector político.

⁹ La CANITEC es el órgano de representación empresarial que agrupa a los concesionarios de redes públicas de telecomunicaciones, que proveen servicios de televisión por cable, Internet, telefonía y transmisión de datos, en la República Mexicana. Nació en el año de 1975, y [...] tiene capacidad para celebrar todos los actos y contratos que exijan la defensa de los intereses de la Institución. <http://www.canitec.org/naturaleza.php>

En definitiva este apartado del Estado el mejor postor, nos lleva a hacer hincapié de la importancia de este, su inclinación de acuerdo a intereses, derivado de esto la decisión en la toma de las sentencias legales, resaltando los elementos de poder y dominación, finalmente el toque personal de este tema junto con sus figuras políticas, logrando su popularidad o su desgaste, lo que queda claro es la coyuntura por la que atraviesa nuestro sistema político, por su cinismo y desigualdad social.

1.5.2 Reforma del Estado

El apartado constitucional es una parte fundamental que analizaremos dentro de la contextualización de tema a tratar, ya que de acuerdo a los autores leídos, las leyes y reformas que se han implementado, tales como: Ley Electoral, Ley Antimonopolios y la llamada “Ley Televisa”, han destacado por su oposición o por su controversia, para ello citaremos a los autores que abordan la materia legal.

En cuanto a la reforma de radio y televisión, el crítico Álvaro Cueva (2007), apunta que solo es una ley que va en contra del “duopolio televisivo”, afectando de manera escandalosa a la economía de los medios de comunicación, puesto que estos se venden de acuerdo a los ratings y a su venta de contenidos, y con dicha implementación, estas empresas ya no recibieran dinero extra de los spots de las campañas electorales, pero al mismo tiempo nos hace pensar que esta situación solo es un generador de dinero ilícito ya que los medios son estrategias en vender notas y entrevistas, cubrir espacios publicitarios es una especialidad de ambas televisoras y este dictamen no parará sus ganancias.

En relación a la Ley antimonopolios el director del periódico el *Economista*, Marco A. Mares (2005), expone que el mercado de las Telecomunicaciones es una gran oportunidad en materia de inversión y crecimiento económico, lo cual traería competencia, modernización y crecimiento. Por ello, los cambios a la Ley Federal de Competencia, al Código Penal Federal y al Código Fiscal de la Federación, son y deben ser importantes, asumiendo la falta de competencia en México, la cual ha sido una barrera en la lucha contra la pobreza y la desigualdad al reducir las posibilidades de desarrollo, la síntesis que obtenemos es que esto es solo un distractor del gobierno Calderonista, ya que en la práctica esta situación se sigue ejerciendo.

En cuanto a la Reforma Electoral, la Asociación Mexicana de derecho a la Información (Amedi) (2007), reflexionan acerca de la sumisión de poder, ante los medios de comunicación,

reflejándose en la disminución de la transmisión de mensajes proselitistas, además de darle poder y responsabilidad en la parte del proceso electoral, lo cual sí nos ponemos a analizar es un gran medio, finalmente estos anteponen un candidato, y según el elegido es al que le dan mayor cobertura en sus empresas y más allá influyen en la decisión de la ciudadanía.

Concluyendo con el apartado de reforma del Estado, finiquitamos que la materia comunicacional, es una herramienta que ha logrado adquirir audiencia con puntos a favor y en contra, lo que sí es bien cierto es que la iniciación de estas leyes mencionadas han girado en torno a polémicas, paralizándolas, y dejando mucho que desear de un servicio de calidad, oferta y contenido.

1.5.3 Aportación de propuestas

En esta parte incluiremos las propuestas y las opiniones de los especialistas en el tema. En primer lugar está el investigador del CIDE, José Antonio Crespo (2007); que expone que de haber reglas claras los medios ya no podrán tener un trato directo con los partidos políticos por las siguientes razones:

- I. Los medios no podrán colocar los tiempos políticos a las tarifas más elevadas en comerciales
- II. No podrán ofrecer preferencias políticas o favores pactados de antemano
- III. No podrán dar facturas a un precio menor del costo realmente cobrado
- IV. Finalmente, no tendrían la capacidad de influencia y presión sobre los partidos y sus candidatos.

Haciendo alusión a los retos que tiene la comunicación política, mencionamos la entrevista realizada por Raúl López a María José Canel (2011), experta en Comunicación Política. Ella se centraliza en los cambios hacia las nuevas tecnologías y en las interacciones entre los políticos, medios y ciudadanos. La doctora en ciencias de la comunicación, dice que hay que dejar de ser unidireccionales, para poder entrar a un debate político, tomar un modelo digital actual que permita una comunicación bidireccional, donde los empresarios tomen en serio su papel de productores de comunicación y los ciudadanos se conviertan en productores de esa comunicación, obteniendo

pluralidad. Pero ahora el reto principal es reflexionar sobre el papel de las redes sociales particularmente en *Twitter*, las cuales se saltan las barreras y prohibiciones concluyó.

En conclusión este capítulo abarca los cuestionamientos, objetivos y particularidades para la exposición de este trabajo recepcional. Así como el aporte de opiniones y propuestas de los diferentes académicos en la materia, enfocando diversas perspectivas al conflicto, lo cual ayudará a visualizar la diversidad de elementos, teniendo siempre presente el papel fundamental del Estado, esto nos hace recordar la frase de Karl Popper:” o el Estado regula efectivamente a las televisoras o éstas aniquilarán nuestras democracias”. Frase que está muy cerca de la realidad si no aplicamos un marco regulatorio que restrinja a estas firmas y su expansión.

CAPÍTULO II

2. CONCEPTOS CLAVES PARA EL DESARROLLO DE LA INDAGACIÓN

Una vez expuesta la parte del marco teórico, el paso siguiente es engranar conceptos centrales para comprender el tema de investigación, nuestros conceptos claves son: *globalización*, *democracia* y *monopolios*, vinculando al tema de las telecomunicaciones y su confrontación, es muy importante destacar que estos tres elementos son la mancuernilla para el despunte tecnológico de nuestro país, ya engloban el eje comunicacional y su directriz hacia un mejor o peor progreso por eso su estudio.

El capítulo se compone en un primer momento analizar el fenómeno de la globalización, desde la influencia de las empresas transnacionales en cuanto a tecnología y comunicación se refiere, estrechando un capitalismo que ha causado un fuerte rezago económico. En un segundo momento atenderemos al término democracia y sus efectos (poder/corrupción), desde su utilización de medios de coerción, cabildeo, y censura, etc. Y por último los monopolios, destacando la concentración en pocas manos y el apoyo del gobierno al permitir el aglutinamiento en el territorio mexicano.

2.1 La Globalización y sus diversas caras

Actualmente vivimos en un mundo globalizado lo que ha representado llevar un estilo de vida “ideal”, donde el consumismo, es más un lujo que una necesidad, aunque la realidad en la sociedad mexicana es de una profunda desigualdad, que nos ha colocado como un país de “tercer mundo”¹⁰, al no cubrir expectativas tan básicas de un sector mayoritario, tales como: la alimentación, que no se satisface con un salario mínimo; en salud, más de la mitad de la ciudadanía no cuenta con un seguro médico; en educación, parece más privada que laica y pública; y en vivienda, los intereses para adquirir un patrimonio son altísimos.

¹⁰El término “Tercer Mundo” fue acuñado en los años cincuenta para referirse a los países poco avanzados tecnológicamente, con economía dependiente de la exportación de productos agrícolas y materias primas, altas tasas de analfabetismo, crecimiento demográfico galopante y gran inestabilidad política, describe situaciones de gran atraso económico-social, como el analfabetismo, el hambre, las carencias hospitalarias y de salud pública, las viviendas y servicios sanitarios precarios, una escasa expectativa de vida. (Glejdura, 1972: Mayo-Junio).

Sin embargo el Sistema Político Mexicano nos vende la idea de un mejor futuro y el neoliberalismo representaba un “mercado competidor”, aunque la realidad es que estaba fundamentada en la polarización de la creación de más monopolios, donde las decisiones económicas carecían de un vacío político y la confrontación de intereses gobernaba ya que el Estado era el instrumento que privilegiaba al mayor dispensador de servicios a su cargo, llegando a su máxima expresión con el Tratado de Libre Comercio (TLC), en el cual se plasmaban las aspiraciones a un país desarrollado y consolidado, aunque la respuesta representó todo lo contrario, al no plasmar suficientes reformas estructurales para una expansión moderna real.

“Ante la globalización económica que las fuerzas del mercado iban imponiendo, los medios de comunicación difundían que la modernización nacionalista y popular era el camino a seguir para “...hacer realidad a la Revolución... se propuso crear un Estado fuerte”, (pero) la mayoría de las reformas de nuestra Revolución han agotado sus efectos y no son ya la garantía del nuevo desarrollo que exige el país. Debemos por ello, introducir cambios en el Estado... y crear nuevos modelos de participación y de relación política”, afirmaba Salinas de Gortari” (CORDOVA, 1974:69).

El país vecino Estados Unidos jugó un papel importante con dos de sus instituciones más renombradas: el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), puesto que México se encontraba en una recesión financiera y política, su intervención fue por medio de inversiones de préstamos con prima de riesgo, es decir, el país se endeudó y estas impusieron sus decisiones, tanto financieras como políticas, lo que nos lleva a recalcar la siguiente cita: “el FMI no hace regalos, realiza préstamos con prima de riesgo, aumentando la deuda externa de los países destinatarios y favoreciendo su dominio sobre ellos” (Toussaint, 2003: 11), por lo tanto, no son empresas “salvadoras”, son un medio para dominar en un ambiente de inestabilidad.

En consiguiente el capitalismo es parte esencial de la “globalización” vivió un ambiente de inestabilidad, con aspectos financieros “débiles” e ineficientes, demostrando una incapacidad para enfrentar crisis sociales y políticas¹¹ como las que ha experimentado México a largo de su

¹¹*La crisis de 1929*: Conocida como “el crac de la bolsa de valores”, por la caída de las empresas norteamericanas, provocando una recesión que impulsaba un modelo de “teoría de dependencia” de los países ricos, es decir, estábamos frente a un Estado dependiente, que había concedido a las empresas transnacionales la facultad de controlar y disponer de los recursos del pueblo mexicano, mediante lo que obligaba al “Estado a convertirse en prisionero del capital financiero, ahogado por una deuda pública en crecimiento exponencial, cuyo servicio no deja ya ningún espacio para la inversión estatal (Santos, 1998: 40).

consolidación; que sólo han reflejado una “privatización”, sin políticas de competencia y vigilancia, abusos de poder y creación de empresas monopólicas, causando más empobrecimiento y beneficiando a un solo sector, el proceso globalizador no es malo en sí mismo, sino que su avance no estaba previsto, es decir, realmente el país no estaba en condiciones de acaparar toda esta modernidad.

La globalización expresa la tendencia del intercambio comercial, la concentración de producción y la riqueza de unos cuantos países en pocas empresas, al menos así reflejado en nuestro país, no por nada Carlos Slim es el hombre más rico de México, aglutinando el sector telefónico. Las repercusiones más evidentes son la migración masiva, el aumento del desempleo, una pobreza masiva, un alto índice de criminalidad y de discriminación; todo esto debido a las nuevas reglas de competencia que implementaron los países, sí se obtuvo la entrada de mercancías libres, pero también trajo con ello muchas implicaciones.

México entró a la globalización de la peor manera pues carecía de políticas poco claras y que Estados Unidos supo utilizar, han logrado mayor endeudamiento, ha destacado sus intereses logrando tener al país más sometido generando impactos sociales y económicos desgarradores que solo afectan el desarrollo general de la nación, lo anterior lo podemos corroborar con las crisis financieras que no son más que el reflejo de que el gobierno mexicano es dependiente del país vecino y que en gran medida ha perdido su capacidad de regular en el mercado financiero y esto nos ha empujado hacia una producción concentrada en el sector comunicacional y se manifiesta con la disminución de poder que ejerce el gobierno en la vida económica.

En conclusión el término globalización representa un monstruo de mil caras, pero una pieza clave para el despunte tecnológico del país, por ello es importante canalizarlo ejerciendo estrecha relación de la conexión con los países periféricos y su despunte tecnológico; capitalizar las industrias y crear condiciones favorables que beneficien la protección no solo del empresariado sino del

La crisis de 1982: Su contexto principal fue el petróleo que jugó la carta fuerte de la subsanación de la deuda externa, ya que el BM y el FMI, invirtieron en el crudo integrando la relación México- Estados Unidos. Sin embargo, el auge comenzó a evaporarse para el año 1982, ahora el clima era incierto, despidos masivos, salarios más bajos de lo normal, el dólar se duplicó ante el peso mexicano, entra el GATT; a eliminar las barreras comerciales, creando excesivos monopolios con un altísimo proteccionismo, ya que la competencia era nula, la producción no era baja, porque lo que realmente importaba no era el porqué sino el cómo salir de la crisis, y la mejor opción fue en dicho acuerdo de aranceles.

La crisis de 1994: Denominada “el Error de Diciembre”, por ser pieza clave de las políticas de privatizaciones más importantes en materia de Telecomunicaciones. Se caracterizó por la mínima intervención del gobierno, implementó la desregulación con el objetivo de disminuir las trabas de la producción económica, sí se inició un despunte en los conglomerados comunicativos, en inversiones y en apertura comercial, cuyo futuro era prometedor con la entrada del Tratado de Libre Comercio, pero la realidad es que se reflejaba un Estado aún más débil.

consumidor mismo, proporcionando seguridad para la inversión extranjera, producción y satisfacción de los servicios que representan la modernización de la estructura política, económica y social.

2.2 La Democracia inmersa en los medios de comunicación

La parte esencial en este trabajo es nuestra democracia, siendo el móvil básico de la sociedad mexicana¹² y está caracterizada por un fuerte Presidencialismo¹³ y por una corrupción donde la concentración del poder económico, ha dañado su esencia, debido a su centralismo de la imagen que los medios manejan, la que puede excitar y manipular a las masas, sin que exista nadie quien controle la revolución de las comunicaciones globalizadas. Ahora aludiendo a su definición etimológica: “demos”: pueblo, y “kratía”: gobierno o autoridad; “gobierno del pueblo”; podemos destacar que esta idea se quedo en la utopía, ya que la fuerte influencia política-empresarial, ha dañado su esencia política.

“Pero en un México con diversas corrientes políticas actuando en su seno, donde cada una de ellas visualiza de diferente forma el camino hacia la democracia, obliga a los actores sociales a consensar mecanismos que permitan que la democracia goce de una unanimidad ficticia, donde este concepto es entendido como un sistema protector de la libertad individual, independientemente de los atributos que veamos de manera particular o grupal, que tiene la existencia de un sistema democrático” (SARTORI, 1995:319)

El anterior párrafo nos refleja que la relación demos/medios de comunicación, han generado un círculo de incertidumbre, desconfianza en los partidos políticos por un discurso público desgastado, con promesas incumplidas, con círculos de empresarios que aglutinan un sector sin ninguna restricción real, el resultado es una sociedad apática, el debilitamiento de las instituciones, tal es el caso de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), la cual garantizaba

¹²La palabra democracia en la raíces mexicana es visto como un término cargado de “valores morales sin los cuales pierde su

sentido y hasta bloquea su dinámica, se caracteriza por representaciones sociales, habilidades como el diálogo, la autonomía y principios definidos a lo largo de la historia como la búsqueda de igualdad, justicia, fraternidad, paz, legalidad, así como disposiciones éticas para la tolerancia, la pluralidad, el diálogo y la responsabilidad, formando un contexto social y político llamado “democracia”. (Salazar, y Woldenberg, 1995: 15).

¹³En la práctica, este poder dominaba abiertamente, sin pudor, a casi todas las instituciones que conforman a gobierno y al Estado: el congreso, el poder judicial, los gobiernos estatales y municipales, el gran partido de Estado y los pequeños partidos creados artificialmente. La presidencia también controlaba a la mayoría de las organizaciones sindicales y empresariales, a las universidades y a los medios de comunicación masiva. (Meyer, 1995: 23).

“competitividad”, pero en la práctica estaba unida a los particulares y actuaba de acuerdo a sus necesidades.

Y es que a lo anterior expuesto se deriva la influencia de los medios de comunicación, los cuales han sobrepasado el límite entre política y medios audiovisuales, al adquirir peso, poder, y voz en la toma de decisiones políticas, nombrándoles el “cuarto poder”, debido a su influencia cautelosa e “independiente”, al insertar desconfianza en una sociedad, donde el arma más poderosa es la información que influye de manera directa en los asuntos políticos de acuerdo a los intereses que manejan cada una de estas empresas monopólicas (Televisa, Telmex, TV Azteca).

Finalmente nuestra democracia se ha caracterizado por un Estado rentista como lo define el autor: Ayala Espino (2004:32): “El Estado moderno es definido como una organización e institución dotada de poder, económico y político, para imponer el marco de obligaciones, regulaciones y restricciones de la vida social y al intercambio económico” y lo plasma en la “teoría de la búsqueda de renta”, la cual enmarca una pérdida irrecuperable de la eficiencia y el bienestar, debido a la intervención del Estado en la economía; partiendo de los siguientes supuestos:

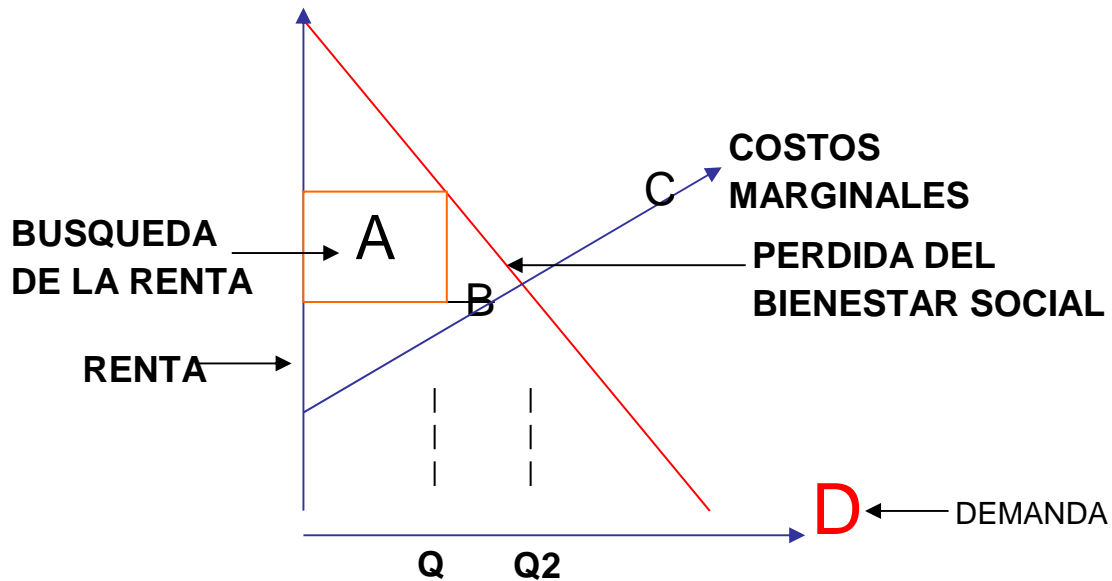
1. Se asume que el individuo es un ser egoísta y auto interesado.
2. El individuo es un ser racional: a) tiene preferencias, b) jerarquiza, c) elige los mejores medios para lograr sus fines.
3. El individuo se maneja con información completa.
4. El individuo es un maximizador de utilidad¹⁴.

Estos supuestos apuntan al llamado “óptimo de Pareto¹⁵”, que es la eficiencia entre política y economía, y no lo contrario la existencia de monopolios que generan ineficiencia, obteniendo rentas, que le generan incentivos para la reducción de la competencia, como se muestra en la siguiente gráfica:

- A. Es la pérdida del bienestar social es decir, lo que los consumidores pierden por la existencia de monopolios, representando que la cantidad bajo y el precio subió.

¹⁴ (Buchanan J. y G. Tullock, 1968: 29-36).

¹⁵ Por este concepto entenderemos una situación en que se ha alcanzado la mejor asignación de recursos posible: cualquier cambio producirá, en consecuencia, una posición inferior. O lo que es lo mismo: situación donde ambas partes ganan, o al menos ninguna pierde. Este concepto ha sido extraído por el trabajo. Conceptos relevantes. Microeconomía; elaborado por la profesora: Nivia Marina Brismart.



- B. Representa la pérdida del bienestar social de su utilidad porque los recursos para obtener una mayor competitividad económica se utiliza para obtener el apoyo del político y burócrata
- C. a partir del tráfico de influencia, el cabildeo o la negociación.

La gráfica anterior nos representa la presencia de monopolios, la pérdida de eficiencia y emulación, y los beneficios obtenidos por los productores, que solo han logrado su expansión, sin importar el excedente que paga el consumidor, así que las soluciones que nos presenta el modelo y el autor son:

- ✓ Vigilar y controlar el comportamiento del político y burócrata
- ✓ Que la intervención del Estado sea mínima en la economía
- ✓ Una economía competitiva; no habrá lugar para el surgimientos de rentas monopólicas
- ✓ Separar la política de la economía, para eliminar la presencia de los políticos en los negocios
- ✓ Favorecer prácticas competitivas por medio de regulaciones antimonopolio y antitrust

Entonces tenemos que la palabra Democracia implica dos acepciones: el modelo y la realidad, “no es lo mismo tener democracia que gobernar democráticamente” (Lechner, 2001: 22), propiamente dicho nuestro modelo es indicador de dependencia del extranjero, la analogía gobierno/comunicación, alejan la “competitividad”, al no establecer una legitimidad que haga justicia radicando en ella la incertidumbre y el poder, lo que ha causado la fragilidad democrática al no

sustentar las bases para su desarrollo, lo que en la política representa que el poder ha sido dominado por un sector industrial que solo le interesa el generar más poder, para llegar a ser un poder totalitario.

Y México atravesó por una coyuntura muy importante, políticamente desplazó al viejo régimen priista para arribar al poder panista cuya característica principal se basó en las necesidades de las clases populares y en una sensibilidad política que le atrajo votantes; económicamente aniquiló al Estado benefactor cuya característica principal fue el paternalismo para dar paso a un Estado neoliberal que representaba el individualismo, en el tránsito hacia la democratización, los medios de comunicación fueron la clave para la toma de decisiones, fueron los manipuladores de la opinión jugando un papel “invisible” en la sociedad, el cambio político se acentuaba, la competencia política representaba un privilegio para aquellos actores sociales que tenían la necesidad de darse a conocer.

Ahora el principal reto de la Democracia es demostrar su capacidad para estructurar y dar funcionamiento a las instituciones reguladoras, para que no caigan en el dominio del discurso, en los intereses políticos, que atiendan a la realidad, que coloquen a la comunicación sólo como un instrumento de generar información sin caer en el bagaje de la cultura política, es necesario moldear medios de comunicación que difundan y no que dirijan, controlar el peso de los intereses porque nuestra democracia está cargada de resortes, palancas y ductos que se contraponen y deslegitiman un sistema político aunado con los medios de comunicación.

En conclusión la democracia tiene que dejar de ser difundida por los medios, la crónica o la reseña periodista tiene que desistir de ser el elemento central para la toma de decisiones, lo importante es fortalecer al país en todos sus sentidos, sacrificar los intereses particulares para dar forma a contenidos de gobierno y para esto necesitamos un sistema democrático cuyo lema se base en la “justicia social” y no medios de comunicación versus Democracia, ya que dicha atribución le permite ejercer poder en la definición de los resultados electorales, por ello es necesario plantear la consolidación democrática y dar forma de representación por medio de procesos legibles.

2.3 Los Monopolios como freno económico

Su origen comienza con la intervención del Estado en la economía, formándose la llamada “tripartita” (Estado, sindicatos y empresarios); cuyo objetivo fue gestionar los contratos colectivos que mantenían a los trabajadores “contentos”, para que no exigieran sus derechos. Se conocieron bajo

diferentes seudónimos cartel, sindicatos, o trusts, el nombre era lo de menos, lo importante fue el impacto de la obstrucción económica, además del poder que habían adquirido, al controlar gran parte de un mercado e influyendo en las decisiones políticas-comunicativas.

Los trusts especialmente televisa y tv azteca (medios informativos) se han considerado de manera directa como medios dominantes, proveedores de contenidos, cuya facultad es generar medios para lograr sus fines, lo cual resume perfectamente Lenin (1917: 707-708), en los siguientes puntos: 1. Privatización de materias primas; 2. Privatización de mano de obra, mediante acuerdos entre capital-sindicato; 3. Privatización de los medios de transporte; 4. Acuerdos con compradores para sostener relaciones comerciales únicamente con ellos; 5. Disminución sistemática de los precios, con el objeto de arruinar a las empresas que no se someten a los monopolistas; 6. Privatización de créditos; y 7. Declaración de boicot. Cada uno de estos puntos resalta al Estado rentista, caracterizado por su debilidad tanto política como social.

“La noción de “Estado rentista” o Estado usurero ha pasado a ser de uso general en las publicaciones económicas sobre el imperialismo. El mundo ha quedado dividido en un puñado de Estados usureros y una mayoría gigantesca de Estados deudores. “Entre el capital invertido en el extranjero” [...], un Estado parasitario y en descomposición” (Lenin, 1917:772).

Lo anteriores puntos nos demuestran que para el gobierno la “competitividad” no ha sido una de sus prioridades, la realidad es que su desmantelamiento para modernizar y detonar el desarrollo de las Telecomunicaciones ha sido una idea que ha quedado en un discurso político, pero ha suscitado una guerra interminable por las red satelital entre estos trust y su existencia, tal y como lo describe Lorenzo Meyer en las siguiente líneas: “Los monopolios en México han representado la concentración, porque aunque hay libre mercado (...), no tanto como para que esa libertad de mercado impida la existencia de monopolios privados, tan espectaculares como Telmex y Televisa” (Meyer: 1995,48).

Y aunque el gobierno mexicano ha presentado leyes constitucionales que acaben con el sector monopolístico con el objeto de fortalecer el factor económico, la realidad es que las telecomunicaciones son la plataforma que requiere el país, pero las posibilidades escasean por la falta de apertura que obstaculiza el crecimiento de las empresas entrantes ya que la presión que ejercen los actuales trust demuestran quién sigue reinando en telefonía y televisión manejando una significativa influencia sobre los principales organismos reguladores encargados de tomar las

decisiones en el área económica y que definen las condiciones de competencia, calidad, pluralidad e interconexión.

Entonces lo que representan los monopolios para la economía mexicana son profundas causas de inequidad, donde ellos rompen con toda posibilidad de desarrollo ya que las élites capturan la actividad económica propiciando mayor desigualdad al recibir rentas sustanciales del poder político involucrando importantes cambios en este sector y generando bajas inversiones del extranjero, atorando la liberalización económica, impactando al comercio informal ya que actualmente este ha ido expandiéndose sustancialmente debido al alto índice de la tasa de desempleo que tiene nuestro país; por lo que es necesario plantear nuevas y mejores reformas para la competencia y regulación de estas prácticas monopólicas.

“Datos oficiales del gobierno mexicano establecen que 20 por ciento de los hogares más ricos del país concentran 52.5 por ciento del ingreso nacional, mientras que el 20 por ciento más pobre apenas obtiene 4.5 por ciento del ingreso total. América Latina y el Caribe es la región con mayor desigualdad en el mundo en desarrollo, y, en el contexto latinoamericano”. México es de las economías con mayor grado de concentración de la renta. "Hay muchas causas de la desigualdad", estableció. "Durante mucho tiempo los pobres no tuvieron acceso a servicios, a desarrollo humano e infraestructura que permitieran expresar su potencial económico. Esto generó mayor desigualdad y menor crecimiento".

En conclusión general del capítulo encontramos que los conceptos claves, nos introducen a comprender la situación que se vive actualmente, no solo con los monopolios, sino también el hilo en el que se encuentra la credibilidad del Sistema Político Mexicano, siendo el puntapié que nos ayudara a la realización del trabajo recepcional, por ello, es elemental comprender la situación política, económica, y social de México, así como entender su relación en el cuerpo temático y la manera en que se rige la economía de nuestro país, exigiendo la competitividad en los servicios, para construir una pluralidad democrática.

CAPÍTULO III

3. LOS MONOPOLIOS MANIPULADORES DE LA DEMOCRACIA

MEXICANA

En un régimen de dominación de conciencias, en que los que más trabajan menos pueden decir su palabra, y en que inmensas multitudes ni siquiera tienen condiciones para trabajar, los dominadores mantienen el monopolio de la palabra, con que mistifican, masifican y dominan.

Paulo Freire

El papel que representan los monopolios en nuestro país está basado en el desarrollo económico, político y tecnológico, engloban gran parte del mercado y por lo mismo han demostrado que son los que dominan en un ambiente de democratización, porque su papel es fundamental para concientización de la opinión pública, han establecido sus reglas y juegan de acuerdo a intereses. El monopolio no es solo una palabra sino ha representado un parteaguas en la Democracia mexicana, ya que estos han tomado la iniciativa de ejercer su influencia política logrando evadir a las mismas instituciones encargadas de regular el monopolio en México.

Hoy en día las telecomunicaciones en nuestro país se han convertido en los grandes conglomerados que acaparan casi el 80% del mercado audiovisual, estas grandes empresas son: Televisa, Tv Azteca y Telmex. Por ejemplo, la empresa amarilla de Azcárraga cuenta con cuatro canales de señal abierta (2,4, 5,9) ver tabla 1; Tv Azteca tiene tres canales (7, 13,40) ver tabla 2, en su conjunto son considerados como el gran duopolio televisivo, en lo que concierne a Teléfonos de México resalta por ser el pionero y comercializador de la red telefónica e internet, manteniéndose como el gigante de las redes.

Ante este escenario podemos decir que la Democracia se ha vuelto el rehén de los consorcios, saboteando no solo la económica del país, sino también a las mismas instituciones encargadas de regularlas y aún más ha logrado la intervención del Estado a favor de sus prácticas mediáticas, aniquilando casi por completo la palabra “competitividad”; ya que estos acumulan la mayoría de los servicios de telecomunicaciones, su esparcimiento ha logrado la obstrucción para una transición política real en el país.

3.1 La incursión de los monopolios en el sistema capitalista mexicano

Su comienzo se da en la segunda revolución industrial con un proceso de innovaciones tecnológicas, donde el capitalismo monopolista se centralizó aglutinando la producción hasta llegar a la formación del monopolio; estos lograron determinar las condiciones de venta de gran parte de los productos, fijando los precios y obteniendo por ende mayores ganancias. Sin embargo aunque lograron un mayor o mejor control de los mercados, no eliminaron por completo la lucha por la competencia pero se mantuvieron al margen.

Ante este escenario los jugadores importantes fueron los banqueros que tomaban el papel decisivo para la transformación ya que ellos concentraban el capital y su inversión. Aunque el verdadero desafío era la esencia del “monopolio” que encarnaba la acumulación de riqueza donde un todo representa a una parte; donde los favores mediáticos se dan a base de privilegios; donde ahora sí la idea de “competencia” era burda porque los carteles controlaban el capital, la ejemplificación de lo anterior mencionado es la empresa Telmex que casi por cuatro décadas logro manejar su producción y su precio, considerándolo así en el gran consorcio de la red telefónica.

“Es la lucha de colosos en un bosque donde hay muy pocos gigantes. Un solo grupo, Cemex, controla el 90% de la producción y el mercado de cemento. Otro más, Peñoles, domina el 100% de la producción y el mercado de la plata. Cervecería Modelo, que vende 10 marcas de cervezas entre las que se encuentra Corona que domina el 65% del mercado, dejando el 35% a Cuauhtémoc Moctezuma, que es filial del conglomerado Femsa, que además de las cervezas, domina el 60% de las refresqueras (soft drinks). Bimbo domina el mercado del pan, y Gruma el de maíz. En cada uno de esos rubros, el precio al consumidor es más alto, en función a su poder de compra, que en muchas partes del mundo”. (Mejía, 1991:27).

La participación de los carteles se acrecentó más con la entrada del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio, mejor conocido como el GATT, que consistió en la liberalización del comercio de bienes, el cual “estimulo” el crecimiento económico y elimino las medidas proteccionistas, dicho acuerdo solo disfrazaba el fenómeno de monopolios públicos a monopolios privados, ya que entraban “nuevos” competidores al mercado para generar mayor productividad en la economía mexicana, que mucho hacía falta debido a que México estaba frente a un contexto económico decadente, una crisis donde la salvación era la privatización del servicio telefónico, por

ello la privatización de Telmex en los años noventa, represento la solución para que empresas extranjeras invirtieran.

“En México también proliferaron una gran cantidad de compañías privadas, principalmente buscaban la explotación del novedoso servicio telefónico, interesados en explotar el sistema telefónico en varias ciudades de la República. Se asignaron concesiones a una gran cantidad de empresas, sin embargo, la tendencia monopolista pronto se impuso, sobresaliendo primeramente el dominio de la Compañía Telefónica Mexicana (CTM), creada en julio de 1882 con el aval técnico y financiero de la norteamericana Western Electric Telephone Company. La CTM inició el servicio público en 1888 y, posteriormente en 1902 la Compañía Ericsson obtuvo otra autorización para prestar el mismo servicio telefónico e inició actividades en 1907” (Rangel, 1990: 47).

Ahora Teléfonos de México como empresa invertía en la economía principalmente por la venta de protección en el gobierno, es decir a cambio de privilegios como el tráfico de influencia y el compadrazgo que la cultura política ha establecido para dar paso a una relación profesional, respetuosa y cordial entre economía e instituciones de lo que resultaba la evasión de impuestos, el pago por debajo de lo establecido, la famosa frase “tú ganas yo ganó” aunque esto representaba los altos costes por el servicio telefónico lo que resaltaba era estar dentro del sector financiero representando el interés particular y no el general.

Si nos centramos en el capitalismo basado en la propiedad privada podemos darnos cuenta que ejerce su opresión económica debido al enorme crecimiento de la industria y a su rápida concentración de producción rezagada en un sistema político, lo que hace del capital uno de los fenómenos más importantes debido a la influencia de los monopolios en la economía debido al alto índice de proteccionismo que han ejercido en el Estado, ellos se han vuelto los principales productores del mercado.

“Los grandes monopolios capitalistas van formándose y desarrollándose, por así decirlo, a toda máquina y por todas las vías, tanto las “naturales” como las “sobrenaturales”. Se establece sistemáticamente una suerte de división del trabajo entre los varios cientos de reyes de las finanzas que dominan la moderna sociedad capitalista [...] Al viejo capitalismo le ha pasado sus hora. El nuevo representa una etapa transitoria hacia algo distinto. Carece de sentido de buscar principios firmes o fines concretos con el objetivo de reconciliar el monopolio con la competencia” (Lenin, 2012:55).

Por lo tanto, los cárteles pactan entre ellos sus condiciones de venta, los plazos de pago, se reparten el mercado y deciden la cantidad de servicios a ofrecer así como su paquetes y analizan la

mejor propuesta para salir mejor beneficiados en el mercado, es decir, la competencia es a puerta cerrada ya que estos se vuelven empresas rentables, haciéndose valer de cualquier medio para acaparar el capital, entonces queda claro que en la economía no impera la libre competencia sino que domina el monopolio en todas sus facetas.

En conclusión, su obstrucción radica en una economía enferma, un reflejo de estancamiento, un déficit de empleos, una migración masiva, que pone en una situación desfavorable al país, ya que en México no hay restricciones, ni leyes reales que se lleven a cabo, todo se maneja de acuerdo a intereses económicos, a compromisos con el poder, todo es la compra y venta de intereses. Debemos acabar con esa cultura de compra de conciencia por publicidad que por inercia se sigue practicando, para dar paso a un periodismo profesional, serio, respetable y comprometido con la sociedad en su conjunto.

3.2 Como interviene el Estado frente a los monopolios

Como mencionamos el apartado anterior el Estado actualmente tiene la misión de regularlos sin embargo, solo ha contribuido a su crecimiento, su proteccionismo y aglutinamiento; aunque nos venden la idea del aniquilamiento de estos a base de tres formas: a) mediante Leyes y reglamentos; b) fomentando la entrada a nuevos competidores; c) nacionalizando algunos monopolios para que sea el Estado quien los gestione en condiciones más “favorables”; aunque su realidad se refleja en su expansión.

La historia de cómo el Estado ha intervenido se remonta desde la época priísta, para ser más precisos desde que Emilio Azcárraga Milmo declaró abiertamente ser un soldado del Partido Político Revolucionario Institucional (PRI), quedaba claro sus preferencias, el partido contaba con un gran aliado, tenía a su favor a una empresa con gran rating, así que la compra y venta de favores mediáticos permitió el fortalecimiento de grupos constituidos por intereses particulares, es decir, el Estado llenaba de privilegios al corporativismo mediante acciones paternalistas, clientelares y subordinaciones y obtenían un marco represivo, excluyente y maniqueado.

Así la gran parte de los partidos políticos utilizan su bagaje ideológico para dar forma a la tendencia dominante, creando una prensa que documenta, es decir, que da cara y forma a un sistema político mediante discursos y promesas, crean expectativas en medio de un contexto decadente, mantienen a un pueblo contento a través de lo que ellos desean escuchar, un pueblo

subsidiado que no alza la voz, un Estado basado en el clientelismo, con programas populistas¹⁶ que se legitimaron a través del tiempo, consolidándolos así en un Estado rentista y oportunista.

Haciendo referencia a la teoría que respalda el trabajo desarrollado, es decir, la conjetura que hace Gordon Tullock donde menciona al “Estado rentista”, un estado clientelar, “donde yo te doy, tú me das”; que logra hacerse fuerte a través de mecanismos de control, donde predomina la popularidad que da certeza de adquisición de poder, porque los medios crean al personaje, la televisión se encarga de su propaganda y los guía a la Presidencia conduciéndolos bajo el manto de notoriedad pero con discreción, logrando que el candidato “X” se posicione como mandatario de nuestro país.

El Estado ha tenido que recurrir a estos mecanismos debido a que los medios audiovisuales les proporcionan el plus de la popularidad, basándose en figuras políticas populistas que atraen a las masas; haciendo del candidato un fuerte representante, un claro ejemplo de esto fue “la alternancia del cambio”; donde el ex Presidente Vicente Fox de Quesada obtuvo gran popularidad en los medios televisivos, no importaba que no supiera manejar un cargo tan importante, lo transcendental era lo que los medios vendían, un cambio después de 70 años de dominación del PRI y la recompensa que venía consigo ante toda esta fama fue el regalo de la banda ancha y la entrada al cuádruple play.

Los mecanismos que utiliza el Estado quedan al descubierto sus métodos lícitos e ilícitos son con los que se adornan para ganar terreno, aunque eluden su sentido de responsabilidad concentrando en muy pocas manos la participación empresarial, porque lo que resulta importante es la formación de consorcios que le ayuden al exhibicionismo político, a la propaganda, al chantaje popular porque el dominio lo ejercen los medios aquellos que pueden privar o ser sus rivales, todo depende de que tan rentable sea el grupo político que salvaguardara sus necesidades.

Entonces el papel que juega la información en el sistema democrático es tan importante ya que genera el interés del público siendo la mayor fuente de información, por ello tanto el papel del Estado como el de los medios es tan importante, simplemente analicemos los políticos no tocan a los medios, porque es como si atentaran contra ellos mismos, este debe de saber que no solo se han convertido en un poder económico, sino también en un poder fáctico capaz de doblegar los

¹⁶ El 2 de diciembre de 1988 se puso en marcha el programa *Solidaridad*, como primera acción de gobierno el cual trataba de lograr mayor justicia social más allá de un esquema de transferencia de recursos o de subsidios focalizados. Para lograr a cabo este proyecto no solo era necesario el apoyo del gobierno, sino también la participación organizada de la población, impulsados con un sentimiento de nacionalismo y de desarrollo social. México. Diario Oficial de la Federación, v. 423, no.3, 6 de diciembre de 1988, p. 7-9

intereses políticos en campañas publicitarias, resumiendo en una frase “la televisora representa un candidato a la Presidencia”.

El gran somnífero nacional está bajo la pantalla, el Estado sabe que representa un poder político, un poder que puede esconder sus verdades, los problemas que enfrenta una población, que maniquea la mentalidad de una sociedad, que reduce la visión de un país, que el sensacionalismo es el “rating” porque la nota roja o amarillenta se ha vuelto parte de un mercantilismo que acapara las pantallas mexicanas ya que su poder les permite ocultar la información que afecte a los intereses del político. Y no obstante con ello el monopolio desea dominar la libre expresión, coartándola y deteriorando el interés público finalmente este “cuarto poder” tiene aspiraciones más grandes políticamente hablando, claro ejemplo de ellos es la “telebancada” que son los que representaran la influencia de las corporaciones en el congreso mexicano.

¿Pero que es la Telebancada? No es más que el reflejo de un gobierno débil, de una transición fallida, de un nuevo régimen que acata las ordenes de la publicidad porque por medio de ella lograra la silla presidencial, aunque se elija al más ignorante de los presidentes, lo importante es la popularidad que este represente, ejemplo Vicente Fox de Quesada quién negocio con estos magnates Azcárraga y Salinas para lograr la alternancia del “cambio”; o Enrique Peña Nieto que fue el modelo “ideal de las televisoras” para representar al viejo régimen priísta, dejando claro que ya no se persigue un ideal político sino el interés de un poderío que anuncia un totalitarismo publicitario.

En conclusión su proteccionismo solo ha generado el fortalecimiento de monopolios y oligopolios, inclinándose hacia los intereses particulares, analógicamente es lo que representa “Monopoly” el juego de mesa de quien gana se lleva todo y hace que todos los demás jugadores pierdan, porque obtiene como ventaja la mayoría de propiedades, la paradoja es que el Estado se convierte en un estado débil y las instituciones en fuertes, lo que deja entrever que este sistema político deja de ejercer su función para la cual fue fundado de proteger y garantizar soberanía y no crear y proteger monopolios. Ahora el papel del Estado ante los desafíos de hoy es la redefinición de la funciones estatal, la globalización económica y el prologando crecimiento económico.

3.3 Los principales monopolios en México

México cuenta con tres grandes monopolios que han generado un fuerte proteccionismo y una barrera entre la economía y la competencia, creando un rezago económico y al mismo tiempo

una concentración de riqueza garrafal en un solo sector. Por lo que a continuación desglosaremos a las empresas de esta investigación canalizando el debilitamiento de las instituciones y el manejo de sus recursos injertados en los medios de comunicación, reflejando la falta de competencia en el sector de medios masivos.

Primeramente analizaremos su participación en la economía mexicana, segundo, la forma de su intervención y lo que han creado al mantenerse como empresas sólidas, y tercero como han cerrado la competitividad al no dejar entrar nuevos proveedores del mismo servicio, por ello es importante analizar su consolidación y crecimiento a lo largo de estas décadas, para ello haremos un recorrido exaltando las partes más importantes que los llevaron a convertirse en el “cuarto poder”, de una democracia débil.

3.3.1 El magnate de la telefonía (Telmex)

La empresa Telmex que por varias décadas había funcionado como un sector público, paso a ser parte del sector privado, ya que en la administración de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994); se dio la venta de la empresa a través de una subasta pública, cuyas condiciones para su compra eran que la mayor parte de las acciones quedaran en manos mexicanas y es así como Grupo Carso, propiedad del empresario Carlos Slim adquirió la telefonía en México; su modernización comenzaba con la instalación de una red de fibra óptica que ahora cubre las ciudades más importantes del país.

Actualmente Teléfonos de México es un claro ejemplo de un monopolio perfecto ya que durante varios años se había mantenido como una empresa única del servicio telefónico, creando su propia infraestructura, se colocó durante casi cuatro décadas como un monopolio único, y que como lo mencionamos hasta los años noventa que fue privatizada por el expresidente Carlos Salinas y posteriormente por el expresidente Zedillo al incluir un conjunto de disposiciones en las que recalca la competencia y la interconexión, pero esto solo fue un discurso político ya que hasta nuestros días la competencia real para este sector no ha surgido.

“El año 1989 de preparación de la privatización de Telmex, las autoridades mexicanas de telecomunicaciones finalmente empezaron a hacer público el estado real del sector. El Programa de Modernización de las Telecomunicaciones de la SCT de 1989, detalla la situación catastrófica prevaleciente: En 1988, el panorama de la telefonía era desalentador: desde 1972 Telmex expandió la red de 1.1 a 4.4. Millones de líneas, las

cuales cubrían sólo el 18% de los hogares; de las 13,500 comunidades rurales entre 500 y 2500 habitantes, sólo 5000 tenían acceso a servicio telefónico; había un promedio diario de 67 mil teléfonos fuera de servicio y cerca de un millón y medio de solicitudes de servicio no atendidas; la empresa tuvo que reducir su ritmo de crecimiento de 12% a 6% anual" (Mejía, 1990:75).

En otras palabras la privatización de Telmex solo ubicó a México como un país en desarrollo, ya que la empresa había resultado un negocio redituable y más con la introducción de la telefonía celular, su despunte representaba la incursión a la tecnología, pero solo era para el sector privilegiado ya que era sumamente caro, la competencia ante Telcel no existía, así que podían manejar sus paquetes y servicios a su conveniencia y aunque actualmente incursionan en el ramo otras empresas (Movistar, Nextel, Iusacell y Unefón), realmente no hay competencia, quién la domina es Telmex con su filial Telcel, concentrando gran parte de las redes inalámbricas.

"Expresamente se consignó en la Modificación al Título de Concesión, que "a través de sus empresas subsidiarias o filiales, podrá participar en el procedimiento para obtener concesión para prestar el servicio público de radiotelefonía móvil con tecnología celular, en competencia equitativa, dentro de cada una de las regiones que elija, si se cumple con la condición de que al momento de otorgarse la concesión, en la región exista otra empresa concesionaria de radiotelefonía celular, que no tenga participación, directa o indirecta de Telmex". (Mejía, 1992:15).

Actualmente Telmex ha representado un dolor de cabeza para la televisoras ya que Carlos Slim desea incursionar en la televisión, anunciando su tercera cadena lo cual representaría un peligro principalmente para Televisa, ya que el interés no solo radica en hacer televisión, sino en integrarse a la bancada del poder mediático y aunque el Estado ha cedido la multiprogramación para acceder a nuevas señales, a teléfonos de México se la impedido la idea de una tercera cadena, el argumento es que este ya es un gran aglutinador de servicios y Televisa con cuántos servicios cuenta.

Entonces la empresa al ser el operador de la red original de telecomunicaciones tienen el privilegio de controlar la mayor parte de los enlaces dedicados en las distintas localidades, aunque el título de concesión lo obliga a prestar el servicio de arrendamiento de enlaces dedicados a nivel local y de larga distancia nacional e internacional, esto no es un determinante para que Slim lo lleve a cabo; las consecuencias son las elevadas tarifas telefónicas, es decir, en México se paga tres veces

más que en este servicio que en otros, lo cual afecta negativamente la competitividad del país cerrándole las puertas al uso intensivo de telecomunicaciones, mientras que influencias políticas bloquean todo lo que promueve la competencia. Slim niega tener ambiciones políticas, pero la realidad demuestra lo contrario al hacer evidente su cercanía con el candidato presidencial de extrema izquierda, Andrés López Obrador del PRD, a quien lo han acusado de licitador de masas.

Ahora bien lo que se disputa Carso y Televisa principalmente son la telefonía móvil y la televisión restringida dando pie a una guerra en el sistema telecomunicacional, porque ambos desean incursionar en el mercado uno con la telefonía y otro con la televisión; por eso el retraso en las concesiones, sin embargo ambas son fuertes y representan medios masivos de gran penetración y alcance nacional. Telmex cuenta con su gran empresa Telcel que acapara el mercado de telefonía móvil, y otros tantos servicios ya que Carlos Slim es dueño de grandes empresas a nivel nacional (Véase la tabla 3).

En resumen la empresa Teléfonos de México ha sido parte de la historia mexicana, significando un despunte tecnológico que revolucionó la industria de las Telecomunicaciones en México y que hoy por hoy, representa uno de los más grandes monopolios en habla hispana, y que no por nada se ha mantenido como una de las empresas con mayor cartelera de clientes, aunque tenga pseudo competidores, se ha mantenido como el gigante en telefonía.

3.3.2 La empresa pionera en la televisión mexicana: Televisa

¿Cómo surge la empresa Televisa y apoya al poder político? Está es una pregunta que trataremos de dar respuesta desde dos vertientes: primero al hacer alusión a su antiguo dueño Emilio Azcárraga Milmo, conocido como “El Tigre” y segundo al actual dueño Emilio Azcárraga Jean; esto a causa de que se vivió una ruptura ideológica ante el fallecimiento de su primer dueño y en el cual cambio rotundamente la estructuración de la empresa como lo mostraremos más adelante.

Pero antes haremos una breve explicación del su surgimiento de la empresa en la pantalla mexicana. La compañía se fundó en los años cincuenta con la películas en blanco y negro de la época de oro, pero como todo lanzamiento solo podía adquirirlo cierto sector de la sociedad, es decir, se cotizaba en las más altas élites, lo que representaba un negocio redituable para el empresariado y es cuando nace la idea de crear una empresa dedicada a la mercadotecnia; Televisa nace en los años cincuentas con el primer canal XHTM 4.

Grupo Televisa actualmente es el más importante de América Latina, tiene los mejores rating en programas de entretenimiento, novelas y series, denominándola la “máquina de entretenimiento”, eslogan que se afianzo en los años 1972; cuando Emilio Azcárraga Milmo toma posesión de la empresa para convertirla en una plataforma política de gran impacto nacional, donde se enmarca en términos políticos “el tapado” y “el dedazo”; conceptos políticos que se utilizaba para decidir al próximo presidente de la nación y es cuando comienza la intervención de la pantalla en la política.

La carta original es decir el Sr. Emilio Azcárraga Milmo presidente de la empresa por 25 años, siempre tuvo claro su ideología política, su inclinación era hacia el Partido Revolucionario Institucional (PRI), por lo cual declaro ser “un soldado” inminente de su corriente, en otras palabras, Televisa representaba los intereses del partido haciendo de las pantallas un “presidencialismo televisivo” al controlar los contenidos mediáticos, ya que más que un servicio público la empresa representa un negocio hacia la esfera política.

Lo anterior nos recuerda que el consorcio se basa en el chantaje hacia la clase política, donde se glorificaba la imagen de los candidatos presidenciales a cambio de la idealización de intereses, el conglomerado sacaba a relucir lo mejor de “X” o “Y” candidato y siempre tapaba como coloquialmente se dice los “trapos sucios”. Milmo supo manejar sus cartas actuaba bajo la sombra, sus favores mediáticos eran discrecionales, cuando ganaba un candidato del PRI, se llevaba el ritual de las elecciones presidenciales, aunque la decisión se supiera de antemano, la cuestión era actuar cautelosamente.

Así el conglomerado mediático obtuvo muchos privilegios, su antiguo presidente había logrado establecer fronteras entre el espectáculo y la política. Pero la tendencia cambio a la muerte del “Tigre”, ya que su hijo Emilio Azcárraga Jean no compartía su ideología ni sus intereses, éste estaba decidido a transformar a la empresa televisa, no deseaba quedarse como un soldado, su interés es que ahora los partidos políticos fueran sus propios soldados y lo ha logrado, basta como ejemplo en el Partido Acción Nacional (PAN), quién represento el parteaguas de la empresa y de la política.

En otras palabras la empresa no solo deseaba crecer en la digitalización tecnológica, sino también para establecer nuevos acuerdos, porque hay que recordar que al adquirir Azcárraga Jean la presidencia de la compañía está estaba en decadencia, la incógnita era ¿Televisa sobrevivirá a la caída del PRI y su nuevo dueño podrá mantenerla a flote?; ya que su credibilidad como empresa dejaba mucho que desear ante una sociedad. Sin embargo el consorcio logro sacar adelante a la

empresa, supo doblegar a la clase política, su aparato publicitario demostró ser más importante ¿cómo? a través del rating donde se mezcla el entretenimiento con la información convirtiéndolo en el interés mediático.

La tendencia que maneja la empresa es clara, vivimos en una sociedad del espectáculo televisivo, donde lo escandaloso genera alto impacto, una sociedad consumista en donde la televisión prevalece con su material audiovisual dominante, una sociedad carente de información, porque el medio que más prevalece está en la pantalla chica. Ahora Televisa bajo la presidencia de Emilio Azcárraga Jean es un poderoso aparato publicitario, en el que puede lograr la admiración o la decadencia de las figuras políticas, su ambición es grande, por ello quién se mete con la empresa es borrado de las pantallas, por lo tanto, olvidado.

A colación de lo anterior, hacemos mención a lo sucedido con el Senador Fernández de Ceballos quien ya no le convenía a los intereses del conglomerado y simplemente lo desapareció de la televisión, todo lo contrario sucedió con el candidato presidencial Enrique Peña Nieto a quién lo convirtió en un modelo a seguir, haciendo de él la figura más popular y logrando adquirir la Presidencia del 2012, entonces lo importante es acaparar los canales, los programas noticiosos, los espectáculos para ganar dominio en la política.

Ahora Televisa demostraba quién dominaba el mercado tanto en la mercadotecnia como en la política, el corporativo supo aprovechar la debilidad y ausencia presidencial, para consolidarse y expandir sus privilegios en el mercado “Televisa dejó cabildear para transformarse en legislador de sus propios intereses” (Villamil, 2010:16). Actualmente se mueve conforme a lo que convenga y deja de ser un soldado para convertir a la clase política en títeres de sus utilidades, ya bien lo dijo Azcárraga “la democracia es un buen negocio” (Villamil, 2010:39), efectivamente los privilegios que han obtenido han sobrepasado los límites de las instituciones.

En conclusión Televisa es la muestra de la hegemonía, de una transición fallida, de un poder que prevalece en el acontecer social, político y económico. Por eso la pantalla televisiva se ha vuelto un invento tan codiciado en el sector empresarial tanto por sus ganancias, como por sus intereses políticos que han generado a lo largo de la democracia mexicana y ahora es el resultado del predominio político dominando los contenidos publicitarios que acarrearán a una población, ya que sus mecanismos de control se basan en el chantaje, en la popularidad, en la demagogia que transmiten en las pantallas.

3.3.3 Los primeros años de Televisión Azteca

En el caso de Televisión Azteca nace en otras circunstancias totalmente diferentes a las de la empresa amarilla, porque aunque representó la competencia directa, en la práctica no funcionaba como tal. La televisora “señal con valor” apareció en los años noventa con la privatización de la cadena Imevisión, en un contexto político polémico al ser adquirida con dinero de dudosa procedencia del hermano del expresidente Carlos Salinas, aún bajo este escenario la empresa logró transmitir señal pública e hizo posible una fuerte cadena de muebles y mucho más.

Azteca es un conglomerado mexicano que es propiedad de grupo Salinas, después de haber permanecido más de veinte años bajo la administración del Estado convirtiéndose en el sector privado, ya que con el proceso de desincorporación el gobierno tenía que regularizar la situación legal de los canales 7,13 y 22, sin embargo el último canal no entró en el paquete de privatización por lo que Consejo Nacional para las Culturas y el Arte CONACULTA se hizo cargo del mismo y hasta la fecha se ha mantenido como un canal cultural.

Actualmente la empresa concesiona tres canales de señal abierta, canal trece, siete y cuarenta con el Chiquihuitlazo en el sexenio del expresidente Vicente Fox, el cual marcó una alianza estratégica entre Tv Azteca y el presidencialismo, una muestra más de la intervención gubernamental ante los medios masivos y ha crecido con la compra de televisoras en América Latina y con sus alianzas con empresas internacionales como Disney por mencionar algunas. Aunque debe quedarnos claro que Ricardo Salinas ha dejado claro que o le interesa inmiscuirse al 100% en la política, al declarar que “él es un vendedor de electrodomésticos y no alguien que haga política.

3.3 Conclusión

El papel del monopolio en la democracia mexicana ha jugado una carta muy importante para el desarrollo del país, comenzando por el duopolio televisivo las cuales acaparan la audiencia pública, en lo que respecta a la telefonía el mercado se encuentra concentrado en una sola empresa, es decir, los monopolios son una expresión de la relación entre el sistema político y mediático, dicha correlación ha propiciado el estancamiento del desarrollo económico, la estabilidad política y el desarrollo democrático, por la predominación de un modelo comercial que prevalece en el entretenimiento y la ficción, el resultado una sociedad pacífica, controlada, chantajeada.

Finalmente no podemos dejar de resaltar el poder y la capacidad de negociación de estas empresas monopólicas, que ejercen una presión en el sistema político, por eso la dificultad de entrar de lleno a un marco regulatorio, porque las prácticas monopólicas han corrompido y permeado a los órganos e instituciones encargadas de regular este tipo de prácticas, demostrando la fuerte dependencia del poder político.

CAPÍTULO IV

4. EL PAPEL CENTRAL DE LAS TELECOMUNICACIONES

La democracia sólo es posible
Con el acceso fácil a la información
Y las buenas comunicaciones.
Y la tecnología es una forma
De facilitar las comunicaciones.
Tom Clancy

En este capítulo abordaremos las nuevas realidades del siglo XXI como la reestructuración de las telecomunicaciones en México y sus instrumentos para la incursión en el ramo comunicacional. El propósito es resaltar la injerencia de las instituciones, ante la manipulación monopólica. Como ruta explicativa primeramente, analizaremos el marco de sus redes y sistemas (infraestructura); en segundo lugar, las modificaciones constitucionales y legales (Ley electoral, la Ley antimonopolios, Ley de Radio y Televisión (“Ley Televisa”) y la Licitación 21); en tercer lugar las alianzas como mecanismo de control y para finalizar estudiaremos los retos que enfrenta el país en dicha materia.

Ante tal exposición haremos alusión a dos objetivos presentes en este capítulo: 1. Describir el proceso de enfrentamiento entre las televisoras y el Grupo Carso (Telmex) haciendo énfasis en los intereses y acciones de los empresarios y actores políticos en el proceso. 2. Explicar el sentido político y económico de las alianzas entre las Televisoras con la idea de impedir la entrada a una tercera cadena de Televisión, ambos se desarrollaran en las siguientes páginas.

4.1 ¿Qué representan las Telecomunicaciones en México?

La comunicación en México ha representado el parteaguas de la Democracia mexicana, se ha caracterizado por un poder concentrado y centralizado de las telecomunicaciones. Los principales medios (internet, teléfono, televisión) actúan de manera independiente, no rinden cuentas en su totalidad, su independencia ha dejado una fuerte desestabilización dentro del gobierno, dejando un hueco de desconfianza y de corrupción, provocando el debilitamiento de las instituciones, convirtiéndolas en un cuarto poder adquisitivo, actuando para su beneficio privado.

La representación más clara está con el servicio de internet y transmisión de datos, la tan mencionada banda ancha¹⁷, por la disputa generada entre el empresariado y la parte política,

¹⁷ El acceso a la banda ancha o Internet permite el acceso a Internet y los servicios que ofrece a velocidades significativamente más altas que las que obtiene con los servicios de Internet por “marcación”, usando una de las varias tecnologías de transmisión de alta velocidad; significa que el texto, las imágenes y el sonido son todos transmitidos como

caracterizado “la banda ancha” como elemento principal en la infraestructura y en la economía, el avance de la modernidad que ha provocado grandes cambios estructurales en la cultura mexicana los más evidentes son: el abandono de la televisión tradicional, por las pantallas de plasma; el CPU por la Lap Top; el teléfono fijo por el celular; los walkman por el MP3, dejando atrás un estilo de vida sedentario para convertirse en una sociedad industrializada, con lo anterior queremos dejar entrever cómo la tecnología obliga a cambiar el estilo de vida para modernizarse.

Otro elemento que deja claro su poder adquisitivo fue la introducción de la telefonía móvil (1990); donde la mayoría de la sociedad cuenta con un celular, permitiendo la comunicación sin límites, una nueva vía de comunicación que vino a terminar y a cubrir con las insuficiencias e ineficiencias del servicio telefónico tradicional, cambiándolo por un servicio móvil versátil y rápido, sin dejar de destacar el monopolio cubierto en este sector por grupo Carso (Telmex) con su filial Telcel, convertido a la telefonía en una visión mercantilista con ganancias desmesuradas, que comienzan con la privatización de las empresas nacionales más redituables de México (Teléfonos de México).

Ahora bien el proceso privatizador en nuestro país ha significado la pérdida de eficacia de las empresas, comenzando por la televisión, recordando “El proceso privatizador que se llevo a cabo en México de las cadenas 7 y 13 del Estado se vendieron a Televisión Azteca, canal 22 paso a ser un canal cultural, mientras el 11 conservaba su mismo sistema de propiedad y Televisa seguía con sus cuatro canales, aunque con la ventaja de haber recibido de manos de la Secretaria de Comunicación y Transportes, la autorización para operar 62 repetidoras, que hicieron del 9 una red nacional” (Gurría, 1992:80); cambios puntualizados desde la esfera del Gobierno ya sea por razones de orden político o por favores mediáticos a empresarios de alto calibre.

Sin duda la televisión es otro elemento esencial de las telecomunicaciones, manejado por dos grandes empresarios (Azcárraga y Salinas); los cuales exhiben un entretenimiento sin calidad de contenido televisivo, algunos ejemplo de su programación son: las caricaturas llenas de violencia, con un lenguaje no apto para los niños; para los adolescentes los programas de series, desorientadas con un estilo de vida fuera de la realidad y para el público en general es su mayor parte las amas de

“bits” de datos. Hacen posible el acceso a la banda ancha mueven estos “bits” mucho más rápido que las conexiones tradicionales de teléfono o inalámbricas, incluyendo el acceso tradicional a Internet mediante la marcación telefónica. Cf. ACERO, Fernando. “Una definición adecuada de banda ancha”, 21-feb-2005 disponible en http://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/sp_highspeedinternet.html

casa, está el canal de las estrellas repleto de novelas de refritos, reality show y el bombardeo del chavo del 8, simplemente se exhibe contenidos sin crítica, disfrazada de entretenimiento.

Dando pie a nuestro al elemento que ha jugado la carta fuerte dentro del marco de las comunicaciones, la televisión privada, la cual ha demostrado tener calidad de contenido, mientras que a la pública solo le interesa tener a un público entretenido con un alto grado de rating, mientras que a la privada introduce una gama de temas culturales, deportivos, entretenimiento, películas, música, política, y noticiarios es decir, ofreciendo una programación de contenido y calidad, aunque la pregunta central es ¿Quién realmente puede tener acceso a este tipo de programación? La élite privilegiada o el sector burocrático que apenas alcanza a sobrevivir con un salario básico, la pregunta es más que clara, cómo se pretende ilustrar a una sociedad con servicios fuera de su alcance.

En conclusión las telecomunicaciones en México han representado el debilitamiento de las instituciones, el manejo de una democracia controlada por grandes conglomerados injertados en los medios de comunicación, destacando por su impunidad, pobreza, falta de empleos, desconfianza política reflejada en la desviación de recursos, la carta fuerte de los medios de comunicación. Así que en plano de las telecomunicaciones esta ha impactado de manera estratégica con el proceso privatizador y con cierre de competidores en el mercado.

4.2 Reforma del estado “modificaciones legales y constitucionales”

Una vez conocido el debilitamiento institucional, observemos el marco legal de las Telecomunicaciones, sus cambios y controversias legales, suscitadas en el contexto de este conflicto, proporcionado un ingrediente personal respecto a los temas económicos y políticos. En este caso señalaremos las leyes expuestas (La licitación 21; Ley Televisa, y la Reforma Electoral) en esta rama del mercado, marcadas con fines de lucro y no como reguladoras del sistema de comunicación, ya que dentro de su proceso de aprobación generaron controversias entre el empresariado y partidos políticos.

Así que de entrada haremos referencia al el sexenio del expresidente Carlos Salinas, ya que las modificaciones fueron en su marco constitucional, al implementar la desregularización y la privatización, fenómenos que liberalizaron el comercio quitando “atribuciones al Estado”, lo que llamábamos un Estado fuerte por un Estado débil, posteriormente trajo consigo el Tratado de Libre Comercio (TLC), el cual significaba para México la entrada a la “competencia” entre actores

nacionales y extranjeros; en el mismo tiempo y forma se introducía la telefonía celular la cual significaba el despunte a la modernización tecnología y a la utilización de nueva infraestructura con la idea de reglamentar (derechos y obligaciones) a las empresas.

Ahora en lo que respecta a las modificaciones más actuales se encuentran la: Ley Federal de Telecomunicaciones y de contenidos audiovisuales, mejor conocida como la “Ley Televisa”, la cual desbordó críticas y opiniones en su contra, dadas principalmente por su inconstitucionalidad de varios artículos, los cuales derivaban privilegios ilegales al duopolio televisivo, y concedían una brutal concentración empresarial, destacando que la mayor parte de la misma beneficiaba a la empresa Televisa, esta fue una ley bien maquillada con un órgano regulador sólido y nuevas reglas que daban un sinfín de privilegios a Emilio Azcárraga Jean, entre la más importante estaba la concentración en unas cuantas manos.

En segundo orden, encontramos a la reforma político- electoral de 2007, la cual marcaba el impedimento de la compra de tiempo aire en televisión a los funcionarios públicos. Su aprobación se encontraba en el marco de los procesos electorales, lo cual suscito una guerra entre candidatos políticos y medios públicos, la reforma se planteaba como letra muerta ya que precisamente se realizaba todo lo contrario, los candidatos aparecían dentro de la gama del entretenimiento (noticiarios, programas de espectáculos, reality shows), como fue el ejemplo del gobernador del Enrique Peña Nieto quién fue apoyado por el empresario Emilio Azcárraga Jean, al presentarse en los canales televisivos de su empresa, lo que popularmente conocemos como el financiamiento público, que dejaba atrás la ley impuesta por el Senado.

En tercer lugar fue la Ley de Medios, su función fue la revisión de la duración de las concesiones y su proceso de otorgamiento, los criterios de licitación, el nombramiento de los integrantes de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (CFE) y la normatividad para otorgar servicios adicionales como telefonía, internet; ante los anteriores puntos se marcaba el lema del Gobierno: “Tu tratas de parar la reforma electoral y yo comienzo a legislar los puntos que más te importan; mejor deja de ir el ingreso de las campañas electorales y no pongas en riesgo tu negocio” (Villamil). Lo cual demostraba que el Estado no había perdido en su totalidad su poder. Dejando claro la cita anterior, este proceso se congeló, las amenazas fueron un medio para controlar las telecomunicaciones mexicanas.

Una vez analizadas las leyes, lo que una sociedad exige son medios (televisión y radio) que cuenten con criterios claros, objetivos equitativos para el otorgamiento y asignación de las

frecuencias radioeléctricas, estableciendo un registro público de concesiones y permisos, que permita su transparencia. Demandan igualmente la eliminación de la relación discrecional y política de los dueños de los medios electrónicos con el Ejecutivo federal, mediante la creación de un órgano regulador, desconcentrado de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con autonomía técnica, operativa, de gasto y de gestión, que les garantice la certeza y la imparcialidad, así como la seguridad jurídica a los concesionarios.

Por ello hubo tanta controversias con las llamadas “licitación 20 y 21”, que destaca las inacciones del gobierno al pretender abrir el proceso de apertura del sector de las telecomunicaciones, tema en el cual ni el Ejecutivo, ni el Congreso de la Unión habían querido entrar y menos con una iniciativa que permitiera la inversión extranjera directa en Telecomunicaciones y radiofusión, es decir, dichas licitaciones solo propiciaron una mayor concentración de mercado, aunque el entonces presidente Felipe Calderón se contradecía al mostrar una gran infraestructura para el desarrollo, (pero solo para la empresa del canal de las estrellas) “Un gobierno no puede seguir licitando frecuencias si antes no condiciona a que los operadores inviertan, expandan su red y modernicen su infraestructura”. (Gurría, 1992:11).

“Un buen ejemplo fue la Reforma a la Ley Federal de Competencia Económica, pero eso mismo no lo hemos propiciado en las telecomunicaciones y la radiofusión. El PAN en ambas cámaras del Congreso presentó conjuntamente una Ley Federal de Telecomunicaciones y Contenidos Audiovisuales que ha sido olvidada con la mano en la cintura. El Reglamento Interior de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), además de que sigue sin ser promulgado y busca subsanar el desorden propiciado, sólo consiste en reorganizar las atribuciones internas de la Cofetel, pero de ninguna manera las fortalece ante la industria y el gobierno en turno” (Cabrera, 1991:21).

Y por último fue la Ley Antimonopolios cuyo objetivo fue elevar la producción y competitividad en la economía y con ello promover el empleo para el bienestar de las familias mexicanas, la iniciativa fue propuesta por el Presidente Felipe Calderón en el 2010, la cual impide que las empresas incurran en actos monopólicos u oligopólicos. Ya que la falta de competencia estigmatiza a México y reduce su capacidad para crecer económicamente. Por ello esta reforma tiene como finalidad elevar la productividad y competencia sólida, sin actividades monopólicas que impiden su crecimiento.

“Más competencia significaría bienestar innovación, más inversiones y más empleos, así como mercados más competitivos. Prácticas monopólicas y oligopólicas desterradas significan también un incremento en la competitividad de México como país y un aumento en la percepción positiva de la imagen internacional de nuestra nación. Significa que la posibilidad de la economía mexicana, más que ser estigmatizada o señalada por prácticas de ese tipo sea reconocida como una sociedad abierta, competitiva y verdaderamente impulsora del desarrollo de nuestro país” (Calderón, 2010:32).

Ante el listado de propuestas más sobresalientes en el marco legal nos preguntamos si realmente las leyes de telecomunicaciones han servido como instrumento legal para la regulación y como instrumento que aliente la competitividad, no solo en beneficio del crecimiento económico de México y en la generación de empleos, sino también en el consumo y la competencia de nueva tecnología de calidad, y no más reformas que fortalezcan los ordenamientos y la autoridad ante la falta de competencia.

4.3 Alianzas como mecanismo de control y complot

Y a falta de competencia se encuentran las alianzas dentro del marco de la comunicación, que han fungido como un mecanismo de control y complot, su dinámica se basa en fortalecer a los monopolios y oligopolios, ganando audiencia entre los principales accionistas; convirtiéndolas en instrumentos de control económico dejando de lado la calidad de su producción televisa/telefónica y cerrando por completo la producción y modernización de nuevas vías satelitales o adquiriéndolas a precios inaccesibles. Dentro de las alianzas más sobresalientes encontramos a Televisa y Tv Azteca contra la propiedad de Carlos Slim, unión que se hace favoreciendo al consorcio que más les convenga según la convicción de cada empresa.

En lo que respecta a Televisa está pretende conservar sus frecuencias y incursionar en la telefonía móvil, debatiendo por la fibra óptica¹⁸; su papel influyente no solo social, sino político le ha

¹⁸La tecnología de fibra óptica convierte las señales eléctricas que llevan los datos en luz y envía la luz a través de fibras de vidrio transparentes con un diámetro cercano al del cabello humano; la velocidad es diez o cien veces más Mbps. Sin embargo, la velocidad real que experimenta variará dependiendo de diversos factores. Esta provee su banda ancha puede también simultáneamente suministrar servicios de telefonía por Internet y de vídeo, incluyendo vídeo según demanda. Cf. ESTEBAN, Gonzalo. Fibra óptica ¿Qué es?, 25-12-2005, disponible en http://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/sp_highspeedinternet.html

dado una gama de favores mediáticos en mercadotecnia, ya que dentro de sus alianzas estable sus propias reglas, adhiriéndose a empresas afines a su plataforma (alianza Televisa-lusacell y TV Azteca), para hacerle competencia a sus contrincante mayor (Telmex) y no permitirle la entrada al mercado televisivo, sus alianzas han dejado buenos resultados tan solo con lusacell la empresa amarilla obtuvo un beneficio del 50% en acciones telefónicas, brindándole la ventaja de introducirse en la telefonía móvil y con Tv Azteca logro una mancuernilla de intereses, demostrando que en la unificación es la “reina” mediática de la concentración en el servicio público.

Respecto al empresario Ricardo Salinas Pliego, ha destacado por sus logros en los negocios y en particular por utilizar sus redes nacionales de televisión. Un ejemplo, es la reforma que puso en el marco legal de los medios con la intención de formar una tercera cadena de televisión, intento fallido ya que hasta el momento la empresa no ha visto ningún resultado concreto con su cadena de televisión Hi-tv.¹⁹ Mientras tanto ha firmado los derechos exclusivos de transmisión de los partidos de la NBA; adquiere el club de partido Morelia; entra a la bolsa de valores y establece un acuerdo exclusivo con Disney; adquiere el 50% de las acciones de Unefón y el 50% de todito.com; entra al mercado hispano en Estados Unidos; crea su fundación azteca América; y finalmente firma alianza con la cadena Globo tv para el sistema de televisión digital Hi-tv, Y lo más reciente es su alianza con Televisa.

Por su parte Telmex es un gran líder en Telecomunicaciones e innovadora de servicios lo cual le ha permitido proporcionar servicios en beneficio del mismo, convirtiéndolo en el corporativo nacional e internacional de mayor cobertura. Sus principales subsidiaras comerciales son: Sanborns, sears, mixup, y ha creado una gran plataforma con Telcel, lo que le ha permitido mantenerse vigente en el mercado y destacando por sus innovaciones y productos, tanto más que por sus alianzas. En conclusión, las alianzas han permitido solo la obstrucción al mercado satelital.

4.4 Las instituciones jugadores privilegiados

Las instituciones se han convertido en un matiz importante para el desarrollo de las Telecomunicaciones, jugando como partidarios en los diversos procesos del conflicto, con Leyes,

¹⁹ Hi-tv es una caja que permite ver bien tu tele, convirtiéndola en digital, con imágenes tan claras que parece que estás viendo un DVD; capta señales de televisión abierta. Sólo se compra la caja HI-tv se conecta a la televisión y la antena aérea y aparece la calidad digital. http://www.hi-tv.com.mx/Int_QueesHitv.aspx

concesiones, legislando o ajustando el marco jurídico de las mismas, ya que en vez de regular se benefician del corporativo mediático, lo que las ha convertido en clave del obstáculo para lograr consolidar y expandir los privilegios del mercado, por lo tanto, mencionaremos a las instituciones privilegiadas del sector.

Como inicio está la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), la cual tiene a su cargo dos de las subsecretarías más importantes: Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, fue fundada con el propósito de dar entrada a nuevos proveedores, marcando una política de: radiodifusión, telecomunicaciones y fortalecimiento institucional. Pero el ideal se mermó al inclinarse a los privilegios monopólicos, destacando la relación que mantuvo con Telmex con el tema de acceso a la televisión de paga, generando controversia y que al final terminó con la limitante de su prohibición, trato que se diferenciaba con la empresa Televisa ya que sus peticiones eran incuestionables, por el solo hecho de mantener intereses afines con dicha empresa, lo que nos lleva a preguntarnos si su función ha quedado estática al gozar de privilegios.

En lo que respecta a la Cofeco su papel en el tema ha sido de hostilidad pública y política entre ambos consorcios (Televisa, TV Azteca, Telmex), a lo cual el mandatario Felipe Calderón se abstuvo de intervenir en la disputa televisiva, ya que no le convenía inclinarse hacia ningún interés, así que la batuta la tomó la Cofetel al comenzar a revisar tarifas de interconexión, cuando comenzó la disputa del triple play, del cual Televisa obtuvo un segmento amplio de espectro radioeléctrico²⁰ para servicios de telefonía. Y otra vez Emilio Azcárraga obtenía beneficio de las empresas ligadas a la transmisión de datos.

Por su parte la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR), difunde que los contenidos televisivos limitan el derecho público a elegir, generan autocensura, coartan la libertad de expresión, y la sana competencia, además de su influencia arbitraria de las autoridades en turno, los cuales muestran sus preferencias en audiencia y comercializan espacios, en tanto la institución propuso valorar y fortalecer la certeza jurídica de los medios electrónicos para dar lugar a un atento régimen

²⁰La asignación del espectro radioeléctrico, los derechos tienen los concesionarios, los pagos por su uso, así como el aprovechamiento o explotación de este recurso, siguen siendo temas de discusión recurrente en la regulación de las telecomunicaciones. Estas polémicas muestran lo complejo que es desarrollar mecanismos de mercado que conduzcan a una asignación eficiente sobre el dominio del Estado bajo condiciones que eviten *fenómenos de concentración que contraríen el interés público* y contribuyan a beneficiar a la población, como lo establece nuestra Carta Magna” Cf. FERNANDO PABLO, M., “Sobre el dominio público radioeléctrico: Espejismo y realidad”, en *Revista de Administración Pública*, núm. 143, p.199.

de libertad de expresión evitando la discrecionalidad, establecer un régimen de sanciones para el incumplimiento de exigencias técnicas objetivas y específicas. Pero pareciera que esta ideología ha quedado en la historia, el monopolio en México sigue creciendo desmesuradamente.

Sin duda el Instituto Federal Electoral (IFE) ha sido un elemento clave por representar la autoridad única a nivel federal y local, está a cargo de uno de los elementos más importantes, el de distribuir y asignar los tiempos del Estado para fines electorales. Lo cual la convierte en la manzana de la discordia sobre todo en elecciones presidenciales, ya que el chantaje político-empresarial, es lo único que les interesa a los partidos políticos, precandidatos y candidatos tiempo aire en cualquier modalidad. Por ello el IFE ha jugado el papel principal en las elecciones, dejando de lado su visión crítica y moviéndose a los intereses empresariales.

4.5 Retos de las telecomunicaciones

Como podemos observar nos encontramos ante un panorama de retos, donde el primordial es liberalizar el sector, controlar las empresas, lograr un acuerdo con la introducción de proyectos de expansión y convenios estratégicos, no por el contrario la avocación de intereses de estos conglomerados aplicando políticas incorrectas que solo benefician a cierto sector, favoreciendo en términos de interconexión, exclusividad en el tan ansiado triple play. Ante este escenario podemos ver que el reto que tiene el gobierno en materia de telecomunicaciones es grande y ante tal lo resumiríamos en los siguientes puntos:

- Inversión: para reforzar la pluralidad de empresarios al mercado, garantizando el interés público.
- Reforzar: a las instituciones, partidos políticos y a la misma sociedad para implantar nuevos mecanismos.
- Utilizar: los procesos democráticos para beneficio de una sociedad así como los avances tecnológicos.
- Generar: la competitividad entre los adversarios, sin caer en la demagogia.
- Obtener: el apoyo político, institucional y empresarial sin caer en el cabildeo

En conclusión, el reto más fuerte para este mercado es sin duda la reducción de tarifas y la cobertura de servicios, poner todos los esfuerzos por conquistar nuevos usuarios y mercados; ya que nuestro país desafortunadamente se retrasa cada vez más en el proceso de digitalización

económica, pero mientras no exista un diagnóstico certero no sé podrán plantear políticas públicas regulatorias que atiendan las verdaderas necesidades del mercado, pero sobre todo de la población carente de servicios, este el desafío que se enfrenta en materia telecomunicacional.

CAPÍTULO V

4. ALGUNAS PROPUESTAS PARA ACABAR CON EL PROTECCIONISMO DE LA OLIGARQUÍA MEDIÁTICA

“Quien pretenda una felicidad
Y sabiduría constante,
Deberá acomodarse
A frecuentes cambios”
(Confucio)

En este último capítulo plasmaré opiniones y propuestas en torno al conflicto, resaltando los argumentos que nos darán más elementos para reafirmar la propuesta de este trabajo recepcional, por ello nos apoyaremos en periodistas, académicos, escritores y analistas especializados en materia telecomunicacional. El objetivo es generar un espacio rico en propuestas desde diferentes ópticas, permitiendo la competitividad para mejorar la calidad en los servicios básicos que requiere la sociedad moderna como lo son: la telefonía y el internet; contribuyendo de alguna manera hacia una influencia directa hacia la competitividad.

Por lo tanto abordaremos dos posiciones una a favor del marco regulatorio existente y otra con la necesidad de generar nuevas leyes e instituciones que realmente generen competencia, por ello es importante analizar las propuestas que aportan cada uno de los autores que mencionaremos a continuación, ya que sus planteamientos reafirman nuestra hipótesis de que es necesario abrir una competitividad real y lograr que la mayoría del sector de la población pueda tener acceso a las nuevas tecnologías diversificando la oferta y la demanda, ante esta atmósfera marcaremos dos posiciones a desarrollar como la siguiente:

5.1 Cambios trascendentales en materia telecomunicacional

En un mundo globalizado como el nuestro tenemos que tener claras las expectativas y los privilegios con los que cuentan los medios de comunicación, por ello es importante cuestionarnos el por qué es indispensable un marco regulatorio, que no establezca exclusividad del patrimonio como lo generan las Telecomunicaciones, pues en materia legal debe existir una pluralidad, porque evidentemente lo que se vive en materia de medios y tecnología es evidente las empresas se pelean por obtener el mercado, sin plantear realmente una propuesta con proyectos económicos en materia de infraestructura en comunicación.

Por ello especialistas que mencionaremos más adelante destacan que es necesario generar diversas leyes para reformar, tal es el caso de la: la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyTV) y la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT), para terminar con esta médula monopólica, concentrada y autoritaria del sistema de comunicación y dar paso a la entrada de una sociedad moderna donde la difusión y la pluralidad en medios sea una prioridad del gobierno mexicano y por consiguiente de instituciones reales que velen los intereses públicos y controlen la esfera del poder gubernamental.

Como mencionamos anteriormente existen autores (mencionados en el desarrollo del capítulo) que defienden la posición de arrancar de cero y comenzar con una nueva legislación, nuevas instituciones que fortalezcan el sistema. Refiriéndonos a ello comenzaré con la propuesta que plantea la ex directora general de Radio Educación, Virginia Bello Hernández (2009:23), que defiende la posición de un nuevo marco regulatorio, señalando la necesidad de un marco jurídico adecuado que superé el estancamiento, la falta de actualización en comunicación que impide un proceso democrático, adjudica al poder legislativo que se asegure del financiamiento a la transición digital y pluralidad en contenidos” (2009:23).

Lo mismo plantea Miguel Concha (2009:51), partiendo de la idea que es un deber del legislativo actuar en esta materia, ya que no existe correspondencia entre los cambios legislativos en materia de medios de comunicación y la compleja realidad, en palabras del autor dice: “este anacronismo jurídico exige la realización de una profunda reforma legal. Por lo tanto Amparo Casar (2009:46) profesora del CIDE, en su artículo “Con un duopolio no hay pluralidad”, expresa la urgencia de una nueva legislación que termine con los problemas más obvios que mostró la reforma electoral del 2007, tomando como conclusión que México necesita una reforma cuya premisa enfrente “la necesidad de moderar el poder de las televisoras y dirigirse a otros objetivos, como la equidad, la libertad de elegir, la libertad de expresión, el derecho a que se informe con veracidad, la oportunidad en la emisión de mensajes”.

Ante la necesidad de acabar con el proteccionismo el escritor Marco Rascón (2009:130), del periódico *La Jornada*, aborda la privatización como algo que no garantizó para nada competitividad. Sino todo lo contrario, cerró la participación de nuevos actores privados y sociales, llegando a una paralización total, por eso hace una propuesta a partir de la infraestructura, la cual permitirá la competencia económica; reestructurar el sector de las telecomunicaciones; tener políticas de comunicación social; nuevas concesiones de radio y televisión y finalmente regulaciones específicas que terminaran con el proteccionismo actual del que gozan los actores principales (Televisa, TV

Azteca y Telmex) e impiden el acceso de nuevos actores privados y sociales en el sector de las comunicaciones.

Producto de lo anterior está la concentración mediática que limita el mercado, pues la regulación toma su importancia económica y social en las elevadas concentraciones. En el caso de México “para promover la diversidad de contenidos y la presencia regional en los medios de comunicación deben incorporarse, un marco legal de la radiofusión, restricciones a la propiedad cruzada de medios de radiofusión, independientemente de que las empresas tengan o no poder sustancial del mercado” Fernando Butler (2009:32), maneja la anterior propuesta para el mejoramiento en Telecomunicaciones.

Asimismo lo propone Migue Ángel Granados Chapa (2009:81), en su artículo “Más allá de la comunicación mercantil”, su propuesta radica en obligar a la Suprema Corte a realizar una nueva legislación resumiendo en dos puntos claros y precisos: 1. Medios no lucrativos, es decir la introducción de medios oficiales o de Gobierno, así como instituciones autónomas, que sirvan para su funcionamiento y no para generar utilidades; 2. Tiempos oficiales, es preciso regularlos en una porción menor y comprender la distribución de estos tiempos fuera de las temporadas electorales que se encuentran determinados en Código Electoral.

En cuanto a la libre expresión y el derecho a la información la autora Calleja Aleida (2009:34), hace su aportación con los siguientes puntos: I. Diversidad de medios, contenidos y perspectiva; cuyo propósito es prevenir la concentración de medio. II. Procedimiento equitativo, público y transparente para la asignación de frecuencias; garantizar una participación efectiva y no discriminatoria. III. Reglas equitativas para el financiamiento; asegurando sustentabilidad económica, independencia y desarrollo. IV Garantizar la inclusión digital; exigiendo garantizar el acceso y migración de los medios comunitarios y estatales. V. Reserva de espectro; que incluya una reserva inequitativa en todas las bandas de radiofusión. VI. Autoridades competentes e independientes; que sean reguladas por organismos estatales independientes. VII. Reglas de competencia económica y antimonopolio; contando con una normatividad que establezca límites a la concentración.

Pero para lograr esta libre expresión, primero debe existir “Apertura, transparencia y réplica” (2009:40), como lo plasma Miguel Carbonell en una nueva legislación que persiga los siguientes objetivos: i. Crear reglas que permitan la transparencia empresarial para poder identificar las fuentes de financiamiento; ii. Modificar los criterios vigentes para la asignación de concesiones y permisos necesarios para operar medios de comunicación; iii. Establecer el acceso a los medios de los grupos

sociales y políticos; iii. Evitar prácticas monopólicas y establecer un máximo de 30%. iiiii. Regular los derechos de respuesta y rectificación en los medios masivos de comunicación; iiiiii. Crear mecanismos procesales para que los particulares puedan corregir los excesos de los medios; iiiiii. Construir un estatuto profesional aplicable a los comunicadores.

Pero no podemos olvidarnos de la propuesta que plantea Delia Crovi Druetta (2009:59) en su artículo "Modernizar e investigar", en el cual plantea los siguientes puntos: a) Contar con un marco legal moderno, que incorpore la convergencia en un área dinámica y cambiante; b) Una revisión profunda a fin de determinar la convivencia de la legislación de medios masivos de comunicación electrónica o impresa; c) Un análisis específico de la telefonía móvil como parte fundamental de la convergencia e industria cultural; d) Introducir un nuevo marco legal a fin de aportar puntos de vista, análisis y conocimiento sobre temas específicos de tecnología; e) Proponer instancias como la Cofetel, en alianza con áreas de investigación que den seguimiento mediante programas de investigación para evolución de los medios; f) reglas claras para acotar el desarrollo de los monopolios u oligopolios que tan perniciosos han sido para una comunicación democrática en el país.

Finalmente, José Woldenberg (2009:166), profesor de Ciencias Políticas de la UNAM, en su artículo "Una sola Ley", plantea: 1. Servicio Público, considerando que la radio, la televisión y las telecomunicaciones tienen por objeto subrayar la importancia en la construcción del espacio social; 2. El espectro radioeléctrico es y debe seguir siendo propiedad de la nación, adquirir el sentido de un régimen de concesiones que no puede mantenerse por tiempo indeterminado; 3. Una sola ley, de convergencia, con libre expresión; 4. Un órgano regulador autónomo, con atribuciones y responsabilidades; 5. Derecho de réplica, necesaria para regular la disposición constitucional; 6. Integridad de los contenidos, establecer materiales transmitidos preservando su integridad; 7. Promoción de medios auténticamente públicos, junto a los medios privados debe coexistir un sistema nacional de medios públicos que acreciente la diversidad de oferta.

En general los autores planteados anteriormente convergen en un punto donde están de acuerdo en manejar de forma radical el tema de las Telecomunicaciones, generando una nueva regulación y terminar con la existente. Porque la que actualmente se tiene solo ha dejado una gran marca de retraso y una falta de competitividad que tanto necesita el País. Por lo que opinan y están de acuerdo en la propuesta de generar nuevas alternativas que construyan una real competencia y quitar los candados existentes, para abrir paso a nuevos distribuidores de contenidos reales, con la

idea de crear competencia en el mercado y por ende una fuerte demanda que garantice la oferta, pero para ello opinan ellos que es necesario cortar de raíz y solo se hará con la implementación de una nueva legislación.

5.2 Propuestas a favor del marco regulatorio existente

En este apartado están presentes los autores en favor de resolver los conflictos existentes, con las instituciones y leyes vigentes. Comenzando con Buendía Hegewisch José (2009:29). Él opta por reforzar el marco regulatorio que hoy permanece congelado por intereses particulares y por la falta de acuerdos sobre el papel en las telecomunicaciones. Su propuesta: a) Fortalecer lo que se tiene, para lo cual es imprescindible proporcionar la inversión en crecimiento; b) Pluralidad y diversidad de espacios para la información pública; c) Difusión de los contenidos, las imágenes y la voz, abriendo la posibilidad para la participación y ejercicio de los derechos de los ciudadanos; d) la importancia de un marco legal en las telecomunicaciones y el acceso universal.

Acerca de la legislación José Carreño (2009:49), profesor de la Universidad Iberoamericana dice que no hacen falta las legislaciones. Porque para empezar a hablar de las Legislaciones primero hay que resolver problemas de la comunicación pública en México, tendientes a consolidar una suerte de rectoría del sistema mediático. Su sugerencia radica: 1. Acuerdo entre los actores relevantes del sistema político y los actores relevantes del sistema mediático. 2. Tomar un acuerdo donde sea posible tener definiciones específicas. 3. Legislación que reafirme las libertades informativas. Entonces, lo que él autor propone es una tregua entre las partes para lograr una consolidación y trabajar en la materia existente dándole un giro de competitividad.

Julio Di-Bella Roldán (2009:65), en su artículo "Ausencias en la legislación para los medios". El autor nos dice que en materia de Telecomunicaciones no hay democracia si no existe una competencia sana y equitativa entre los medios de comunicación y empresas, que resguarden a la ciudadanía de los monopolios. Su invitación radica en siete campos: gestión, contenidos, marco jurídico y normativo, mecanismos de financiamiento, calidad, convergencia tecnológica, transparencia y responsabilidad social del Estado. El proceso es difícil, pero hay que confiar en la responsabilidad comunicativa y en el interés y capacidad crítica de los ciudadanos, pero sobre todo fortalecer las instituciones existentes.

Lo mismo opina Víctor Ugalde (2009:153), para él solo hace falta un ordenamiento democrático, plural e incluyente, que fluya en las inversiones y produzca más contenidos,

adquiriendo mejores precios que generarían grandes beneficios económicos, culturales y artísticos. En el caso de no hacerse, este nicho económico seguirá siendo la cuna de la antidemocracia y su desarrollo será tan parco como en los últimos años, de acuerdo al potencial de nuestro país, por ello urge trabajar en la materia real que se contempla actualmente.

Por su parte el académico Carlos Lozano (2009:144), señala que la ley debe tener el objetivo de promover una mayor diversidad y pluralidad en los contenidos televisivos en México, solo se requiere legislar para sentar las bases que permitan incrementar el número de concesiones y permisos para estaciones y cadenas de televisión. Para Lozano no se trata de despojar a las empresas mediáticas actuales de ninguna de sus concesiones o repetidoras, sino de ampliar en cada población la cantidad de proveedores de medios hasta dejar en 35% a las compañías que actualmente dominan un proceso de porcentaje mayor de los mercados audiovisuales locales.

El especialista y académico Gabriel Sosa Plata (2009:151), señala que el impulso de una reforma democrática, integral y convergente es algo que implicaría uno de los avances más importantes; sin embargo, hay dos obstáculos fundamentales que señala, por una parte la poca calidad de la vida democrática en México y por la otra la poca convergencia en radiofusión y telecomunicaciones. En este caso se requiere trabajar en una “reforma de transición” que significaría un mayor aprovechamiento del espectro, considerando a los contenidos como una responsabilidad en la construcción de un mejor país, por lo que se debe trabajar en los contenidos, para dar una certeza.

La propuesta del periodista Jenaro Villamil (2009:160) es retomar la agenda de las propuestas con los siguientes ejes: 1) Un órgano regulador autónomo, es decir, restar facultades a la dirección de radio, televisión y cinematografía, para eliminar la discrecionalidad en el otorgamiento; 2) Una política de administración; candados legales contra la concentración, que nadie pueda tener más del 50% de la frecuencias de una plaza; 3) Un estatuto legal para las televisoras y estaciones de radio público. Estos tres puntos son con la intención de flexibilizar las reglas para permitir el total play a aquellas compañías que ofrezcan servicios de audio, video e internet.

En otras palabras solo hace falta afianzar “La ley de radio y televisión” contemplando lo siguiente: 1. La creación de un órgano público, plural y autónomo; 2. Esta reforma contendrá candados en materia de concesiones, cumpliendo la prohibición constitucional de los monopolios; 3. Los prestadores de servicios deberán cumplir con su responsabilidad social, respetando la no discriminación, la libertad de expresión y el derecho a la información conforme a la Constitución. 4.

El escrutinio hacia la distorsión informativa y la acusación sin fundamento, debe garantizar el derecho de réplica y rectificación. 5. Una Ley que no censure el quehacer informativo pero que sí establezca límites explícitos que garanticen los derechos de quienes resulten afectados por los medios. Esto es lo que propone María Elena Cantú, autora del libro Medios y poder (2009:38).

Asimismo Daniel Cazés Menache (2009:49), habla de fortalecer en los siguientes puntos: a. Los medios serán de interés público y propiedad de la nación; pero nunca más de uno de cualquiera de los tres tipos a una sola empresa o persona y nunca durante más de tres años. 2. Se creará la Defensoría de Radioescuchas, Televidentes y Lectores integrados por un consejo de ciudadanos. 3. En cada medio existirá una comisión externa de calidad y respeto que vigilara los trabajos profesionales y políticos. 4. Los ingresos por publicidad se destinarán a cubrir gastos de operación y las ganancias. 5. La publicidad en radio y televisión solo podrá ser emitida entre programas, y no al interior de ellos. Las empresas de televisión por cable, que cobran a los televidentes por enviarles la señal, no podrán transmitir la publicidad de ningún tipo, pues no deben de cobrar por vender. 6. Todas las corrientes políticas tendrán espacios iguales para expresarse en cada medio y 7. No se permitirá ningún tipo de publicidad electoral.

Pero para lograr todo lo anterior, hay que trabajar en tres pendientes urgentes: 1. Nuevas concesiones, que impulsen una nueva etapa en la relación con el gobierno y la sociedad para cumplir con la función social de los bienes objetos de la concentración; 2. Equipos complementarios, la televisión ha crecido a través de ampliar su cobertura con "equipos complementarios", lo que ha permitido consolidar el dominio de las dos empresas Televisa y Televisión Azteca, a través de una autorización administrativa con un pago de concepto de derechos. 3. A pesar de que se cuenta con una Ley Electoral donde los partidos políticos y los candidatos no pueden comprar tiempo aire, en el proceso electoral del 2009 se demostró lo contrario ya que los candidatos pagaban para ser entrevistados, con recursos que no causaron impuestos y no fueron contabilizados en los topes de las campañas ni fiscalizados. Por lo tanto urge trabajar en estos tres puntos ya existentes.

La idea de reforzar el sistema regulatorio legal para llevar a cabo la competitividad y más aún están de acuerdo que hay que eliminar las grandes concentraciones, porque estos impiden la entrada a nuevos actores o las barreras que se imponen son demasiadas como para lograr incursionar en el tema de las Telecomunicaciones. Por eso están totalmente de acuerdo que hay que consolidar las instituciones existentes, para que estas resistan las nuevas tecnologías venideras, y no sigamos retrasándonos más y allá una verdadera entrada de nuevos competidores del mercado.

5.3 Conclusión

Después de haber revisado las propuestas de distintos académicos y columnistas hemos llegado a tres soluciones posibles que requieren voluntad política y convicción democrática:

- A) Es necesario autorregular los medios de comunicación
- B) Prohibir todo tipo de prácticas a través de un compromiso público
- C) Hacer responsable a los medios y al gobierno en su operación garantizando una cobertura informativa más parcial y equilibrada
- D) Tener una participación más activa de la sociedad civil

Llegamos a la conclusión de que es urgente tomar cartas en el asunto respecto en materia legal en comunicaciones, sin importar la posición que se tome, la clave es actuar y combatir la mafia de los monopolios creando una plataforma estratégica que ponga fin para combatir la concentración de poder en unas cuantas manos. Necesitamos una estrategia articulada como lo que representan ahora las redes sociales, éstas van más allá de compartir información, éstas redes sociales exigen, forman una parte influyente que exigen demandas ciudadanas, y por más que existan poderes fácticos, las empresas, los dueños de ellas no pueden ignorar los constantes señalamientos, que se hacen en los medios electrónicos. Tomando un papel fundamental para las decisiones venideras en el tema que se coloque en estas redes sociales.

6. ALGUNAS CONCLUSIONES PRELIMINARES

En la realización de un recuento de cada uno de los capítulos, concluimos que las telecomunicaciones atraviesan por un panorama incierto, donde los poseedores de cada una de las redes, no pretenden, ni quieren dejar abierta una ventana, que permita la incorporación de nuevos medios en el mercado, la llamada “competitividad”, no existe. La influencia de los grandes conglomerados está por encima de las autoridades políticas y de las leyes mismas, no por nada esta lucha se ha vuelto incierta, en donde ni las autoridades políticas y los empresarios mismos saben hacia donde se dirige la brújula. Y aunque se quiere demostrar lo contrario, las evidencias demuestran lo contrario, simplemente no se quiere, ni requieren aliviar las asperezas dentro de la relación política-empresarial.

Ante lo expuesto en cada uno de los capítulos nos preguntamos ¿Quién controla el mercado de las Telecomunicaciones en México?, ¿México realmente está preparado para una plataforma de alta tecnología?, ¿Qué representan las redes sociales y el acceso rápido a la información, para los representantes políticos? Son incógnitas que juegan un papel central dentro de la lucha del poder por las telecomunicaciones. ¿Qué es realmente lo que se esconde detrás del debate de la tercera cadena de televisión? Acaso el acceso a la tecnología daría pie a que la gente este mayor informada y con el acceso a la televisión se buscaría mejores contenidos. ¡No se quiere una sociedad informada!, porque esto es lo que permitiría la revolución tecnológica, la difusión de datos, voz e imagen a través de la multiplicación de formatos, abriendo posibilidades inéditas para la participación y el ejercicio de los derechos de los ciudadanos.

Esto es lo que representaría la llamada “competitividad”, la apuesta a un marco legal que parte de la necesidad de abrir el acceso universal al mayor número posible de mexicanos a las nuevas tecnologías promoviendo el conocimiento, elevando las capacidades y mejorando la formación del capital humano en el país, es decir, en medio de profundas desigualdades se puede remontar la agenda en materia de medios y construir un proyecto que nos lleve hacia una auténtica sociedad del conocimiento, proporcione un marco jurídico que supere el estancamiento en este sector, innovación, creatividad y desarrollo de nuevos servicios que requieren el libre acceso de muchos participantes y la concentración solo va en contra del interés público.

El debate que han generado estos actores televisivos y telefónicos forman parte de la lista de pendientes que tiene México y mientras estén de por medio intereses poderosos, resulta difícil comprender donde están el meollo de la discusión del triple y cuádruple play. Finalmente lo que está

detenido no es la regulación del sector telecomunicacional, sino lo que está detenido es la decisión de a quién beneficiaran y las consecuencias tendrán, ya que desde que aparecieron los periódicos, la radio y la televisión estos han jugado un papel clave en la esfera pública con cuestiones de interés común, ya sean escritos, audiovisuales y digitales constituyen una de las industrias con mayor poder económico, con pocas empresas que concentra la restringida participación de las voces sociales y la oferta de información.

Ante este panorama necesitamos urgentemente mujeres y hombres “de Estado”, líderes creíbles que muestran pensamientos en grande, con ideas y visiones que construyan un futuro con grandes ideales; sí efectivamente faltan muchas cosas por realizar en esta materia y no será fácil mientras haya grupos divididos, mientras que los que cuentan con la tecnología sigan viendo por sus propios intereses, estaremos inmersos en una utopía donde la articulación tecnología-sociedad meramente no existe, por ello se requiere un mecanismo que fomente las inversiones públicas y privadas, incentive el mercado interno y externo, es importante un equilibrio y una responsabilidad social.

El reto en materia de Telecomunicaciones es facilitar la interacción entre el gobierno federal y la iniciativa privada, lograr la flexibilidad a las inversiones en México. Resumiendo la propuesta central es iniciar con la prestación y la administración de servicios públicos y la construcción de infraestructura que impulsaría el crecimiento económico que tanto necesita nuestro país. Que la globalización, el neoliberalismo no enfrasque a nuestra democracia con funciones limitadas ya que la coyuntura que vive nuestro país en materia política-económica es un arma letal para el desarrollo del mismo, necesitamos transparencia y rendición de cuentas para la renovación de imagen de las Telecomunicaciones en México.

Por lo tanto primero hay que resolver los problemas de la comunicación pública, para entender los privados, es necesario poner al día la normatividad de los medios convencionales, definir un marco en la globalidad, basado en el acceso de la libertad de conexión ilimitada a todas las fuentes de mensajes, ampliando un debate sobre la legislación de los medios. Porque aunque nos encontramos ante dos posturas, de quienes piensan que no es necesario hacer reformas legales y otros que opinan que solo hay que cumplir las leyes vigentes, la realidad es que hay que actuar y hacer un Estado de derecho que no suene a utopía.

Las instituciones, gobierno y empresas, deben anteponer el interés público, beneficiando a la sociedad mexicana, promoviendo la convergencia, reconociendo que la tecnología cambia y que

promoverla es una necesidad de desarrollo. Todo lo anterior mencionado con la independencia y el financiamiento que resulten fundamentales para la evolución del modelo de medios comunicativos, orientados a la consolidación a través de mecanismos que desvinculen los intereses particulares de los políticos o de los gobiernos en turno. Ya que el interés particular y general en que se deben basar los políticos-empresarios es en el de trabajar en conjunto y aprovechar los beneficios que trae consigo las nuevas tecnologías en comunicación e información.

Es evidente que las tecnologías han planteado una nueva manera de conectividad, si hacemos una comparación en los últimos diez años, el crecimiento tecnológico es muy importante, pero la brecha en la comparación con otros países sigue presente y el acceso desigual al concentrarse en un cierto sector social, es evidente. Ante esta situación es claro que necesitamos una despejada política que fomente la industria de las telecomunicaciones y facilite el acceso a las nuevas tecnologías que garantice un desarrollo igualitario, garantizando sin que se distorsione el mercado publicitario, una reforma enfocada a resolver los desafíos que enfrentan los medios de comunicación y al mismo tiempo impulsar el desarrollo de infraestructura de banda ancha.

En conclusión, pareciera que legislar sobre las telecomunicaciones pareciera más que algo imposible, ya que hay que asumir posiciones inclinarse de manera democrática con el criterio de equidad que deben de asumir todos los actores junto con sus derechos y posibilidades, es la necesidad del liberalismo político, porque remontándonos a la realidad mexicana vivimos inmersos en una serie de contradicciones que son visibles a la luz de grandes desigualdades económicas que amplía la brecha entre los que más tienen y los que apenas superviven, si a esto le sumamos las irregularidades en el manejo de los recursos, nos damos cuenta que falta mucho para un marco legal en esta materia pero sobre todo para la entrada de competidores por eso es urgente tomar las medidas necesarias ante este episodio, tomando en cuenta las propuestas de los especialistas que han seguido la temática.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- AGUILAR, Villanueva Luis F. (1994). "El Estudio De Las Políticas Públicas", edit. Miguel Ángel Porrúa, pág. 76
- ALEMÁN, Ricardo. (2011). "Ley de Medios: as bajo la manga", en *El Universal*, 08 de septiembre, pp. 15-16
- ALMANAQUE ANUAL (2001). editora CINCO Cultural S.A. México.
- ÁLVAREZ, Laso Pilar. (2006, enero). "Televisión digital y educación", revista etcétera, núm. 63, pp. 36-37
- ÁLVAREZ, Hoth Jorge. (2010, febrero). "Principios básicos para una reforma", revista etcétera, núm. 11, pág. 10-11
- ALVA de la Selva. Alma Rosa. (2009). "La Ley que necesitamos", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.19
- ALTVATER, E. y MAHNKOPE, B. (2008). "La Globalización de la inseguridad. Trabajo en negro, dinero sucio y política informal". Buenos Aires: Paidós, pp.42-45
- ALVEAR, Acevedo, (2008). "El mundo Contemporáneo", Editorial Jus; Págs. 42-44
- AMÍN, S. (2005). "Las luchas campesinas y obreras frente a los desafíos del siglo XXI", España, pp.33-38
- ARANA, Jaime. (1991). "La Privatización de la Empresa Pública", ed. Monte Carbo, S.A. Madrid, pág. 78-79.
- ARENDT, Hannah. (1993). "La condición Humana, Barcelona", Paidós, pág. 135
- ARISTOTELES, (1999). "Política", Porrúa, México, pp. 235-236
- AYALA, Espino José Luis. (1991). "Límites Del Mercado", Inap, pp. 55-59
- AZIZ, Nassif Alberto. (2009). "Dejar atrás la opacidad", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.21
- BENASSINI, Félix Claudia. (2009). "Seguridad a periodistas, certeza a medios públicos", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.25.
- BIEBRID, Torres y Carlos Armando. (2008). "La política mexicana de las Telecomunicaciones", México, Cámara de Diputados, LX Legislatura, Instituto mexicano de estrategias, Porrúa, p. 471
- BOBBIO, Norberto. (1989). "Liberalismo y Democracia", México, FCE, pp. 89-95

- BOBBIO, Norberto. (1989). "Estado, gobierno y sociedad: por una teoría general de la política", México: Fondo de Cultura Económica, pp. 101-116
- BUENDÍA HEGEWISCH, José. (2011). "Telmex – Televisa", en *Excélsior*, 06 de marzo, p. 8
- CABALLERO, Urdiales Emilio. (1991). "El tratado de libre comercio. México-Estados Unidos-Canadá" Informe para la Comisión de Comercio de la Cámara de Diputados. Vol. 1 México, Facultad de Economía-UNAM, p. 17-18.
- CABRERA, Jorge. (1991). "Las telecomunicaciones y el crecimiento económico", *El Financiero*, julio 31, p43.
- CABRERA Martínez Jorge, (1991, marzo). "Telecomunicaciones: pilar del desarrollo", Capital, año 4, no.41, Fuente: México, Diario Oficial de la Federación, 6 de noviembre de 1989, p.66
- CABRERA, Martínez Jorge. (1989, noviembre 6). "Telecomunicaciones: pilar del desarrollo" México, Diario Oficial de la Federación y Capital, año 4, no.41, marzo 1991, p27.
- CABRERA Mendoza Enrique. (1995). "Del Administrador Al Gerente Público", Inap, pp.32-38
- CALDERÓN, de la Barca Manuel. (1963). "El servicio telefónico en México", (tesis). México, Facultad de Economía-UNAM, p10.
- CALDERÓN, Hinojosa Felipe.(2010, abril 20) "Inauguración de la segunda expo Compras del gobierno", *La Jornada*, pág. 12
- CALLEJA, Aleida. (2009). "Equidad y medios comunitarios", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.35
- CANTÚ, María Elena. (2009). "Hacerle caso a la Suprema Corte", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.38
- CASO, Lombardo Andrés. (1990, febrero 12). "La reforma del Estado y la desincorporación de Teléfonos de México", Comparecencia del Secretario de Comunicaciones y Transportes. Ante Comisiones de la Cámara de Diputados, México, D.F., *La Jornada*, pág. 16
- CALDERÓN, de la Barca Galindo Manuel. (1963). "El servicio telefónico" en México (tesis de licenciatura). Facultad de Economía-UNAM, pp. 65-76
- CÁRDENAS de la Peña, Enrique. (1987). "Historia de las comunicaciones y transportes. El Teléfono. México", SCT, p17-18.
- CARREÑO, Carlón José. (2011, marzo 06). "El blindaje anti-Almo de la Ley Televisa y el anti-Calderón de acuerdo Telmex", en *Excélsior*, p.22
- CARBONELL, Miguel. (2009), "Apertura, transparencia réplica", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.40
- CARDOSO, Víctor. (2012, enero 19). "Pide Slim fortalecer mercado interno, crisis Europea",

La Jornada, p. 28

- CARDOSO, Víctor. (2012, enero 12). "Mantendrá Telmex sin cambio sus tarifas durante el 2012" *La Jornada*, p.29
- CARDOSO, Víctor. (2012, enero 6). "Desecha competencia demanda telefónica contra Telmex" *La Jornada*, p.29
- CARPINTEYRO, Purificación. (2010, febrero). "Las iniciativas, monedas de cambio", etcétera, núm. 11, pp. 18-20
- CAMPOS A. Mario. (2007, octubre). "Todos somos uno" en etcétera, las campañas en los tiempos oficiales, se acabó el negocio, núm.84 p.8
- CAZÉS, Menache Daniel. (2009). "Un defensor de audiencias", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.49
- CEBALLOS, Piedra Adalberto (1997). "La economía Mexicana en el contexto de la Globalización", editora Universidad Veracruzana, México, pp. 14-22
- CLAUS Offe. (1991). "Contradicciones En El Estado Del Bienestar", Edit. Alianza, p.68
- CRESPO, José Antonio. (2007). "TV Fábula de Esopo" en *Excélsior*, 10 de septiembre, p. 21
- CRESPO, José Antonio. (2009). "Descentralización de señales y medios de Estado", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.58
- CONCHA, Miguel.(2005) "Nueva Ley de Medios", en *La Jornada*, 03 de enero, p. 19
- CONTRERAS, José. (2007). "Busca Congreso reivindicación con la nueva Ley de Medios", *La Crónica*, 22 de septiembre, p.32
- CONTRERAS, Henry Daniel. (2009). "Derechos de las personas", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.54
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 2010
- Conferencia Internacional (2002). "El reto de las telecomunicaciones en el marco de la reforma del Estado en México", 4ta. 2001, México Comisión de radio, televisión y cinematografía, Cámara de Diputados, LVIII Legislatura, 226p.
- CORDERA Rolando y José Ayala, (1990). "El problema del Estado en las economías semiindustrializadas", Conferencia Internacional sobre Economía Política de las Economías Semiindustrializadas. El caso latinoamericano, Facultad de Economía, UNAM, Universidad Washington en St. Louis Missouri, Fundación Ford, México, enero 12, p.22
- COSÍO Villegas, Daniel. (1969). "El sistema político mexicano", Ed. Joaquín Motriz, México, pp. 87

- CUEVA, Álvaro. (2007). "La venganza de la Televisión", en *Milenio* 16 de septiembre, p. 23
- CROVI, Druetta Delia (2009). "Modernizar e investigar", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.59
- DI-BELLA, Roldán Julio. (2009). "Ausencias en la legislación para los medios", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, pp. 65-67
- DIZARD, K. Paul. (1989) "La era de la información", México, Publigráficos, S.A., pp.52-56.
- DÍAZ, García José Antonio. (2009), "Más voces, menos discrecionalidad", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, p.63-64
- ESTEINOU, Madrid Javier (2009). "Un nuevo orden comunicativo nacional", en ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, pp. 68-70
- Etcétera. "Las campañas en los tiempos oficiales, se acabo el negocio", octubre 2007 núm.84.
- Etcétera. "La Ley Televisa, un despojo a la nación, Presidente, vétela", abril 2006, núm. 66
- Etcétera, "La lotería oculta de Televisa" La Ley Televisa, un despojo a la nación, Presidente, vétela", abril 2006, núm. 66 p. 2
- Enciclopedia Juvenil Grolier. (1980). Ed. Grolier. México DF. Tomo VI p.p. 345-348, 398.
- Etcétera, "Las campañas en los tiempos oficiales, se acabo el negocio", octubre 2007 núm.84,
- FERNÁNDEZ Díaz Jorge, (2006, enero). "Pecados virtudes del periodismo", etcétera, núm. 63, pp. 61-64
- FERNÁNDEZ ENGUITA, Mariano, (1992). "Poder y participación en el sistema educativo", Paidós, Madrid, pp. 67-82
- FERNÁNDEZ, Gómez (2008). "Historia del Mundo Contemporáneo", Editorial Mc Graw Hill; Págs. 20- 31
- FLORES Víctor. (2010). "Nueva ley de medios", en La Jornada, 26 de abril, p. 17
- GARCÍA, Paéz Benjamín. (1993). "Modernización De Estado y Empresa Política" Inap, pp. 96-98
- GAZOL, A. (2004). "Diez Años del TLCAN", Economía Unam, México DF, Diciembre, p. 102
- GIEJDURA, Stefan. (Mayo-Junio de 1972). "La URSS y el Tercer Mundo" *Revista de Política Internacional*, p.8

- GÓMEZ, R. (2008). "Políticas e industrias audiovisuales en México. Apuntes y diagnóstico", En *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, vol. 10, núm. 10, julio- diciembre, departamento de estudios de la Comunicación social, Universidad de Guadalajara (udeg), pp. 191-223.
- GÓMEZ, Durán Thelma / Xavier López "Chabelo". (2006, enero). "La televisión retrocede", *etcétera*, núm. 63, pp. 68-70
- GONZÁLEZ, Tiburcio Enrique. (1990). "Reforma Del Estado Y Política Social" Inap, pp. 89-92
- GRANADOS, Chapa Miguel. (2009, febrero 04) "Televisa contra Telmex", *Etcétera*, pp. 45-48.
- GRANADOS, Chapa Miguel. (2009). "Más allá de la Comunicación Mercantil", en *¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?*, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, pp. 81-82
- GURRÍA L. Jorge H. (2005). "La normatividad de los servicios de telecomunicaciones", en SCT-Colegio Nacional de Economistas. *Economía y telecomunicaciones*, op. cit., p.80.
- GURRÍA L. Jorge H. (1992). "Comunicaciones eléctricas y electrónicas", año 2, vol.2, enero-marzo, núm.1, p, 11
- GUILLÉN ROMO, Héctor. (1990). "Orígenes de la crisis en México (1940-1982)", México, ediciones Era, p. 23-28
- GUILLÉN ROMO, Arturo. (2000). "México hacia al siglo XXI. Crisis y modelo económico alternativo", México, plaza y Valdés editores, p.78
- HAYKN, Simón, (2002). "Sistemas de Comunicación" México, Limusa, 216p.
- HARVEY, D. (2005), "El nuevo imperialismo: acumulación por desposesión" en Paniteh, y C. Leys, *El nuevo desafío imperial*, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. p.6-8
- HERNÁNDEZ, García Cano Rafael G. (2009). "Por una Legislación General", en *¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?*, Konrad Adenauer Stiftung, Amedi, pp. 83-84
- IBARRA David. (1990). "Privatización y otras expresiones de los Acomodos de Poder entre Estado y Mercado. En América Latina" Unam, pp.18-23
- IBARRA, David. (1990). "Privatización y otras expresiones de los acomodados de poder entre estado y mercado en América Latina", UNAM., Págs. 13-16.
- ISLAS Reyes Laura, (2006, abril). "La verdad oculta" etcétera, *La Ley Televisa*, un despojo a la nación, *Presidente, vétela*, núm. 66, pp. 4-6.
- JIMÉNEZ, Lazcano Mauro, (2011). "Carmen Aristegui: periodista libre, valiente y veraz",

Macroeconomía, 1° de marzo, año 18, núm. 211, p.2

- KARAM, Cárdenas Tanius. (2000, mayo-julio). "Comunicación y democracia en México: una introducción general", en: razón y palabra, Número 18. Obtenido en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/editorial.html>
- KATZ, C. (2009), "Codicicia, regulación o capitalismo", herramienta, núm. 41. Artículo disponible en <http://www.herramienta.com>
- KUHLMAN, Federico. (2002). "Información y Telecomunicaciones en México", México, SEP, FCE, CONACYT, p. 137
- LARA, Klahr. (2006, enero). "El oficio de informar", etcétera, núm. 63, pp. 49-64
- LARA, Sumano Carlos. (1993). "Sector productivo y telecomunicaciones", en SCT-Colegio Nacional de Economistas. Economía y telecomunicaciones (ponencias presentadas en el seminario internacional Las telecomunicaciones como factor de desarrollo y modernización económica), México, op. cit., p. 203.
- LEVARIO TURCOTT, Mario. (2001). "Plausible la decisión de COFETEL sobre Telmex", en *La Jornada*, 24 de mayo, p. 32
- Libertas, (2011, agosto 28). Eruviel "El Gobernador con más votos en la historia del Endomex" año 22, núm. 312, p.23
- LINDBLOM Charles. (1991). "El Proceso De Elaboración De Políticas Públicas", Edit. Miguel Ángel Porrúa, p. 89
- LOZANO, J. C. (2005). "Tendencias hacia la espectacularización y el comparativo de noticieros mexicanos, canadienses y estadounidenses", en José Carlo Lozano (ed.), la comunicación en México, México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)-ITESM, pp. 235-260.
- LÓPEZ PARRA, Raúl. (2011, junio 22). "Los retos de la comunicación Política: Entrevista a María José Canel", En: *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 118, p. 34
- LORIA, Arturo. (2011). "Telmex vs Televisa y TV Azteca: la guerra sucia sigue...", en *El Universal*, 22 de marzo, p. 26
- LORIA, Arturo. (2010). "Presentación del libro: El sexenio de Televisa", En *la Jornada*, 21 de noviembre, p. 19
- LOZANO, GÓMEZ Nohemí. (2010). "Ley Antimonopolio en México", *El Universal*, 16 de abril, p. 26
- LUZ, Álvarez Clara, (2010, febrero). "¿Es necesaria una reforma?", *etcétera*, núm. 11, pág. 16-17
- Michael (1997). "Las fuentes del poder social", *tomo II*. Madrid: Alianza Editorial. pp. 22-27.

- MARMOLEJO, Martín, (2011, febrero 01). "Globalización alcances e implicaciones, inversiones globales, vía Sistema Internacional de Cotizaciones de la Bolsa Mexicana de Valores" *Macroeconomía*, año 18, núm. 210, pág. 30-3.
- MATEOS, Vega Mónica, Rius. (2011). "La finalidad es terminar con la sociedad de agachados: Periódico *La Jornada*, Lunes 19 de diciembre, p. 9
- MARTÍNEZ Cándano Beatriz, (2004). "El potencial de la convergencia tecnológica en el desarrollo de la sociedad de la información", *Observatorio de la Cibersociedad*, 25 de junio, disponible en: http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=35.
- MARTÍNEZ, Crescencio Germiniano. (1999). "La defensa de los derechos difusos", disponible en: www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jussem/cont/27/tes/tes5.pdf
- MARTÍNEZ, Fabiola y BANILLAS, Víctor (2007). "Escandalosa muestra de sumisión del TEPJF ante radio y Tv: AMEDI", en: *La Jornada*, 17 de septiembre, p. 7
- MARES, Marco A. (2007). "Avanza la Ley Antimonopolios", En: *La Jornada*, 18 de septiembre, p. 22
- MELÉNDEZ, Preciado Jorge, (2010, febrero). "Lo necesario y lo posible", *etcétera*, núm. 11, p. 24
- MEJÍA BARQUERA, Fernando. (2011). "Telmex y el 2012", en *Milenio*, 09 de Junio, p. 24
- MEJÍA GUERERO, Angelina. (2007). "Canitec pide banda ancha como política pública", en *El Universal*, 18 de octubre, p.29
- MEJÍA Barquera Fernando, (2006, enero). "¿Para qué las combos?", *etcétera*, núm. 63, p. 18
- MEJÍA Barquera Fernando (1991). "La industria de la Radio y la Televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)", T.I, 1ª reimp. Fundación Manuel Buendía, México, p. 195
- MEJÍA, Barquera Fernando. (1992). "Las telecomunicaciones en México", *El Nacional*, pág. 15
- MEJÍA BARQUERA, Fernando. (2007). "¿Que buscas TV Azteca?", en *Milenio*, 06 de septiembre, p. 21
- MÉNDEZ, Enrique y Roberto Garduño. (2011). "Se perdieron \$4 mil 584 millones por concesionar la fibra oscura a Televisa" Periódico *La Jornada*, Miércoles 12 de octubre, p. 12
- MÉNDEZ, Villarreal Leonel. (1988, marzo). "Comunicación de datos y procesamiento de información", *Teledato*, año XVI, México, D.F.,núm.45, p9
- MENDEZ, Morales José Silvestre. (1997). "Problemas económicos de México", editorial McGraw-Hill, 3ra. Edición, México, pp. 123-130

- MICHELS, Robert, (1983). "Los partidos políticos", Amorrortu Editores, Buenos Aires, Pág. 75
- MORENO, Martín. (2010). "Paulette, lo que no se dijo", Aguilar, México, p.9
- MORALES Gil de la Torre Héctor (1995), "El concepto de Sociedad Civil" en CAM Revista Phronesis, p.35
- MONRROY, Jorge. (2011). "Senado aprueba Ley Antimonopolios", *El Economista*, 28 de abril, p. 18
- Movimiento Ciudadano por la Democracia (1994) Órgano de Difusión No 2, México p.14
- MONSIVÁIS, Carlos. (1997). "Azcárraga Milmo y la "filosofía de Televisa". Revista *Proceso*. México D.F. 23 de abril, p. 42
- MORA, H. (2009). "¿Divergencia Internacional o desarrollo desigual? Ensayos sobre los fundamentos del comercio Internacional, la condición periférica y el subdesarrollo", en *aportes*, núm. 1, abril-mayo p.122
- OLVERA Alberto. (1995). "Régimen Transition, democratization, and Civil Society in México", Tesis doctoral no publicada, p. 77
- ORDUNA, Diez Luis. (2007). "Las", *Revista Económica Mundial*, núm. 16, Universidad de Huelva, España, pp. 195-223.
- PAREJA, N. (2009). "Las elecciones intermediarias a la sazón de la reforma electoral del 2007. El aprendizaje del 2006 en materia de medios de comunicación", en *El Cotidiano*, año 24, núm. 155, mayo-junio, México: Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Azcapotzalco , pp.13-17
- PÉREZ, Motta. (2012). "Se dice presionado para definir caso Televisa-lusacell" Escrito por Monitoreo Informativo el 19 enero a las 1:53 pm en *Medios, Monitoreo Informativo*, p.5
- PIÑÓN, Olivias Roberto, (2011, agosto 14) "Afanos electorales desde el desempleo" *Libertas*, año 22, núm. 311, p.30
- PIJIG, Josep y Miquel MARTÍNEZ. (1989). "Educación moral y democracia", Editorial Laertes, Barcelona, pp. 56-66
- Presidencia de la Republica. (2010). Cuarto Informe Presidencial. Anexo Estadístico. Septiembre pág. 32
- PREBISCH, Raúl. (1947). "Introducción a Keynes", México: Fondo de Cultura Económica , pág.25
- Publicado por: trabajo final de comunicaciones, Conflicto en las empresas de comunicaciones en México, 25 abril de 2011, disponible en: <http://confictoscomunicativos.blogspot.com/search?updated-min=2011-01-01T00:00:00-08:00&updated-max=2012-01-01T00:00:00-08:00&max-results=16>

- RAMIRO Alonso. (2012). "CFC: El no a lusacell, por riesgo en la TV", el Universal, 08 de febrero, p. 14
- RANGEL, Pérez Mario. (1991). "Los telefonistas frente a la crisis y la reconversión", México, Editorial Nuestro Tiempo, México, Pág. 47-52
- RAZÓN Y PALABRA, México, 1995, núm. 27
- Redacción el Universal (2011, agosto 20) "Suspenden partido Santos tras balacera", p. 5
- RENTERÍA, Arróyave, Teodoro, (2011, agosto 28) "El periodista plagiado, asesinado", Libertas, año 22, núm. 312, p. 20
- Revista *Proceso* (1994, febrero 7), No 901, Semanario, México, p. 26
- Revista *Rostros y Voces de la Sociedad Civil*, (1995). Centro de Estudio Ecuménicos, et allá septiembre-octubre no 0, México, p. 8
- RODRÍGUEZ, Arana Jaime. (1991). "La Privatización de la Empresa Pública", edit. Madrid, pág. 78-79.
- RODRÍGUEZ, Castañeda Rafael. (1995). "Operación Telmex Contacto En Los Poderes", edit. Grijalbo, pp. 45-54
- ROGOZINSKY, Jacques. (1994). "La Privatización de las Empresas para Estatales", edit. Fondo de Cultura Económica, México, pág. 11-17
- ROGOZINSKY Jacques. (1993). "La Privatización De Empresas Paraestatales", Edit. Fondo De Cultura Económica, pp. 65-67
- RUIZ Vega Eduardo, "La manipulación de la verdad" *etcétera*, El ojo de gallo, núm. 63 pp. 8-10
- SALADO Minerva, (2006, enero). "La invasión que se avecina", *etcétera*, núm. 63, pp. 65-67
- SALAZAR, Luis y José WOLDENBERG, "Principios y valores de la democracia", en *Cuadernos de divulgación de la cultura democrática (1)*, Instituto Federal Electoral, México, 1995. p.65
- SARUR, Torre Adriana. (2011, agosto 28). "Ley de Seguridad Nacional, "No más sangre", *Libertas*, año 22, núm. 312, p. 32
- SARUR, Torre Adriana. (2011, julio 31). "Twitter desata polémica para exigir justicia social a Mariel Solís en la sociedad del siglo XXI" *Libertas*, año 22, núm. 310, p. 30
- SARTORI, Giovanni. (2002). "¿Qué es la política?" En G. SARTORI, *La política: lógica y método en las ciencias sociales*. México: Fondo de Cultura Económica, pp. 201-224.
- SANTORI, Giovanni (2003). "¿Qué es la Democracia?" Madrid, Taurus. pp. 88-92

- SCHMITT, Carl. (1991). "El concepto de lo político". Madrid: Alianza Editorial, pp. 56-66.
- SMITH, Peter H. (1981). "Los Laberintos del poder. El reclutamiento de las élites políticas en México" 1900-1971, El Colegio de México, México, pp. 77-81
- SMITH, Ma. Marcia y Víctor Manuel Durband (1995). "Actores y movimientos sociales urbanos y el acceso a la ciudadanía: el caso de México", en Revista SODEPAZ No. 18 Madrid, pp. 68-95.
- SÁNCHEZ, Daza Germán, (1993). "Las perspectivas de desarrollo del sector telecomunicaciones", ponencia presentada en el Seminario Nacional sobre alternativas para la economía mexicana, fase II, modulo XX, México, D.F., noviembre. p.105
- SOSA, Plata Gabriel. (2011). "Grandes Medios. Los medios vistos por medios", publicado en *El Universal*, 13 diciembre, p. 18
- SOSA, Platas Gabriel. (2001). "Caso Cabañas ¿Tv Azteca vs Televisa?" *El Universal*, 13 de diciembre de, pág.20
- TENA Suck Antonio y Rivas Torres Rodolfo. (1995). "Manual De Investigación Documental", Edit. Plaza Valdés, pp.233
- TREJO, Delarbre Raúl, (2009). "¿Que legislación hace falta para los medios de comunicación en México?", AMEDI Konrad Adenauer Stiftung
- TREJO DELAMBRE. (1997). "Volver a los medios. De la crítica a la ética", México: cal y arena, p. 112
- TEJADO, Dondé Javier, (2010, febrero). "Medios públicos, en el centro", etcétera, núm. 11, pág. 12-13
- Toussaint, Florence. (1998). "Televisión sin fronteras", México: Siglo XXI, p.11
- UVALLE, Berrones Ricardo. "Los nuevos derroteros de la vida estatal", ed. IAPEM, Pág. 84.
- VILLAMIL, Jenaro, (2011, septiembre 13). "Televisa: la hipocresía", proceso, edición 1818
- VILLAMIL, Jenaro. (2011). "Escándalos de los casinos, aflora la disputa entre los grupos empresariales y políticos" en *Reforma*, 31 de agosto, pág. 55
- VILLAMIL, Jenaro. (2011). "TV Azteca y Estadio Torreón, ¿autocensura o prevención?", en *Reforma*, 22 de agosto, p. 19
- VILLAMIL, Jenaro. (2011). "Niega la Suprema Corte amparo a Televisa contra multa; CFC Confirma Dominancia de Telmex", *Reforma*, 01 de septiembre, p. 22
- VILLAMIL, Jenaro. (2009, noviembre). "Telecomunicaciones, el cuádruple play para Televisa", en *Zócalo*, núm. 117, revista de *Comunicación Política*, p. 43
- VILLANUEVA, Ernesto, (2010, febrero). "¿Cambios Legales?", etcétera, núm. 11, pp. 21-23

- VIVEROS, Ángel, (2011, julio 31). "México, líder en campañas negras" *Libertas*, año 22, núm. 310, p. 14
- WEBER, Marx. (1988). "La política como vocación". En M. WEBER, *El político y el científico*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 81-85.
- YUSTE José. (2006, enero). "Todos contra todos", *El ojo de gallo, etcétera*, núm. 63 p. 18
- YUSTE José. (2006, enero). "Televisoras financieras", *etcétera*, núm. 63, pág.39
- ZAMORA Guillermo (1996) "Una Alternativa ante el oligopolio Radiofónico" en Florence Toussaint (coord.) *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado, La Jornada*, Ediciones, UNAM, México. p. 25
- ZUCKERMANN, Leo. (2007). "Los medios ¿el frente soviético de la partidocracia?", en *Excélsior*, 01 de septiembre, p. 12