

Literatura, Estudios Culturales
 Artes Visuales, Sociología
 Historiografía, Economía
 Filosofía, Sociolingüística

Imprenta:
 Prof. Dr. Vittoria Borsò
 Prof. Dr. Frank Leinen
 Prof. Dr. Guido Rings
 Dr. Yasmin Temelli

año IV
 N°7

México Interdisciplinario
 Publicación en línea

invierno
 2015

Medios de comunicación

Edición Completa



Editores
 Prof. Dr. Vittoria Borsò
 Prof. Dr. Frank Leinen
 Prof. Dr. Guido Rings
 Dr. Yasmin Temelli



Interdisciplinary Mexico / México Interdisciplinario

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN EN EL MÉXICO CONTEMPORÁNEO**

Año IV

Nº7

Editorial

TANIUS KARAM CÁRDENAS

Presentación del Dossier sobre telecomunicaciones.....4

Artículos

JAVIER ESTEINOU MADRID

Las leyes secundarias en telecomunicaciones y el retorno de la *dictadura perfecta* en México.....13

ADRIANA HERNÁNDEZ DE LAGO

Juegos de poder en México: Reformas a la Ley de Telecomunicaciones.....35

RODRIGO GÓMEZ GARCÍA

Apuntes sobre la industria audiovisual mexicana en el contexto de la re-regulación y digitalización.....42

GRACIELA MARTÍNEZ MATÍAS

El menosprecio del Estado Mexicano hacia las radios comunitarias e indígenas.....57

KARINA SÁNCHEZ GARCÍA

La Reforma en Telecomunicaciones y las negociaciones en el congreso.....69

OLGA RODRÍGUEZ CRUZ

La construcción de pseudoambientes y pseudorealidades en los *spot*-encuestas de las campañas políticas electorales mexicanas 2000, 2006, 2012.....85

CÉSAR BÁRCENAS CURTIS

La extensión corporativa en el sector telecomunicaciones y sus implicaciones en la producción y distribución de cine mexicano.....99

Reseñas

ANA SANTOS

Trinidad Barrera (ed.) (2013): *Por lagunas y acequias. La hibridez de la ficción novohispana*.....113

CHIARA DONÀ

José Ramón Ruisánchez (2012): *Historias que regresan. Topología y renarración en la segunda mitad del siglo XX mexicano*.....117

YOLANDA MELGAR PERNÍAS

Claudia Gronemann / Cornelia Sieber (eds.) (2012): *Fiestas infinitas de máscara: actos performativos de feminidad y masculinidad en México*.....121

MARTIN BAXMEYER

Frank Leinen (ed.) (2012): *México 2010. Kultur in Bewegung – Mythen auf dem Prüfstand*.....124

Presentación del Dossier sobre telecomunicaciones

Tanius Karam Cárdenas

(Universidad Autónoma de la Ciudad de México)

En este dossier queremos hacer una introducción al tema de las telecomunicaciones en México. Para ello es necesario precisar algunos conceptos ya que el otrora funcional 'medios de comunicación colectiva' o sucedáneos, ya no alcanza a dar cuenta del paquete de servicios, empresas y flujos que forman el mundo mediático y neo-tecnológico que hay en la ecología informacional de México (y de cualquier país del mundo). Hacemos una breve entrada al tema, sobre todo, para el lector no familiarizado con el mismo, para luego pasar a una rápida descripción de lo que se va a encontrar en cada uno de los trabajos.

Cabe señalar que este dossier introduce un aspecto complejo, que si bien en el debate político ha sido muy discutido, más lo ha sido en sectores especializados que a nivel general. La importancia estratégica es que hoy las telecomunicaciones han dejado de ser un sector marginal para convertirse en un eje transversal que permite evaluar la calidad democrática del país, y las posibilidades de modificaciones sociales más amplias.

El objetivo de este dossier es presentar a la comunidad de lectores de *iMex*, así como a mexicanistas interesados, un tema que no suele ser objeto de discusión más amplia, y cuyo discurso frecuentemente se restringe al mundo de la ingeniería, los negocios o el derecho y no tan frecuentemente al de la comunicación, la política cultural, y la estructura política. Así, queremos llamar la atención sobre este universo que de manera reciente aglutina muchos otros debates.

Álvarez González (2006: 1) señala que "las telecomunicaciones son hoy día el medio por el cual se realizan diversos derechos fundamentales, como el derecho a la información, asimismo son la base para la integración social, el fortalecimiento de la democracia y el desarrollo económico de cualquier país". Esta cita bien puede ser uno de los elementos que justifiquen este Dossier, aun cuando su contexto inmediato es la aprobación de las reformas secundarias a la *Ley de Telecomunicaciones*, que constituye quizá la principal legislación en la materia desde 1960, la primera ley federal de Radio y TV. Al margen de sus inevitables avances, es muy importante subrayar las implicaciones y tener una mirada crítica que permita sopesarlas. Por ello, las telecomunicaciones no pueden ser vistas como un fenómeno periférico, ya que se anclan en el centro de otros muchos procesos, que quedan prefigurados en varios de los trabajos aquí compilados.

Breve recuento sobre medios electrónicos

En otra introducción que realizamos hace tiempo (Karam 2000), hicimos un resumen de lo que fue el desarrollo de los medios electrónicos en el siglo XX, después de ese gran hito de la historia de México, como es la revolución mexicana. En el caso de la prensa, por ejemplo, una clara diferencia entre los siglos XIX y XX fue el carácter eminentemente comercial del siglo pasado, en relación con ese fuerte peso político y literario que tuviera en el siglo XIX. Por otra parte, es importante señalar cómo uno de los principales rasgos de la relación entre los medios masivos y el gobierno mexicano fue la renuncia de éste a un servicio público y a un proyecto que incorporara a dichos medios en el desarrollo del país. En su lugar, se cedió a un sistema de complicidades de beneficio mutuo y de perjuicio para el desarrollo democrático, político y cultural del país. Se estableció un sistema autoritario, por lo cerrado y altamente concentrado, del que apenas comienzan a darse visos, no de su reestructuración, sino de una mínima apertura, lo que dista de ser aquello que pensamos que el país requería.

Es cierto que hoy en día esa relación ha cambiado, aunque a veces hay cierta tendencia por regresar a algunos de sus viejos signos siendo uno de ellos el hecho de que los funcionarios y ejecutivos de la empresa mediática Televisa se declarasen 'soldados del PRI' o 'priistas convencidos'. Fue una época cuyo cambio se aceleró a partir de 1988 y que con la crisis política y económica de la época de Ernesto Zedillo (1994-2000) sentó las bases para modificar algunas de las reglas y principios (formales e informales) de la llamada relación medios-gobierno que fue un elemento más que explica cómo el partido hegemónico PRI estuvo tantos años en el gobierno (1929-2000).

La radiodifusión se desarrolló en México en los años veinte del siglo pasado, en ese breve periodo de entreguerras en el que apareció este primer desarrollo de los medios electrónicos. Esto permitiría explicar que debido a que el Estado se encontraba atendiendo asuntos vitales y fundamentales, se desatendió el área de las comunicaciones como la radiodifusión y la televisión (Mejía Barquera 1991: 17). Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónicos, diríase que México no tenía conciencia de su significado; los gobiernos como tal dejaron en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social. No en balde, hacia la mitad del siglo XX, el Estado decidió entregar la recién creada televisión a la gestión de intereses privados; advertido tardíamente de la enorme fuerza de modelación que representaba no es hasta esta última década cuando ha comenzado una recuperación del tiempo perdido.

Hay que señalar que en México la legislación de los medios llegó mucho después que la instauración de prácticas. Durante el gobierno del Presidente López Mateos (1958-1964) se

promulgó la ya actualmente obsoleta y nunca respetada por los concesionarios de los medios *Ley Federal de Radio y Televisión*. El 8 de enero de 1960 es cuando se sanciona esta ley, es decir, 40 años después de que la radio hubiera emitido sus primeras transmisiones en México y exactamente diez años antes de que la televisión realizara su primera emisión oficial con motivo del informe de gobierno del entonces Presidente Miguel Alemán (1946-1952). En consecuencia, explica Cremoux (1989: 5), el instrumento jurídico vendrá a legitimar procedimientos y acciones arraigadas en los intereses que desde hace tiempo permitieron y desarrollaron un tipo de emisiones y no otros.

Durante el régimen de Díaz Ordaz (1964-1970) comienzan a vislumbrarse los signos del 'agotamiento' del modelo de industrialización por la sustitución del modelo de importaciones. El Estado mismo, al entrar en una crisis de legitimidad y hegemonía, comenzó a intentar participar nuevamente en los medios, especialmente en la radio y la televisión, lo que preparó el terreno para los cambios importantes en el sexenio echeverrista en materia de legislación y comunicación social.

Mejía Barquera (1991: 13) presenta un resumen de lo que fueron esos años en la relación entre los medios y el gobierno (1929-1988). En primer lugar, la radio y la TV constituyen hoy un elemento fundamental para la preservación del actual sistema político, pues aunque en ellas sea posible encontrar cuestionamientos y aun impugnaciones hacia ciertos actos del gobierno, la cantidad de mensajes de apoyo e incluso de propaganda favorable a la política gubernamental es siempre mayor. Estos mensajes dedicados al apoyo gubernamental son emitidos por todos los radiodifusores, así como por el propio gobierno a través de sus emisoras. Así mismo, al estar estos medios prácticamente cerrados para la oposición política, el gobierno apenas tiene que preocuparse por crítica alguna.

En México siempre ha existido un control de las frecuencias convencionales, lo que ha permitido al gobierno mexicano exaltar la idea de que en el país existe una situación democrática en el campo de la comunicación social, al tiempo que lo provee del argumento necesario para impugnar a los 'regímenes totalitarios', en donde los medios son monopolizados por el gobierno. Sin embargo, es claro que lo que el gobierno entiende por democracia en la comunicación, es la diversidad, por cierto solo aparente, de empresarios o empresas propietarias de esos medios y no la pluralidad de contenidos políticos y el acceso real a los medios de la más amplia gama posible de sectores sociales.

A partir de los noventa hay modificación en ese modelo de relación medios-sociedad y gobierno. Es una época de transición y de incertidumbre política, porque todo el mundo veía las modificaciones otrora impensables, pero no había seguridad hacia dónde llevaría ese

movimiento. 1994 fue un año nodal, con magnicidios, el despertar de la sensibilidad con respecto a las comunidades indígenas y, a nivel de comunicación social, la emergencia de iniciativas y propuestas. En los noventa también vino el ascenso, más lento que en los países desarrollados de la Red de Redes o Internet, que modificaría rápidamente la faz cultural e interactiva de muchas actividades.

De estos años sin duda lo más relevante es la promulgación de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* de 1995 que entró en vigor en junio de ese año. En el contexto más inmediato, al haber entrado en vigor el *Tratado de Libre Comercio de América del Norte* (TLCAN; NAFTA), firmado con EE.UU. y Canadá, se perfilan nuevos rasgos para las relaciones comerciales. La *Ley Federal de Telecomunicaciones* de 1995 logra actualizar la ley de los sesenta e incorpora algunos ordenamientos legales, pero los derechos de audiencias, de las comunidades indígenas, etc., aún quedan rezagados. En los objetivos de esta ley se establece promover el desarrollo de las telecomunicaciones, concepto que se va a modificar, no solo en su configuración física, sino también en su noción cultural. Se introduce también el concepto de la competencia dentro de un régimen, cuya característica es su abrumadora concentración. Todavía hoy el 97% de la cobertura, audiencia e infraestructura se concentra en las compañías privadas Televisa que es la dominante y TV Azteca, y justo en los últimos años, de ser, digamos, competidoras pasaron a ser aliadas en la defensa de sus intereses ante el estado mexicano.

Durante el gobierno de Fox (2000-2006) quizá la principal contribución, más que propiamente a las telecomunicaciones, fue la *Ley de Transparencia y Acceso a la Información*, que dio un marco más amplio para reconocer algo básico: el derecho de acceso que tiene todo ciudadano a la información pública. Si bien esto puede parecer una verdad de Perogrullo, no había instrumento para desarrollar algo que, de manera muy lenta, va ganando terreno: la transparencia en la información pública. Empero estos avances, en otros órdenes, tanto Fox como el Presidente Calderón (2006-2012) fueron tímidos ante el poder de los medios y particularmente de la televisión, que con la relativa apertura informativa, adquiere un nuevo poder, así Fox ofreció dádivas y concesiones a los medios, como la llamada *Ley Televisa* de 2006.

De manera estratégica el actual Presidente Peña Nieto incluyó la reforma en telecomunicaciones, que era una vieja promesa del Estado Mexicano (Fox el primero), pero que no se había concretado. La reforma constitucional de 2013 generó un gran optimismo porque se intuían cambios importantes, tanto en el concepto de los medios o las telecomunicaciones al definir su carácter público y de servicio, como en su operación,

limitando el poder de la secretaría de gobernación y dejando en manos de un órgano descentralizado las decisiones sobre el otorgamiento de concesiones, entre otras cosas.

Dentro de los avances de la Reforma hay que señalar la creación de este órgano llamado IFETEL, que avanza hacia un sistema descentralizado de medios públicos. También se permite la inversión extranjera hasta del 49% en Radio y del 100% en telecomunicaciones. Otro concepto importante es que se establecen los servicios de telecomunicación e Internet de banda ancha como derecho y la ya mencionada definición del servicio de interés general. Ahora bien, entre los elementos críticos, aparte de la regresión con respecto a lo promulgado en 2013, se ha señalado en primer lugar la tardía aprobación de una ley que debió estar completada en diciembre de 2013 y sin embargo no se hizo hasta julio de 2014; igualmente existe una regulación desequilibrada sobre los agentes preponderantes que acaba favoreciendo una vez más a la todopoderosa Televisa. También hay una contracción de las facultades y atribuciones autónomas y técnicas del IFT al ejecutivo, que generó mucha discusión entre 2013 y 2014, pero que se pierde con respecto a la propuesta original de lo que parecía iba a ser un órgano efectivamente desconcentrado.

Uno de los aspectos más discutibles de esta ley reglamentaria de julio de 2014¹ es que regresa a ese peso de la secretaría de gobernación en cuanto a la supervisión de contenidos, y lo más preocupante es que se va permitir el bloqueo de señales de acuerdo al criterio de la autoridad. De la misma manera, la amenaza contra cierta censura en Internet se diluyó, pero permanece la posibilidad de que la autoridad geolocalice los equipos. La cuestión de los medios públicos igualmente es discutible, ya que se les otorgó un respaldo frágil: básicamente no se les permite comercializar espacios. También hay que decir que no se avanza sobre el difícil tema de los medios indígenas que quedan otra vez a expensas del dinero público. En suma, los medios independientes no tendrán derecho a publicidad, y por tanto a incrementar sus recursos para mejorar sus producciones.

Dentro de la reciente reforma secundaria de telecomunicaciones lo que principalmente ha ponderado el gobierno, más que los aspectos de televisión, son los de la telefonía, que son sin duda ganancias, pero no necesariamente redundan de manera directa sobre el principio de la estrategia de hacer de las telecomunicaciones un vector de desarrollo en la calidad de la vida democrática del país. Empero, el ciudadano va a ganar en el hecho de que el costo de las llamadas telefónicas dentro del país reduce de precio. El gobierno argumentó que con esta reforma sí se incentiva la competencia ya que, en principio, en noviembre de este año se van a licitar dos cadenas de televisión, donde se espera que participen nuevos competidores, aun

¹ El texto de la ley se puede ver en <http://www.sct.gob.mx/fileadmin/Comunicaciones/LFTR.pdf> [23.12.2014].

cuando seguramente serán representantes de esas élites que ya concentran la riqueza del país en otras áreas y órdenes.

De los retos que advienen, sin duda, el primero es que el órgano IFETEL, ahora parcialmente descentrado, actúe con independencia y tenga margen de maniobra. No hay que olvidar que el sector de las telecomunicaciones es vital y es uno donde más intereses se ponen en juego. Sin duda, el reto principal es que estas nuevas tecnologías sean un factor para ayudar a resolver los grandes problemas del país y no tanto para fortalecer el enriquecimiento de las élites financieras, políticas y económicas.

Nota breve

En este dossier el lector va a encontrar los siguientes trabajos. En el primero de ellos **Javier Esteinou**, gran especialista del tema, nos hace un recuento de los primeros meses del gobierno del actual Presidente y su contextualización. Nos recuerda cómo la primera fase de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones* se logró gracias a los acuerdos consensuados por el *Pacto Por México*, y cuando éste se quebró por la crisis interna de los principales partidos políticos del país (PAN, PRD, PRI), el Presidente actual demostró que ya no los necesitó más como aliados políticos para gobernar al país, pues ya había logrado las siete reformas estructurales que le demandó realizar la OCDE para atraer los nuevos flujos de capitales internacionales (reforma laboral, amparo, reforma educativa, telecomunicaciones, reforma fiscal y energética), y con ello, reactivar el modelo de crecimiento nacional estancado durante los últimos sexenios. Para Esteinou estamos asistiendo a una versión actualizada de lo que el Nobel de Literatura Vargas Llosa bautizó "Dictadura Perfecta", llamando así al sistema mexicano, y que ahora está compuesta por la fuerza de la gobernabilidad del partido o partidos dominantes, más la suma del poderío mental y emocional que produce la 'telecracia' conformada por la hegemonía de Televisa y su nuevo socio 'compadre empresarial', Televisión Azteca, para cogobernar a la sociedad mexicana en el tercer milenio.

En el siguiente trabajo, **Adriana Hernández** hace un balance de la reforma secundaria y sin dejar de reconocer sus ventajas, nos presenta algunos elementos críticos, siempre vinculados al contexto de las industrias y los sistemas de información. No es posible tener una mirada crítica si no se conoce al mismo tiempo las dinámicas y los procesos de los corporativos, y los mecanismos de interpretación que siguen. En su texto, la autora hace un recuento de las opiniones, también de muy diversos especialistas, donde se establece la relación entre algunos de estos aspectos centrales de la reforma, y cuestiones más amplias dentro de la comunicación política, que no pueden soslayarse.

Por su parte, **Rodrigo Gómez**, especialista en economía política de la información e investigador de la UAM-Cuajimalpa, hace un recuento de la industria audiovisual mexicana, desde la década de los noventa hasta nuestros días y realiza un resumen de sus cambios significativos. Gómez señala que las causas de esos cambios se deben a cuatro circunstancias estrechamente relacionadas entre sí: en primer lugar, por el impulso de políticas públicas orientadas hacia la privatización, la liberalización, la neo-regulación y la apertura hacia los capitales extranjeros; en segundo lugar, por las nuevas posibilidades de negocio que ofrecen las nuevas tecnologías (convergencia y digitalización); en tercer lugar, por el proceso de transición a la democracia que atraviesa México y en cuarto lugar, por la alineación de México a la lógica del capitalismo global, a través del *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*.

En el siguiente trabajo, **Graciela Martínez** de la UACM, presenta una perspectiva particular en cuanto a la manera de cómo la reforma en telecomunicaciones va afectar a las radios comunitarias. Martínez, especialista en el análisis de la radio mexicana, subraya la importancia del uso social de este medio y la manera de cómo la reforma impactará en un medio de comunicación que, sin tener la vistosidad de la TV o Internet, constituye un espacio fundamental de la vida social en las comunidades indígenas o comunidades aisladas donde la autora ha realizado trabajos de investigación. Martínez así mismo nos ofrece una lectura especializada de artículos y aspectos relacionados con ese sentido social que en el año 2013 festejó mucho la reforma constitucional; y a su manera, realiza un listado de asuntos a observar, y pendientes de estudiar.

Karina Sánchez de la Universidad Autónoma del Estado de México describe y analiza en su trabajo el proceso legislativo de la *Reforma en Telecomunicaciones* que ha tenido lugar en México entre 2013 y 2014. Sánchez centra su análisis en los medios de comunicación como grupo de presión capaz de conferir legitimidad a los actores que deben ser considerados en una negociación, atendiendo también al equilibrio de poder en las negociaciones.

Olga Rodríguez de la UACM presenta un enfoque complementario a los temas de comunicación política, en algo de lo que es especialista y ha venido trabajando desde hace mucho tiempo, la cuestión de las estrategias de las campañas políticas, del que señala su propósito de motivar o desactivar el voto ciudadano en periodo de elecciones. En su trabajo, la autora persigue el propósito de mostrar cómo se configuran pseudoambientes y pseudorealidades para atraer adeptos durante las tres últimas campañas presidenciales (2000, 2006 y 2012) por medio de las encuestas.

Finalmente, **Felipe Bárcenas** de la UNAM nos advierte en su texto de cómo la estructura corporativa del sector de las telecomunicaciones en México tiene posibilidades de modificar las condiciones y los propósitos de los negocios e inversiones de las empresas de medios de comunicación en general. El autor señala que el objetivo de su trabajo es identificar cómo en este entorno convergente, donde los productos culturales son comercializados a través de las nuevas redes, también se establecen ciertas estrategias económicas que alteran y condicionan los modelos de negocio de algunas productoras cinematográficas en México. Bárcenas concluye diciendo que a fin de cuentas, este fenómeno puede implicar la consolidación de procesos de hegemonía sobre la producción cultural y el establecimiento de posiciones de poder de ciertas productoras, ligadas a estos corporativos, lo cual en determinado momento puede influir en las condiciones de distribución de la cinematografía mexicana.

Con este conjunto de trabajos tenemos un acercamiento mexicano al tema de las comunicaciones. El lector tiene siete miradas particulares que nos ofrecen, en suma, una introducción, que creemos necesaria, para entender este tema vital y estratégico de la vida política, social, económica y cultural mexicana.

Bibliografía

ÁLVAREZ GONZÁLEZ, Clara Luz (2006): 'Análisis de las reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones'. En: *Biblioteca Jurídica Virtual UNAM-IIJ*, pp. 88-101. <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2444/8.pdf> [14.12.2014].

BOHMANN, Karin (1989): *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Conaculta / Alianza Mexicana.

COSÍO VILLEGAS, Daniel (1969): *El sistema político mexicano*. México: Joaquín Mortiz.

CREMOUX, Raúl (1989): *La legislación mexicana en radio y Televisión*. México: UAM.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (1982): *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.

KARAM, Tanius (2000): 'Comunicación, Organizaciones no gubernamentales, Sociedad Civil y Democracia'. En: *Razón y Palabra*, 18. México: ITESM-CEM.

MEJÍA BARQUERA, Fernando (1991): *La industria de la Radio y la Televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*. Vol. I. México: Fundación Manuel Buendía.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence (coord.) (1996): *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*. México: La Jornada Ediciones / UNAM.

CREMOUX, Raúl (1989): *La legislación mexicana en radio y Televisión*. México: UAM.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (1982): *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.

KARAM, Tanius (2000): 'Comunicación, Organizaciones no gubernamentales, Sociedad Civil y Democracia'. En: *Razón y Palabra*, 18. México: ITESM-CEM.

MEJÍA BARQUERA, Fernando (1991): *La industria de la Radio y la Televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*. Vol. I. México: Fundación Manuel Buendía.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence (coord.) (1996): *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*. México: La Jornada Ediciones / UNAM.

Las leyes secundarias en telecomunicaciones y el retorno de la dictadura perfecta en México

Javier Esteinou Madrid

(Universidad Autónoma Metropolitana –Unidad Xochimilco)

I. La aprobación de la reforma constitucional en telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica

Después de un largo proceso de acuerdos políticos-legislativos alcanzados entre el Poder Ejecutivo y los principales partidos políticos del país dentro del marco del "Pacto Por México", el 10 de junio del 2013 el Presidente Peña Nieto firmó el decreto oficial para promulgar la *Reforma Constitucional en Telecomunicaciones, Radiodifusión y Competencia Económica*, y ésta se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio del mismo año, convirtiéndose en un mandato vertebral de la Constitución Política Mexicana. Con esta última acción concluyó la primera fase de elaboración de la *Reforma de las Telecomunicaciones* y quedó preparado todo el terreno legislativo para iniciarse la segunda etapa destinada a la preparación de las leyes secundarias de la misma que aterrizaron los planteamientos constitucionales generales a modalidades operativas para poderse ejercer.

Dentro de los principales aspectos específicos que se aprobaron para cambiar la Constitución Política Mexicana en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, figuraron entre otros, los siguientes:

Nuevas concepciones:

- Abordó normativamente a la radiodifusión y a las telecomunicaciones como servicio público.¹

Competencia:

- Propició la competencia en televisión, telefonía, telefonía y servicios de datos.
- Determinó la existencia de agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones, y fijar las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia. Reguló a los operadores dominantes.
- Fijó límites a la concentración en radio, televisión y telecomunicaciones.

¹ Véase Camara de Diputados 2013: 24

- Aprobó la inversión extranjera hasta el 100% en telecomunicaciones y comunicaciones vía satélite y hasta 49% en radiodifusión.
- Formó tribunales especializados en radiodifusión, telecomunicaciones y competencia económica.²

IFETEL:

- Creó la Comisión Federal de Competencia (CFC) y del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL) como órganos constitucionales autónomos, con personalidad jurídica, presupuesto propio y autonomía de gestión.
- Fortaleció sustancialmente a nivel constitucional las facultades del Instituto Federal de Telecomunicaciones y de la de la Comisión Federal de Competencia.
- Elegió a los Comisionados del Instituto Federal de Telecomunicaciones con mecanismos más abiertos, plurales, profesionales y democráticos.
- Constituyó un Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones, integrado por miembros honorarios y encargado de fungir como órgano asesor en la observancia de los respectivos principios constitucionales.
- Dotó de atribuciones al Instituto Federal de Telecomunicaciones para vigilar que la publicidad en radio y televisión sea equilibrada y no rebasen los tiempos máximos de transmisión de mensajes comerciales.
- El Instituto contará con las facultades suficientes para supervisar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores y principios a que se refiere el artículo 3° de la Constitución, así como las normas en materia de salud estableciendo lineamientos específicos que regulen la publicidad pautaada en la programación destinada al público menor de edad.
- Las resoluciones jurídicas sobre esta materia únicamente podrán ser impugnadas mediante el juicio de amparo indirecto y no serán objeto de suspensión.³

Concesiones:

- Homologó las concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones en una sola figura que distinga las de uso comercial, público, social, y privado.

² Véase *ibíd.*

³ Véase *ibíd.*

- Autorizó las concesiones de la banda ancha, de los servicios públicos de radiodifusión y de las telecomunicaciones en condiciones de competencia, pluralidad, calidad, y convergencia, optimizando el espectro radioeléctrico.
- Otorgó las concesiones mediante licitación pública a fin de asegurar la máxima concurrencia y no por criterios políticos o de presión empresarial.
- Las concesiones para uso público y social se concederán bajo el mecanismo de asignación directa, evitando que el factor determinante para definir al ganador sea meramente el criterio económico.
- Creó un Registro Público de Concesiones.⁴

Otros emisores:

- Licitará dos nuevas cadenas de televisión abierta.
- El *Must Carry* y *Must Offer* serán gratuitos, salvo en los casos en que los concesionarios de telecomunicaciones o de la televisión radiodifundida que hayan sido declarados con poder sustancial en cualquiera de los mercados de telecomunicaciones o radiodifusión o como agentes económicos preponderantes, pues no tendrán derecho a la regla de gratuidad de los contenidos de radiodifusión o de la retransmisión gratuita.⁵

Medios de estado:

- Reconoció a los medios de Estado independencia editorial, autonomía de gestión financiera, garantías de participación ciudadana, reglas claras para la transparencia, rendición de cuentas, defensa de sus contenidos, opciones de financiamiento, pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales.
- Crear una cadena de medios públicos.⁶

Internet:

- Formar una política de inclusión digital universal que abarque objetivos y metas en conectividad para las tecnologías de comunicación e información.
- Instalar una red compartida de servicios de telecomunicaciones al mayoreo, que impulse el acceso efectivo de la población a la comunicación de banda ancha y a los servicios de telecomunicaciones.
- Aprovechar el uso eficiente de la banda de 700 Mhz.

⁴ Véase *ibid.*

⁵ Véase *ibid.*

⁶ Véase *ibid.*

- Instalar Internet de Banda Ancha en edificios públicos.
- Desarrollar una robusta red troncal de telecomunicaciones.⁷

Derechos ciudadanos:

- Reconoció el derecho al libre acceso a la información y del derecho a la libertad de difusión como garantías constitucionales.
- Certificó el derecho de libre acceso a la información y derecho a la libertad de difusión.
- Resguardó el derecho constitucional de acceso a las tecnologías de la información, los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha.
- Avaló el acceso universal de las personas a la sociedad de la información y el conocimiento.
- Garantizó el acceso equitativo a telecomunicaciones de clase mundial.
- Reglamentar el Derecho de Réplica.⁸

Contenidos:

- Prohibió la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa, etc.⁹

Ordenamiento convergente de marcos jurídicos:

- Dotó al Congreso de la Unión con facultades expresas para dictar leyes en materia de tecnologías de la información, radiodifusión y telecomunicaciones.
- Creó un solo ordenamiento jurídico que regulara de manera convergente el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes de telecomunicaciones, la prestación de servicios de radiodifusión y telecomunicaciones.¹⁰

En síntesis, en términos generales el corazón de la propuesta contó con importantes conquistas estratégicas con las cuales el Congreso logró destrabar una realidad comunicativa fundamental para lograr un crecimiento más equilibrado del país, al encontrarle la "cuadratura al círculo" que durante muchas décadas la clase política no quiso resolverla negando las principales demandas de cambio comunicativo exigidas de múltiples maneras por los ciudadanos.

Así, se concluyó la primera etapa de este proceso legislativo y se inició la segunda etapa del mismo para que en los siguientes 180 días se elaboraran las diversas *leyes secundarias* en

⁷ Véase *ibid.*

⁸ Véase *ibid.*

⁹ Véase *ibid.*

¹⁰ Véase *ibid.*

la materia que permitieran la aplicación concreta de los preceptos constitucionales ya ratificados.¹¹

II. La elaboración de las *leyes secundarias* en materia de telecomunicaciones y radiodifusión

La segunda fase de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones, la Radiodifusión y la Competencia Económica* formalmente debió abarcar un plazo de 180 días, es decir, del 11 de junio al 9 de diciembre del 2013, para crear tales normatividades. Sin embargo, no obstante el compromiso oficial del Poder Legislativo para tener elaboradas las leyes secundarias de la *Reforma* en diciembre del 2013, y pese a que ya existían concluidas en el Poder Legislativo la propuesta del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) para avanzar en dicho proceso, este no fue respetado por el Congreso de la Unión. Ello debido a que las televisoras y las empresas consideradas como dominantes impusieron presiones para retrasar o impedir las acciones de desincorporación de tal sector, lo que ocasionó que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) planteara que no participaría en tal actividad normativa hasta esperar el envío de la iniciativa del Poder Ejecutivo sobre dicha temática.

En el fondo lo que se demostró con tal dilación intencionada fue que "al gobierno federal no le interesó avanzar, ni contar con organismos autónomos, como se vio con la integración del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL) y de la Comisión de Competencia (CC), que no garantizaron imparcialidad" (Méndez 2013: 11). Así, la extensión irregular de dicho lapso formal se planeó cuidadosamente por el gobierno en turno para contar con el tiempo suficiente que permitiera elaborar una propuesta jurídica de leyes secundarias 'a modo' que posibilitara que los 'poderes fácticos mediáticos' y el PRI pudieran continuar conservando y ampliando sus privilegios económicos, políticos e ideológicos de poder unilateral en la nación.

III. La iniciativa presidencial de *leyes secundarias* para regular la reforma en telecomunicaciones

Después de los significativos avances logrados en la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones*, con una primera demora de casi 100 días el Presidente Enrique Peña Nieto envió al Senado de la República el 24 de marzo de 2014 la iniciativa de *leyes secundarias*¹² compuesta por 312 artículos, 46 capítulos, 16 títulos y 22 artículos transitorios

¹¹ Véase Posada/Vargas 2013: 5.

¹² Véase Peña Nieto 2013

para regular dicha *Reforma Constitucional*.¹³ Tal proyecto presidencial fue altamente polémico por las contradicciones internas que enfrentó contra la Reforma Constitucional, y desató un enfrentamiento radical entre diversos sectores de la cúpula del poder, provocando incluso una fuerte división de opiniones muy polarizada al interior de la bancada del Partido Acción Nacional y de otros partidos opositores.

Esta demora política no fue accidental, sino fue nuevamente otra segunda argucia planeada estratégicamente por el Estado, para permitir que en este lapso de tiempo, los 'poderes fácticos mediáticos', particularmente de la 'Telecracia', en alianza con algunos equipos de funcionarios de la Secretaría de la Presidencia, de la Secretaría de Gobernación y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes realizaran un proyecto de iniciativa unilateral de leyes secundarias 'a modo' para favorecer la continuidad del viejo modelo de información del duopolio televisivo y del oligopolio radiofónico en México.

Así, contrariamente a los ejes fundamentales plasmados en la Constitución Política Mexicana en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, la iniciativa normativa del Poder Ejecutivo se distinguió por quedar atravesado de principio a fin, por

un 'tufo' autoritario que ni siquiera el fallecido mandatario de Venezuela, Hugo Chávez, se atrevió a plasmar en la ley venezolana de radiodifusión [...] En la práctica quizá Chávez fue más autoritario, o ahora Nicolás Maduro, pero sí se observa con detalle la ley venezolana de radio y televisión, se encuentra que lo que allá es el Servicio de Radiodifusión Abierta, no posee disposiciones similares que le otorguen tantas facultades al Ministerio del Interior. Es el tufo autoritario del PRI porque no pueden renunciar a esa vocación de control que ha sido una palanca en la lógica y la cultura priista para mantener su hegemonía y su presencia en el Poder (Puslo 2014: s.p.).

Dicha propuesta presidencial de regulación secundaria fue altamente preocupante, pues violentó radicalmente los acuerdos alcanzados en el "Pacto Por México" firmados por los principales partidos políticos del país y los progresos trascendentales ya reconocidos por el espíritu y la letra de Constitución Política Mexicana en dicha materia en junio del 2013. De esta forma, la iniciativa introdujo autoritariamente una contrarreforma normativa que anuló la esencia de la *Reforma Constitucional en Telecomunicaciones y Radiodifusión* alejándose drásticamente de la "finalidad que le dio origen, para satisfacer los derechos fundamentales de libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación" (Calleja Gutiérrez 2014: 1).

¹³ Véase Posada 2014.

IV. La aprobación de las *leyes secundarias* en el Congreso de la Unión

Después de esperar un largo retraso, con una segunda estrategia de dilación política de 207 días, en un contexto donde mayoritariamente la opinión pública nacional estuvo centrada en la celebración del Mundial de Fútbol de Brasil 2014 y no en la reflexión de los grandes problemas nacionales que se abordaban en el Poder Legislativo; el proyecto de dictamen sobre la legislación secundaria en materia de telecomunicaciones que 'modificó' la propuesta que envió el Ejecutivo Federal al Congreso, fue aprobado el 3 de julio de 2014 en Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes y Estudios Legislativos del Senado de la República. Tal normatividad fue apoyada en lo general por 25 votos a favor y 5 en contra, sin discutirla en lo particular.¹⁴

Dicha aceptación se realizó en una sesión de más de 6 horas en un clima de diversas irregularidades de origen, donde las principales fueron, por una parte, que dicha iniciativa no fue elaborada por las comisiones dictaminadoras del Senado de la República, sino fue construida en la residencia presidencial de 'Los Pinos', y posteriormente se envió al Senado a través de un correo electrónico, con lo cual se substituyó *de facto* la función legislativa que le correspondía ejercer al Congreso de la Unión. Por otra parte, no se aceptó la discusión de tal dictamen en lo particular en el seno de dicho espacio legislativo, sino sólo se aprobó la incorporación de cerca de 300 reservas, con sugerencias de 100 cambios que consideraron necesarios incluir los diversos partidos a los más de 600 artículos de la iniciativa.¹⁵ En este sentido, "fue denigrante para el Congreso e indigno para quienes pretendían cumplir con el trabajo legislativo, no encontrar eco más que en el uso abusivo de una mayoría, que no sólo no quiso discutir, sino que ni siquiera estuvo dispuesta a escuchar" (Becerril 2014: 2).

Todo esto se logró gracias a que

el gobierno aprovechó la profunda división que existió al interior de las bancadas del PAN y el PRD y entre los militantes y sus respectivas dirigencias nacionales entre sí, abriendo flancos de negociación del PRI y las televisoras con algunos senadores, y no con los partidos. El PRI y el gobierno buscaron donde conseguir las negociaciones más baratas, y las obtuvieron. Cuando el PAN y el PRD quisieron retomar la negociación, reinstalando una mesa central, ya el gobierno había ganado la partida, porque no sólo tenía ya la mayoría con la oferta de votos de varios senadores del PAN que le hizo el Senador Javier Lozano –defensor a ultranza de Televisa–, sino habían conseguido algo mucho más importante, enviar el mensaje de que ya tenían al PRD –vía Miguel Barbosa– dándole el añorado toque de pluralidad al proyecto. De hecho, ese flanco de negociación perredista, sirvió de pretexto para afianzar la postura del grupo de Lozano y apresurar las cosas. La mesa central, participando directamente los Presidentes nacionales de PAN y PRD, ya no pudieron mayor cosa, ni siquiera rescatarle al IFETEL sus facultades exclusivas y directas. Con las manos vacías, y arreciada la presión de las televisoras sobre

¹⁴ Véase Becerril/Ballinas 2014a: 1.

¹⁵ Véase Becerril/Ballinas 2014b: 4.

ellos, Gustavo Madero se echó para atrás, mientras que Jesús Zambrano sacó la casta. Madero emitió un engañoso comunicado sobre el tema de la preponderancia, en donde resultó que para él, estamos ante "un grave dilema", "un intrincado tema técnico", cuando la Constitución claramente señala regulación por servicios. A partir de la existencia de un "dilema", en la que él se inclina por servicios, no hizo ninguna recomendación a los legisladores, aceptando que ambas partes tienen razón. Una pueril autorización para que algunos senadores panistas le dieran mayoría al gobierno en su contrarreforma (Corral Jurado 2014b: s.p.).

Posteriormente a este controvertible proceso la iniciativa se envió al pleno del Senado y fue aprobada en lo general el 5 de julio de 2014 con 80 votos a favor y 37 en contra y en lo particular por 72 votos a favor y 25 en contra, en una sesión maratónica de más de 17 horas seguidas, sin realizar ningún cambio a la propuesta en lo general, o ajustes a los temas polémicos.¹⁶

En dicho proceso el PAN liberó la manera de votar para decidir 'en conciencia' cada legislador y permitir que cada uno se ubicara según sus intereses personales. A diferencia el PRD siguiendo indicaciones de su Consejo Nacional votó de manera unificada en contra del dictamen.

Después, en un contexto donde la atención mayoritaria de la población nacional se encontraba nuevamente puesta en el juego Brasil-Alemania del Mundial del Fútbol 2014, el 7 de julio de 2014 el dictamen de *leyes secundarias* en telecomunicaciones se envió a la Cámara de Diputados para continuar con el proceso parlamentario y las Comisiones Unidas lo aprobaron con 34 votos a favor y 12 en contra, en una sesión de más de seis horas, sin ninguna modificación, ni una coma, evitando discutir su contenido y sólo formulándose 193 reservas a artículos específicos formulados fundamentalmente por la oposición.¹⁷ Al día siguiente, el 8 de julio en una discusión maratónica de más de 20 horas continuas el Pleno de la Cámara de Diputados avaló en lo particular y en lo general la *ley secundaria* en materia de telecomunicaciones con 340 votos a favor y 129 en contra, rechazando mediante una impresionante aplanadora legislativa, una por una, las 549 reservas que presentaron los diputados del PRD, PAN, PT, MC y PANAL.¹⁸

En ambas sesiones la oposición pidió a los diversos miembros de la *Telebancada* que se abstuvieran de participar en la discusión y votación de dichas normatividades por encontrarse en un conflicto de intereses al ser tales personas al mismo tiempo, por una parte, representantes de las televisoras, y por otra, legisladores en el Congreso. Sin embargo,

¹⁶ Véanse Guerrero/Salazar 2014; Guerrero (2013); Becerril 2014: 2.

¹⁷ Véanse López 2014: 1; Nieto/Morales 2014; Méndez 2014: 2.

¹⁸ Véanse Jiménez/Nieto 2014; Garduño/Méndez 2014: 2.

ninguno de los miembros de la *Telebancada* aceptó el exhorto y participaron en el proceso legislativo

Finalmente, el Ejecutivo Federal la publicó en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014 y la ley entró en vigor para regular el modelo de comunicación y de telecomunicaciones en el país para las próximas décadas.¹⁹

V. Consecuencias generadas para la sociedad mexicana

Posteriormente al balance positivo y negativo realizado por diversos sectores ante la opinión pública sobre los diversos aspectos en los cuales avanzó y en los cuales retrocedió la sociedad mexicana, se puede afirmar que después de que esta esperó 94 años en el terreno de la radio, 54 años en materia de televisión y 19 años en el ámbito de las telecomunicaciones para contar con un nuevo marco regulatorio de la radiodifusión y las telecomunicaciones que atendiera los principales rezagos en materia de comunicación en México, el Estado mexicano fue muy débil para cumplir con las deudas, demandas y obligaciones históricas que mantenía históricamente con las comunidades nacionales y fue muy enérgico para responder eficientemente ante los requerimientos de los intereses monopólicos de las televisoras. En este sentido, se constató que quien gobierna mayoritariamente en México en el ámbito mediático de la radiodifusión a principios del siglo XXI no es la rectoría del Estado nación republicano que tardó 200 años en construirse en el país, ni la sociedad civil, ni los órganos culturales del Estado, ni los movimientos independientes, etc; sino es la dinámica de los 'poderes fácticos mediáticos' y sus aliados políticos, con orientaciones cada vez más salvajes, especialmente de la *Telecracia*. Poder 'mediático-político' que en esencia pretende conservar una nueva versión actualizada del viejo 'modelo de comunicación para los jodidos' con el fin de mantener sus tradicionales privilegios económicos, políticos e ideológicos en la nación.

Derivado de esta realidad el proceso de contrarreforma comunicativa concretizado a través de las leyes secundarias de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones, la Radiodifusión y la Competencia Económica* introdujo la segunda fase de la "*Ley Televisa*" en México, pues provocó, entre otras, las siguientes 15 consecuencias para la sociedad mexicana:

1.- La normatividad aprobada en el terreno de la radiodifusión correspondió a una "contrarreforma en su sentido más literal y jurídico: traicionó en sus objetivos más importantes el espíritu y la letra de la reforma constitucional del 2013 que se presentó ante el mundo como el fin de los monopolios mediáticos, y asombrosamente terminó

¹⁹ Véase Diario Oficial de la Federación 2014.

fortaleciéndolos; fue regresiva porque redujo varios de los principios constitucionales y otros francamente los ignoró. Lo que se aprobó fue un golpe a la Constitución, pues se le vaciaron sus mandatos en la legislación secundaria" (Corral Jurado 2014b: 1).

2.- Se derrotó el servicio público y los derechos sociales fundamentales, privilegiándose los intereses particulares comerciales y del *business* por encima del interés colectivo. Fue más una legislación para proteger cuidadosamente la continuidad de los negocios de los monopolios dominantes de la radiotelevisión y no una normatividad para fortalecer los proyectos ciudadanos de comunicación y participación demandados durante medio siglo en México.

3.- No modificó la esencia unilateral, autoritaria, anti competitiva y oligopólica del 'viejo modelo' electrónico de comunicación nacional que operó durante más de 5 décadas con consecuencias deplorables para el crecimiento de nuestra sociedad y adaptó su aplicación jurídica para prolongarlo muchos años más en México.

4.- Los intereses económicos de los consorcios monopólicos mediáticos y de telecomunicaciones y la ambición de poder político unilateral del Partido Revolucionario Institucional para subordinar a la población, imperaron por encima de las garantías y necesidades de los grandes grupos ciudadanos que esperaron pacífica e institucionalmente durante más de medio siglo para alcanzar este cambio estructural en el sistema de comunicación nacional.

5.- Evitó la competencia efectiva en los servicios de radiodifusión, pues dejó intocado el duopolio de la televisión abierta, y le permitió que Televisa continúe concentrando más cuotas de mercado en la televisión de paga.²⁰ Esta situación fue contundentemente comprobada el 14 de agosto del 2014, cuando un día después de entrar en operación las nuevas reglas de las leyes secundarias de telecomunicaciones y radiodifusión, Televisa pagó \$8,550 millones de pesos para terminar de comprar el 100% de la empresa Grupo Cable TV (Cablecom), sin tener que pedir autorización al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL) o a la Comisión de Competencia. Mediante ello, Televisa acaparó el 62% de la televisión de paga en el país y podrá extender sustantivamente sus servicios de Triple Play (transmisión de imagen, voz y datos) en casi toda la República Mexicana. A través de esta acción las leyes secundarias permitieron que se violentara el Artículo 28 constitucional sobre la restricción de los monopolios, porque evitaron la revisión previa de concentraciones que pudieran afectar la competencia. Así, las normatividades secundarias posibilitaron que sólo se fomentara la

²⁰ Véase Asamblea Nacional Constitutiva 2014: 3.

competencia en sectores (telecomunicaciones), pero se evito que se diera competencia por servicios (radiodifusión) permitiéndose que continuara la existencia ampliada de los super monopolios de la difusión masiva en México, especialmente televisivos.²¹

6.- No desarrolló mecanismos efectivos y precisos para limitar la concentración de frecuencias, ni el concesionamiento, ni para limitar la propiedad cruzada de medios, ni medidas de desinversión en el terreno de la radiodifusión.²²

7.- Atentó contra los derechos fundamentales de libertad de expresión, libertad de información, acceso a las tecnologías de la información y comunicación, privacidad de las comunicaciones y libertad de asociación.²³

8.- Invadió facultades del Instituto Federal de Telecomunicaciones que la Constitución le otorgó de manera exclusiva, como órgano autónomo encargado de otorgar las concesiones y responsable de la vigilancia de la transmisión de contenidos. Se reinstaló el propósito de control gubernamental en el manejo de la información en medios de comunicación electrónica.²⁴

9.- Ignoró por completo los lineamientos establecidos en la *Reforma Constitucional* para impulsar un sistema de medios públicos democráticos, con independencia editorial y opciones de financiamiento. Conservó una sobresaliente desigualdad entre los medios comerciales y los públicos, los cuales quedaron discriminados y dirigidos por el control gubernamental. Desconoció la realidad que en los medios públicos y de uso social se encuentra el verdadero equilibrio y contrapeso al modelo mercantilista de la radiodifusión que reinó muchas décadas en México.²⁵

10.- Con el fin de evitar la competencia con los medios privados se limitó severamente el financiamiento de los medios públicos y sociales el evitar que pudieran vender mensajes comerciales y publicidad. Así, para los medios públicos sólo se permitió recibir apoyos por conceptos de donativos en dinero o especie, venta de contenidos propios, patrocinios y convenios de financiamiento o coinversión. Para los medios de uso social solo se autorizó aceptar donativos en dinero o especie, aportaciones y cuotas de cooperación comunitaria, venta de productos y contenidos propios; recursos provenientes de entidades públicas, arrendamiento de estudios y servicios de edición, audio y grabación, convenios de coinversión

²¹ Véanse Zuñiga/González 2014: 27; Sigler 2014; Martínez 2014.

²² Asamblea Nacional Constitutiva 2014: 3.

²³ Véase *ibíd.*

²⁴ Véase *ibíd.*

²⁵ Véase *ibíd.*

con otros medios sociales, y venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad.²⁶

La verdadera competencia desleal no es la presencia cultural de los medios públicos o sociales que equilibran el modelo comercial desproporcionado, sino el tonel de recursos públicos con que el gobierno federal financia a los medios electrónicos comerciales privados, con 4 mil millones 600 millones de pesos al años, además de otros 14 mil millones que estados y municipios entregan anualmente a radiodifusoras comerciales para apoyar la mayor parte de su operación (Becerril 2014: 2).

11.- La contrarreforma debilitó severamente el desarrollo de la democracia en México, pues arrinconó a las libertades de expresión, de información y de comunicación en el país, al evitar la apertura y el funcionamiento eficiente de espacios ciudadanos de comunicación.²⁷

12.- Las televisoras ganaron nuevamente la batalla. Lo lograron a través de senadores que fueron sus empleados y de otros que quisieron la protección de su pantalla en relación con sus futuras aspiraciones políticas. El gobierno obtuvo lo planeado: hacer cambios cosméticos al proyecto y dejar intocados los temas esenciales del acuerdo con Televisa. Salió un proyecto reforzado en regalos para Televisa, sin importar que Enrique Peña Nieto hiciera el ridículo del sexenio como "salvador de México", el que ofreció combatirlos y a menos de dos años de gobierno los volvió a fortalecer. Frente a este panorama el regreso del PRI al poder confirma la regresión autoritaria tan temida, pero la mayor tragedia es la falta de una verdadera oposición frente a ello.²⁸

13.- El modelo de leyes secundarias ratificadas *a modo* en el Congreso de la unión "fue el pago que le hizo Enrique Peña Nieto a Televisa por el apoyo brindado durante las elecciones del 2012 para ser el Presidente de la República. Nos dieron a elegir dos *cárteles*, el de Televisa y el de Telmex; la mayoría se inclinó por el *Canal de las Estrellas* y claudicó ante sus intereses".²⁹

14.- En última instancia, lo que se aprobó con las leyes secundarias de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión*, fue la continuidad de un *modelo mediático* para mantener la realización de negocios entre políticos y empresarios. Con ello, la empresa que en varias ocasiones puso de rodillas al poder político de este país volvió a

²⁶ Véase Peña Nieto 2013: 28-29.

²⁷ Véase Pulso 2014.

²⁸ Véase Corral Jurado 2014b: 1.

²⁹ Véase Garduño/Méndez 2014: 2.

hacer de las suyas, pues logró que se le amplíe su poder monopólico por muchos años más. Fue por supuesto un momento de enorme regresión, frustración y desasosiego.³⁰

15.- Ganó lo privado, ganó Televisa. La gran reforma de Estado quedó como una ley facciosa y hecha con dedicatoria. Televisa continuará concentrando un enorme poder ideológico (60% de la audiencia en la televisión abierta y 62% de suscriptores en la televisión la restringida) que usará como cañón frente a la clase política para coptar, chantajear y conseguir leyes a su medida o expandirse a otros negocios como el de la telefonía, los casinos, los espectáculos o el deporte.³¹

En síntesis, el proyecto presidencial de leyes secundarias suscritas en el Congreso de la Unión erosionó radicalmente la 'razón de ser' del Estado Nación Mexicano al crear las condiciones jurídicas 'a modo' para renunciar a su misión de rectoría soberana de la República en el terreno comunicativo y regresó a convertirse estructuralmente en un simple 'empleado administrativo' a favor de la tutela de los intereses oligopólicos del 'poder mediático'. Ello alimentó sustancialmente el fortalecimiento del 'Estado fallido' en el ámbito de la comunicación en México, pues el Estado nación no fue capaz de atender las principales necesidades y demandas comunicativas que presentó la sociedad mexicana desde hace varias décadas, por la vía pacífica e institucionalizada.

VII. Las *normatividades secundarias* y el fortalecimiento del modelo de la *dictadura perfecta*

El cambio drástico de timón que se dio entre la aprobación de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y de la Radiodifusión* aprobada en junio del año 2013 y las antagónicas leyes secundarias de la *Reforma* enviadas al Congreso en marzo del año 2014, representó un progreso importante en el terreno de regulación de las telecomunicaciones y un trascendental retroceso histórico de la función rectora del Estado nación mexicano en el ámbito de la radiodifusión y la democracia. Fue la renovación del prototipo del 'Estado fallido' en la esfera audiovisual y radiofónica del país para conservar el viejo modelo de comunicación audiovisual ahora disfrazado de 'moderno', 'renovado', 'competitivo', 'actualizado' y 'plural'.

Esto debido a que si en el año 2013 el gobierno decidió auténticamente rescatar su esencia rectora perdida durante muchos años y reconvertirse en un verdadero Estado soberano para imponerse legítimamente como instancia rectora de la nación sobre las fuerzas meta constitucionales y regular los intereses y las presiones ejercidas por los enormes 'poderes

³⁰ Véase Corral Jurado 2014a.

³¹ Véase *Ibíd.*

fácticos mediáticos' que durante más de medio siglo no fueron acotados jurídicamente por los *Poderes Constitucionales de la República*; y posteriormente, de manera sorpresiva, en el 2014 renunció a su misión superior de conducir soberanamente al país, entregando al Congreso de la Unión un diseño 'a modo' de leyes secundarias para la fortalecer el sistema monopólico de la radiodifusión. Con ello, el Estado abortó su facultad de ejercer su rectoría autónomamente sobre otras fuerzas meta constitucionales y regresó a refugiarse en la fórmula del 'Estado fallido', convirtiéndose estructuralmente en un simple 'gerente administrativo' al servicio del duopolio televisivo para defender sus intereses oligopólicos, que protegió durante las últimas 5 décadas.

De esta forma, la primera fase de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones* se logró consolidar gracias a los acuerdos consensuados por el "Pacto Por México", que permitieron que se realizaran las 7 reformas estructurales que le demandó realizar la OCDE para atraer los nuevos flujos de capitales internacionales (reforma laboral, amparo, educativa, telecomunicaciones, fiscal y energética), y con ello, reactivar el modelo de crecimiento nacional estancado durante los últimos sexenios. Con ello, las agencias calificadoras mundiales subieron el grado de calificación económica para la inversión del capital externo en México, pues consideraron factible la gestación del 'segundo milagro mexicano', y el PRI se legitimó como partido dominante en el poder.

Sin embargo, en la segunda fase de consolidación de la *Reforma Constitucional* cuando se elaboraron las *leyes secundarias* en telecomunicaciones y radiodifusión, el PRI y sus partidos asociados demostraron que ya no necesitaban más el respaldo de los partidos de oposición como aliados para cogobernar conjuntamente, pues ya se habían logrado las reformas estructurales que se necesitaban para avanzar con éxito en el sexenio 2012-2018. Esto debido a que el PAN y el PRD entraron en fuertes crisis internas que los debilitaron políticamente sin poder presionar al gobierno para mantener los compromisos firmados en el Pacto Por México, y por lo tanto, al PRI ya no le interesó crear el futuro democrático incluyente para la sociedad mexicana que meses atrás demandó la oposición.

Dentro de este contexto lo único que le preocupó al PRI y a sus aliados fue construir las condiciones sistémicas para volver a reinstalar el prototipo de la "Presidencia Imperial" que operó durante 7 décadas del siglo XX en México, y con ello, intentar reconstruir en el siglo XXI la fórmula política, bautizada en 1990 por el premio nobel de literatura Mario Vargas Llosa, como la *dictadura perfecta*³², compuesta por la fuerza de la gobernabilidad del partido

³² Al respecto Vargas Llosa señaló que "Yo no creo que se pueda exonerar a México de esa tradición de dictaduras latinoamericanas. Creo que el caso de México, cuya democratización actual soy el primero en

o los partidos dominantes, más la suma del poderío psico-emocional de la *Telecracia* conformada por la hegemonía de Televisa, su nuevo 'compadre' empresarial, Televisión Azteca y la alianza de las principales estaciones de las cadenas radiales nacionales. En este sentido, así como durante más de la mitad del siglo XX el PRI gobernó como partido único con el apoyo de la mano de Televisa, como 'soldado del Presidente'; hora en el siglo XXI con el retorno al modelo de la *dictadura perfecta*, el gobierno priísta aportará todo el aparato político-jurídico-administrativo-represivo del Estado formal y Televisa, Televisión Azteca, las radiodifusoras privadas y algunas gubernamentales pondrán el aparato ideológico-emocional de sus pantallas, diales y medios de entretenimiento paralelos, con el fin de crear las ideas, las imágenes y los sentimientos colectivos funcionales que permitan crear un nuevo 'bloque histórico' de poder unificado para articular lo más eficientemente el proyecto económico, la estructura jurídico-política y el sistema ideológico-sentimental para gobernar a México en el Tercer Milenio.

Así, por ejemplo, la *Telecracia* y la *Radiocracia* producirán una atmósfera de opinión pública donde promoverán las diversas reformas estructurales para la modernización del país que promovió el PRI, especialmente la fiscal, la de telecomunicaciones y la energética; se reducirá la difusión de las cifras de los crímenes y de la inseguridad nacional, que son iguales o superiores a los del periodo de gobierno del expresidente Felipe Calderón en la 'guerra contra el narcotráfico'; propagarán destacadamente las bondades alcanzadas durante la gestión del Presidente Enrique Peña Nieto para conquistar el 'segundo milagro mexicano'; colaboraran a crear un clima masivo de 'percepción positiva' para que el partido gobernante gane las elecciones intermedias del 2015 y las presidenciales del 2018; fomentará la difusión de la imagen de los sectores políticos de oposición, etc. A cambio de esto el gobierno les concedió la aprobación de leyes reglamentarias 'a modo' de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones* que desconocen la naturaleza de servicio público de las telecomunicaciones; impiden la competencia en el ámbito de la radiodifusión; permiten que continúe la mega concentración disfrazada de los monopolios comunicativos; se debilitaron las facultades autónomas del IFETEL; se aplicó la publicidad en proporciones salvajes; se negaron los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos; se aminoraron las

aplaudir, como todos los que creemos en la democracia, encaja en esa tradición con un matiz que es más bien el de un agravante. México es la dictadura perfecta. La dictadura perfecta no es el comunismo. No es la URSS. No es Fidel Castro. La dictadura perfecta es México. Es la dictadura camuflada. Tiene las características de la dictadura: la permanencia, no de un hombre, pero sí de un partido. Y de un partido que es inamovible. Yo no creo que haya en América Latina ningún caso de sistema de dictadura que haya reclutado tan eficientemente al medio intelectual, sobornándole de una manera muy sutil, como ha sido el PRI. Es una dictadura *sui generis*, que muchos otros en América Latina han tratado de emular" (El País 1990: s.t.).

facultades independientes de los medios públicos; se aplicaron discrecionalmente los criterios constitucionales para que a sólo un agente dominante se limite su acción monopólica (Grupo Carso) y a los demás (Televisa, Televisión Azteca, empresas cableras y otras compañías privilegiadas) se les permita avanzar oligopólicamente con mayor fuerza en el ámbito de negocios de la telefonía e internet, etc. para continuar con la imposición del 'viejo modelo de comunicación' nacional, pero ahora maquillado de 'moderno', 'abierto', 'competitivo' y 'reformado'.

VIII. El regreso del *Estado policía*

La construcción del modelo de gobernanza de la *dictadura perfecta* podría quebrarse con la acción independiente, crítica o contestataria que podría ejercer la ciudadanía en el 'espacio público' de la cultura o la conciencia colectiva. No obstante ello, debido a los controles introducidos por la nueva regulación sobre los medios abiertos o tradicionales, el principal o único recurso comunicativo que le quedó a la sociedad para interactuar en el espacio público fue Internet para crear movimientos de defensa de los derechos fundamentales de los ciudadanos que no respeta éste paradigma de poder unilateral.

Sin embargo, ante tal horizonte se reforzaron los ángulos policiacos del Estado mexicano al introducir mecanismos a través de las comunicaciones para vigilar a la población e intervenir ante los signos contestarios de los ciudadanos. Frente a esta alternativa se dieron dos grandes momentos en la conformación del *Estado policía* para intentar controlar las zonas de participación ciudadana en el 'espacio público mediático' colectivo con la reforma de las telecomunicaciones y la radiodifusión: La primera etapa se dio con la propuesta presidencial de leyes secundarias y la segunda etapa se gestó con la aprobación final de la normatividades secundarias.

En la primera fase de presentación de la propuesta de leyes secundarias enviada al Congreso por el Presidente Enrique Peña Nieto fue muy directa para controlar la opinión pública a través de las leyes secundarias al introducir diversas normatividades para someter a la voluntad de las autoridades gubernamentales el funcionamiento de Internet. Así, por ejemplo, la fracción III del Artículo 145 de la Iniciativa Presidencial sobre la neutralidad de las redes, permitió que "los concesionarios y autorizados que presten el servicio de acceso a Internet [...] podrán bloquear el acceso a determinados contenidos, aplicaciones o servicios a

petición expresa del usuario, cuando medie orden de autoridad o sean contrarios a alguna normatividad" (Peña Nieto 2013: 141).³³

Reforzando esta acción la fracción VII del Artículo 197, autorizó que los concesionarios o autorizados deberán

bloquear, inhibir o anular de manera temporal las señales de telecomunicaciones en eventos y lugares críticos para la seguridad pública y nacional a solicitud de las autoridades competentes. El bloqueo de señales a que se refiere el presente artículo se hará sobre todas las bandas de frecuencia que indique el Instituto de conformidad con las solicitudes de las autoridades competentes (Peña Nieto 2013: 158).

Fortaleciendo lo anterior el Artículo 190 aprobó que

los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados y proveedores de servicios de aplicaciones y contenidos están obligados a permitir, que las autoridades facultadas por la ley ejerzan el control y ejecución de la intervención de las comunicaciones privadas y a brindarles el apoyo que éstas les soliciten, de conformidad con las leyes correspondientes (ibíd.: 156).

Pero además para terminar el círculo de subordinación ideológico político de la población al nuevo 'bloque histórico' dominante, el Artículo 189 del Título Octavo sobre la colaboración con la Justicia y las obligaciones en materia de seguridad y justicia, demandó que los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados están obligados a proporcionar la localización geográfica en tiempo real, de cualquier tipo de dispositivo de comunicación que se encuentre relacionado con investigaciones en materia de delincuencia organizada, delitos contra la salud, secuestro, extorsión y amenazas o para el ejercicio de las atribuciones propias de la generación de inteligencia, a solicitud del Procurador General de la República, de los Procuradores de las Entidades Federativas o de los agentes del Ministerio Público en quienes se delegue esta facultad, de conformidad con las leyes correspondientes.³⁴

De manera complementaria el Artículo 191 facultó a que

el Instituto en coordinación con las instancias de procuración de justicia e instancias de seguridad, respectivamente, definan los procedimientos, mecanismos, requerimientos técnicos, incluyendo puntos de conexión, así como medidas de seguridad que los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados deberán adoptar para la localización geográfica en tiempo real de cualquier tipo de dispositivo de comunicación, así como para el control y ejecución de la intervención de comunicaciones privadas a cargo de la autoridad, de conformidad con las disposiciones aplicables. Así, los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados, deberán adoptar las medidas que se establezcan conforme al párrafo anterior, y dar entre otras, todas las

³³ Para ampliar esta situación, consultar de Villamil 2014: 12-14; Calleja Gutiérrez 2014: 15-17; Sánchez Onofre 2014; Mejía Barquera 2014; y Coquet 2014.

³⁴ Véase Peña Nieto 2013: 155-156.

facilidades físicas, técnicas y humanas, que permitan iniciar de manera inmediata la localización geográfica en tiempo real y la ejecución y control de la intervención de las comunicaciones, conforme al requerimiento de la autoridad competente en términos de la legislación aplicable (ibíd.: 156).³⁵

Para finalizar la estructura de dicho modelo de control gubernamental el Artículo 192 formuló que

los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados, están obligados a conservar un registro y control de comunicaciones que se realicen desde cualquier dispositivo, bajo cualquier modalidad, que permitan identificar con precisión la siguiente información: a) Nombre, denominación o razón social y domicilio del suscriptor; b) Tipo de comunicación y servicio; c) Origen y destino de las comunicaciones; d) La fecha, hora y, en su caso, duración de las comunicaciones; f) Fecha, hora y ubicación geográfica de la primera activación del servicio; g) En su caso, identificación y características técnicas de los dispositivos, incluyendo, entre otros, los códigos internacionales de identidad de fabricación del equipo y del suscriptor; h) La ubicación geográfica del dispositivo, y finalmente, i) La demás que hubiere entregado el titular del servicio contratado, suscrito o registrado para efectos de su identificación (ibíd.).

"La obligación de conservar los datos a que se refiere el presente artículo cesa a los veinticuatro meses, contados a partir de la fecha en que se haya producido la comunicación, salvo aquellos casos en los que las autoridades competentes determinen un plazo mayor" (ibíd.).

"Cualquier omisión o desacato a estas disposiciones será sancionada por la autoridad, en los términos de lo previsto por el artículo 178 Bis del Código Penal Federal"(ibíd.).

Sin embargo, no obstante los intentos gubernamentales por controlar la participación ciudadana a través del Internet y otras modalidades interactivas, debido a las protestas realizadas por la sociedad ante la opinión pública, especialmente por los jóvenes, contra tales normatividades represivas sobre la libertad en internet; el gobierno y los partidos políticos tuvieron que modificar tales posicionamientos de control social y los atenuaron formulándolos con clausulados más moderados. Así, surgió una segunda etapa del *Estado policía* a través de las normatividades secundarias para dotar de facultades al Estado con el fin de vigilar las operaciones de la población que se realizan mediante el Internet.

De esta manera, el marco jurídico final de las leyes secundarias en materia de neutralidad de las redes, sólo quedó definido de la siguiente forma:

Artículo 145, Fracción II: "No discriminación. Los concesionarios y los autorizados a comercializar que presten el servicio de acceso a Internet se abstendrán de obstruir, interferir,

³⁵ Ibid, página 156.

inspeccionar, filtrar o discriminar contenidos, aplicaciones o servicio" (Diario Oficial de la Federación 2014: 42).

Empero, en relación a la colaboración con la justicia el Artículo 189 señaló que "los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados y proveedores de servicios de aplicaciones y contenidos están obligados a atender todo mandamiento por escrito, fundado y motivado de la autoridad competente en los términos que establezcan las leyes [...]"

El Artículo 190, indicó que los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados deberán:

I.- Colaborar con las instancias de seguridad, procuración y administración de justicia, en la localización geográfica, en tiempo real, de los equipos de comunicación móvil, en los términos que establezcan las leyes [...] (ibíd.: 49-50).

II.- Conservar un registro y control de comunicaciones que se realicen desde cualquier tipo de línea que utilice numeración propia o arrendada, bajo cualquier modalidad, que permitan identificar con precisión los siguientes datos: a) Nombre, denominación o razón social y domicilio del suscriptor; b) Tipo de comunicación (transmisión de voz, buzón vocal, conferencia, datos), servicios suplementarios (incluidos el reenvío o transferencia de llamada) o servicios de mensajería o multimedia empleados (incluidos los servicios de mensajes cortos, servicios multimedia y avanzados); c) Datos necesarios para rastrear e identificar el origen y destino de las comunicaciones de telefonía móvil: número de destino, modalidad de líneas con contrato o plan tarifario, como en la modalidad de líneas de prepago; d) Datos necesarios para determinar la fecha, hora y duración de la comunicación, así como el servicio de mensajería o multimedia; e) Además de los datos anteriores, se deberá conservar la fecha y hora de la primera activación del servicio y la etiqueta de localización (identificador de celda) desde la que se haya activado el servicio; f) En su caso, identificación y características técnicas de los dispositivos, incluyendo, entre otros, los códigos internacionales de identidad de fabricación del equipo y del suscriptor; g) La ubicación digital del posicionamiento geográfico de las líneas telefónicas, y h) La obligación de conservación de datos, comenzará a contarse a partir de la fecha en que se haya producido la comunicación (ibíd.).

Para tales efectos, el concesionario deberá conservar los datos referidos en el párrafo anterior durante los primeros doce meses en sistemas que permitan su consulta y entrega en tiempo real a las autoridades competentes, a través de medios electrónicos. Concluido el plazo referido, el concesionario deberá conservar dichos datos por doce meses adicionales en sistemas de almacenamiento electrónico, en cuyo caso, la entrega de la información a las autoridades competentes se realizará dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes, contadas a partir de la notificación de la solicitud [...] (ibíd.).

III. Entregar los datos conservados a las autoridades a que se refiere el artículo 189 de esta Ley, que así lo requieran, conforme a sus atribuciones, de conformidad con las leyes aplicables. Los concesionarios de telecomunicaciones y, en su caso, los autorizados, están obligados a entregar la información dentro de un plazo máximo de veinticuatro horas siguientes, contado a partir de la notificación, siempre y cuando no exista otra disposición expresa de autoridad competente. Queda prohibida la utilización de los datos conservados para fines distintos a los previstos en este capítulo, cualquier uso distinto será sancionado por las autoridades competentes en términos administrativos y penales que resulten (ibíd.).

No obstante tales amortiguamientos jurídicos que se introdujeron en la segunda etapa a través del marco normativo final de las leyes secundarias se aprobaron, se puede afirmar que con estas "no sólo tendremos medios coludidos con el gobierno, sino también una gran vigilancia en medios, que como internet, consideramos libres y en los cuales se pretende instalar una policía del pensamiento" (Franco/Orozco 2014: 26s.).

Con todo ello, contrariamente a la propaganda oficial del gobierno que predicó saturantemente durante un largo plazo a través de los medios de difusión masivos afirmando que las grandes reformas estructurales serían para "mover a México", con la autorización de la contrarreforma de la radiodifusión lo que se logrará será la inmovilización de México, pues permanecerá actuando el viejo modelo de comunicación masivo que impidió el desarrollo del país durante el siglo XX y las dos primeras décadas del siglo XXI. Mediante esto se volvió a reproducir el modelo de 'economía de los compadres', con su respectivo prototipo de 'comunicación para los neo jodidos' que imposibilitará el avance equilibrado del país en el Tercer Milenio y abonará para el surgimiento futuro de nuevas crisis estructurales cuyo precio tendrá que pagar el conjunto de la sociedad mexicana en los próximos años.

Bibliografía

ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUTIVA (2014): 'La contrarreforma en telecomunicaciones de Peña Nieto'. México: Declaración Constitutiva del Frente Ciudadano por la Comunicación Democrática, 11 de abril.

BECERRIL, Andrea (2014): 'Priístas no entienden la legislación: Corral'. En: *La Jornada*, Sección Política, 6 de julio.

BECERRIL, Andrea / Victor Ballinas (2014a): 'El dictamen, traje a la medida de Televisa', Periódico *La Jornada*, Primera sección, 2 de julio.

BECERRIL, Andrea / Victor Ballinas (2014b): 'Aprueban en comisiones la Ley Federal de Telecomunicaciones'. En: *La Jornada*, Sección Política, 3 de julio.

BECERRIL, Andrea / Victor Ballinas (2014c): 'El Senado buscará avalar hoy la ley de telecomunicaciones'. En: *La Jornada*, Sección Política, 4 de julio.

CALLEJA GUTIÉRREZ, Aleida (2014): 'La contrarreforma de Peña Nieto'. En: *Zócalo 171*, Comunicación, Política y Sociedad.

CALLEJA GUTIÉRREZ, Aleida / Beatriz Solís Leree / Raúl Trejo Delarbre (2014): 'Iniciativa en Telecom de EPN, viola los derechos humanos' México: Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), 25 de marzo.

CÁMARA DE DIPUTADOS (2013): 'Minuta Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los Artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78 y 94 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Telecomunicaciones', México: Mesa directiva, 21 de marzo.

COQUET, Christian (2014): 'Por qué nos afectan las leyes secundarias de telecomunicaciones'. En: *Te de Tecno. Blog de tecnología al servicio de la comunidad Geek*, 21 de abril. <http://sipse.com/tedetecno/2014/04/por-que-afecta-las-leyes-secundarias-de-telecomunicaciones> [13.05.2014].

CORRAL JURADO, Javier (2014a): 'Telecom: Golpe a la Constitución'. En: *Unidos Por México, Partido Acción Nacional (PAN)*, 6 de julio de 2014. http://www.pan.senado.gob.mx/2014/07/telecom-golpe-a-la-constitucion/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=telecom-golpe-a-la-constitucion [08.07.2014].

CORRAL JURADO, Javier (2014b): 'Telecom: Un arcón de regalos para Televisa'. En: *NNS Oaxaca, Información minuto a minuto*, 29 de junio. <http://www.nssoaxaca.com/opinion/35-colaboradores/90554-telecom-un-arcon-de-regalos-para-televisa> [28.01.2015].

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2014): 'Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión'. México: Secretaría de Gobernación. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014&print=true

EL PAÍS (1990): 'Vargas Llosa: 'México es la dictadura perfecta'. Españoles, y latinoamericanos intervienen en la polémica sobre el compromiso y la libertad'. En: *El País*, 1 de septiembre. http://elpais.com/diario/1990/09/01/cultura/652140001_850215.html [05.04.2014].

FRANCO, Darwin / Guillermo Orozco (2014): 'De la neutralidad en redes a 'crímenes de pensamiento''. En: *Zócalo*, 171, Comunicación, Política y Sociedad..

GARDUÑO, Roberto / Enrique Méndez (2014): 'Avalan diputados leyes secundarias'. En: *La Jornada*, 9 de julio.

GUERRERO, Claudia / Claudi Salazar (2014): 'Aprueban facilito'. En: *Reforma*, Sección Nacional, 5 de julio.

GUERRERO, Vania (2013): 'Dejan intactos temas polémicos'. En: *Reforma*, Sección Nacional, 6 de julio.

GUERRERO, Vania / Claudia Guerrero / Claudia Salazar (2014): 'Avanza TELECOM en versión light'. En: *Reforma*, Primera sección, 3 de julio.

JIMÉNEZ, Horacio / Francisco Nieto (2014): 'Sin modificaciones, diputados avalan leyes de telecom'. En: *El Universal*, Sección Nacional, 9 de julio.

LÓPEZ, Mayolo (2014): 'Conservan intacta minuta de telecom'. En: *Reforma*, Sección Nacional, 7 de julio.

MARTÍNEZ, Carla (2014): 'Televisa compra 100% de Cablecom'. En: *El Universal*, 15 de agosto. <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2014/impreso/televisa-compra-100-de-cablecom-112580.html> [16.08.2014].

MEJÍA BARQUERA, Fernando (2014): 'Dictamen de Lozano, nueva censura'. En: *Milenio Diario*, 24 de abril. http://www.milenio.com/firmas/fernando_mejia_barquera/Dictamen-Lozano-nueva-censura_18_286951321.html [12.05.2014].

MÉNDEZ, Enrique (2013): 'El Ejecutivo incumple en presentar ley secundaria de telecomunicaciones'. En: *La Jornada*, Sección Política, 20 de enero.

MÉNDEZ, Enrique (2014): 'Rechazan cambios'. En: *La Jornada*, Sección Política, 8 de julio.

NIETO, Francisco / Alberto Morales (2014): 'Telecom avanza en San Lázaro, no se prevén cambios'. En: *El Universal*, Sección Política, 8 de julio.

PEÑA NIETO, Enrique (2013): 'Iniciativa de Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión en México y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión'. México: Subsecretaría de Enlaces Legislativos y Acuerdos Políticos, Secretaría de Gobernación, 24 de marzo.

POSADA, Miriam (2014): 'Confía SCT en pronto aval de legislación secundaria en telecomunicaciones'. En: *La Jornada*, 24 de marzo.

POSADA, Miriam / Rosa Elvira Vargas (2013): 'Peña: más competencia en telecomunicaciones'. En: *La Jornada*, 11 de junio.

PULSO (2014): 'Leyes secundarias en Telecom tienen tufo autoritario: Javier Corral'. En: *Pulso. Diario de San Luis*, 28 de marzo. <http://pulsoslp.com.mx/2014/03/28/leyes-secundarias-en-telecom-tienen-tufo-autoritario-javier-corral> [29.03.2014].

SÁNCHEZ ONOFRE, Julio (2014): 'Leyes de telecom crean Internet contra el ciudadano'. En: *El Economista*, 9 de abril. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/04/09/leyes-telecom-crean-internet-contra-ciudadano> [13.05.2014].

SIGLER, Edgar (2014): 'Televisa compra Cablecom en 'fast track''. En: *CNNExpansión*, 14 de agosto. <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/08/14/televisa-compra-cablecom-por-8550-mdp> [15.08.2014].

TORRES, Mauricio (2014) 'Leyes de telecom, aprobadas en el Senado con preponderancia por sector'. En: *CNNMéxico*, 5 de julio. <http://mexico.cnn.com/nacional/2014/07/04/debate-de-leyes-de-telecom-en-pleno-del-senado> [07.07.2014].

VILLAMIL, Jenaro (2014): 'Ley Peña- Televisa y el 'Atenco digital''. En: *Zócalo*, 171, Comunicación, Política y Sociedad.

ZUÑIGA, Juan Antonio / Susana Gonzáles (2014) 'Televisa absorbe Cablecom, sin necesidad de la autorización del Ifetel'. En: *La Jornada*, Sección Economía, 15 de agosto.

Juegos de poder en México: Reformas a la *Ley de Telecomunicaciones*

Adriana Hernández de Lago

(Universidad La Salle / Universidad Anáhuac)

Al realizar un balance del último periodo de sesiones del Congreso de la Unión nos percatamos que ha quedado pendiente la regulación secundaria de telecomunicaciones. Sin duda, uno de los episodios más importantes en la vida política de México ha sido la aprobación de las reformas constitucionales propuestas por el Presidente Enrique Peña Nieto desde su primer año de gobierno.¹

El 2 de diciembre de 2012, se firmó el Pacto por México como un acuerdo político que tiene por objeto concretar las acciones y reformas que requiere nuestro país. En dicho acuerdo se coincidió en la necesidad de legislar en las materias de radiodifusión, telecomunicaciones, a fin de garantizar su función social y modernizar al Estado y la sociedad, a través de las tecnologías de la información y la comunicación, así como para fortalecer las facultades de la autoridad en materia de competencia económica.²

Con las reformas promovidas por Peña Nieto se especuló sobre una tendencia a centralizar el poder en el presidencialismo, aun cuando él recalcó en su discurso por la conmemoración del 152° aniversario de la Batalla de Puebla (5 de mayo) que su visión de gobierno está "a favor de la libertad de expresión, del libre acceso a los datos y de la democratización de los medios". Es evidente que hay polémica y se requiere una mirada analítica para ubicar los actores que han entrado en una paradoja ante la acción colectiva que exaltará los ánimos en el sector de telecomunicaciones. Los próximos meses serán decisivos ya que se gestará un contexto conflictivo en el que se vislumbra un juego estratégico que requerirá de la cooperación de los actores clave en el sector, mediante la cual se pretende evitar el dilema del prisionero en el que el rehén sería el desarrollo del pueblo mexicano. Gerardo Gutiérrez, presidente del Consejo Coordinador Empresarial instó a las Cámaras de Diputados y Senadores a aprobar las leyes secundarias, ya que considera que las empresas y la sociedad requieren certidumbre.³ Por su parte, Juan Villoro señaló que la reforma de la *Ley de Telecomunicaciones* aprobada en 2013 por el Congreso despertó esperanzas de terminar con el duopolio televisivo, estimular la competencia y, sobre todo, garantizar contenidos de interés

¹ La polémica construcción del Pacto por México vinculó a los tres partidos políticos más importantes en el escenario electoral (PRI, PAN, PRD) y generó, en apariencia, las alianzas que llevarían a buen puerto la construcción de acuerdos en diversas materias: política electoral, modernización del sector energético, la nueva propuesta en educación, la reforma fiscal y la de telecomunicaciones, entre otras.

² Véase <http://www.presidencia.gob.mx/wp-content/uploads/2013/03/Iniciativa-Reforma-Constitucional-Telecom.pdf>. [20.10.2014].

³ Véase Becerril 2014: 8.

público, ciudadano y comunitario.⁴ Desde 1995, cuando se publicó la *Ley Federal de Telecomunicaciones*, se establecieron reglas del juego para que los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial tuvieran un rol pertinente en aspectos como la promulgación de decretos, leyes o sanciones, e incluso marcaran pautas a los actores clave.⁵ No obstante, la polémica se cifra en la duplicación de funciones y en la ambigüedad de las leyes y normativas, que se sumaron al abrupto desarrollo tecnológico y al desequilibrio económico globalizado del sector. Como consecuencia, las Secretarías de Estado, las diversas comisiones, consejos o direcciones encargadas comprometieron procesos o procedimientos que se contrapuntearon. La complejidad de las instituciones y la burocracia obligó a una modernización para conciliar la realidad con las necesidades internacionales vinculadas a las telecomunicaciones.⁶ De tal modo que quedó en el centro del debate un bien público conocido como espectro radioeléctrico que permite que las señales sean transmitidas en el espacio. Por ello, los beneficios públicos y privados que se discuten en la *Ley de Telecomunicaciones* debaten el uso y explotación que generará altos niveles de rentabilidad, ya que el cuarto poder es el acceso a la información que en condiciones de tiempo real generará la eficacia en el uso de infraestructuras que facilitarán o bien frenarán el avance económico del país en años venideros. Por ello, la acción colectiva es un factor crucial para que los ciudadanos se desarrollen en óptimas condiciones.⁷ Es pertinente recordar que el sector de telecomunicaciones es el más favorecido y el de mayor crecimiento en las últimas tres décadas a nivel mundial y la OCDE marcó recomendaciones realizadas a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para llevar a México a una posición estratégica mundial.⁸

⁴ Véase Villoro 2014.

⁵ En las últimas décadas, se dieron avances, como puede visualizarse en el esquema del apéndice.

⁶ En México las entidades fueron: SCT, COFETEL, Unidad de Asuntos Jurídicos, Dirección de Políticas en Radio y Televisión, la SEGOB, Dirección de Juegos y Sorteos, el IFE, los partidos políticos, la Secretaría de Economía, PROFECO, COFECO, IMPI, INDAUTOR, SEP, CONACYT, CONACULTA, IMCINE, etc. Actualmente es IFETEL.

⁷ Sin embargo, la ignorancia en relación con los aspectos técnicos, tecnológicos, legales y la pugna por el control político electoral han derivado en una confusión de datos que lleva a la ciudadanía a pensar de modo equivocado a los medios y sus representantes, lo que redundará en una afectación de la imagen del sector que a nadie beneficia.

⁸ Véase OCDE 2012. Éstas son: poner a disposición los inmuebles del gobierno para la instalación de equipos de telecomunicaciones; tendido de ductos de fibra óptica en tramos carreteros del país; poner en el mercado un par de hilos de fibra óptica de la CFE; licitar más espectro y reestructurar para aumentar su eficiencia; reformas al marco legal para aumentar competencia, certeza jurídica e incentivos a la inversión; armonizar las regulaciones internas de la SCT y COFETEL; aumentar el acceso a la banda ancha incluyendo escuelas, hospitales y oficinas de gobierno; impulsar redes urbanas de fibra óptica en zonas no comercialmente rentables para brindar servicio a necesidades sociales; instalar un punto de interconexión a Internet (IXP); consolidar la Agenda Digital Mexicana.

La lógica de la acción colectiva observa desequilibrios entre las ventajas y desventajas de dar a concesionarios, permisionarios y actores preponderantes los beneficios y costos sociales que resultan de las radiodifusoras, de la televisión abierta y de paga, del uso del ciberespacio, de la telefonía fija y móvil o ante el uso de otros medios que puedan derivarse de las actuales normativas. Las asimetrías en el sector han llevado a partidos políticos a criticar la existencia de grupos empresariales que discriminan en el uso de la información y que distan de los criterios que ellos consideran óptimos. Es del dominio público que el diseño constitucional original logró el consenso general y ello permitió que en 2013 el Presidente publicara en la gaceta oficial la nueva ley. No obstante, las secuelas presentan fallas y las leyes secundarias suman el problema del *lobbying* entre los miembros partidistas. Incluso los dilemas de consumo y producción de los medios afectarán a un tercero sin compensarlo: las nuevas generaciones como víctimas de la ignorancia de los legisladores que dejan lagunas e inconsistencias en las leyes de telecomunicaciones. Como ejemplo, la reforma política que considera la estrategia de comunicación electoral no tiene en cuenta la realidad del *transmedia* y mucho menos las implicaciones del *streaming* en sus asignaciones presupuestales para la generación de campañas políticas: Lorenzo Córdova, Benito Nacif y María Marván valoran la comunicación política como protagonista en los años 2015 y 2018. A mi juicio, un cúmulo de campañas tomarán decisiones presupuestales cifradas en cuotas partidistas, manipulaciones de los dirigentes de los partidos ante sus mismos colaboradores y las postulaciones de candidatos independientes serán una falacia debido a que no existirá equidad en las estrategias publicitarias.⁹ El gran problema que percibo es que las leyes secundarias que se empalman derivarán en un ejercicio del poder ensombrecido por las aristas particulares de cada uno de los temas y que cada experto podrá evadir acorde con sus competencias individuales.¹⁰ La capacidad de las autoridades para controlar el poder de la información *transmedia* será un

⁹ Por ejemplo, un presidente de partido mayoritario obtendrá mayores recursos para la difusión de su ideología, de sus proyectos de gobierno o en dar a conocer a sus colaboradores en comparación con un partido de menor relevancia. Sin embargo, para ello se están considerando solamente los gastos de campaña y lo que se ignora es que en el uso de los medios digitales para la generación de campañas ATL y BTL se concretan estrategias de audiencia, rentabilidad de medios, *lobbying* de candidatos a través de pactos o convenios como los *links*, los blogs, y otras estrategias *transmedia* que suman audiencias sin necesidad de gastar; tal y como ocurrió en la campaña de Barak Obama. El rumor en redes sociales se puede capitalizar, el navegar por diversas páginas facilita que una página sea rankeada mejor o peor en el ciberespacio lo que se puede observar a partir de las estadísticas resultantes y que se visualizan por medio de *Google Analytics*. Y ni qué decir del uso de contenidos en *streaming* o que puedan custodiarse en la nube y que solamente se contabilizan a partir de visualizaciones (*views*) o descargas de contenidos que pueden incluso tener claves de seguridad informática ¿Acaso el INE contará esos contenidos como parte de la fiscalización de las campañas políticas?

¹⁰ Ya que no existen precedentes en la penalización ante esa materia, por lo que la carga de trabajo para los tribunales especializados en el sector será enorme y de un alto grado de complejidad por lo que se requiere un capital intelectual especializado y con una visión amplia en la resolución de problemas. Por lo tanto, las nuevas reformas en materia de telecomunicaciones y la política electoral referente a las campañas podrán ser manipuladas por asesores expertos en materia de *marketing 360* o en materia de protección de datos e incluso por expertos en derechos de autor.

enorme reto para el futuro, ya que deben vigilar la no contaminación de las políticas públicas en materia de libertad de expresión, de tránsito de datos y personas. El Estado será responsable de ordenar la regulación para la optimización de los recursos, áreas e incentivos que estipulen en telecomunicaciones. Las vías de comunicación deben ser protegidas y supervisadas por los funcionarios públicos para garantizar el Estado de derecho de los mexicanos ante el entorno global, y el uso del espectro radioeléctrico debe ser un bien público que no derive en el regenteo de exclusividades otorgadas a grupos de poder y ante la rivalidad natural que se generará en el sector. De este modo, la ley de competencia será un árbitro clave que oriente al IFETEL, por lo que es importante que se conserve como un órgano autónomo. La ineficiencia, la injusticia y la forma de persuadir será el promover la escasez en la distribución de señales, como ejemplo la lentitud de los servicios en la banda ancha o el alto costo de tarifas. La censura no solamente se gestará en el silencio, sino que se construirá con el bloqueo de datos, la falta de eficacia terminal en las llamadas, la caída de las interconexiones o las fallas sistémicas o procedimentales en los servicios otorgados a los consumidores y es allí donde ni la Secretaría de Gobernación (SEGOB), ni la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) tendrán capacidad de ejercer control ante los proveedores de servicios de telecomunicación. Por ello, la acción coordinada de gobierno y la acción colectiva serán claves para el desarrollo sustentable del país. Las tomas de decisiones habituales como cobrar impuestos, sancionar con penalizaciones, regular actividades o subsidiar contratos, no serán opción para lo que se avecina, ya que son los costos de las transacciones electorales, sociales, políticas, económicas, culturales y técnicas las afrentas que tendrán los mexicanos. Ellos deberán de vigilar su derecho de propiedad en materia de telecomunicaciones, al cuidar que la generación de contratos eviten los juegos de poder que se ejercen en la comercialización de los servicios y los contenidos, la competencia desleal en los mercados nacionales e internacionales y principalmente, los enfrentamientos que se den entre los grupos involucrados, ya que las telecomunicaciones son un platillo apetitoso para exhibicionistas, ambiciosos, caciques y manipuladores; por lo que la acción social requiere de personas calificadas y éticas que orienten a la nación para que se mantenga dentro del paradigma mundial del desarrollo marcado por la OCDE para las próximas décadas. Nuestros esfuerzos deberán concentrarse en evitar la dispersión de información o las distracciones superfluas que solamente desorientan al sector. Los académicos serán un faro que guíe a los ciudadanos para evitar la captura del gobierno o la polarización de ideas, y lograr focalizarse en generar un debate público que promueva voces plurales que compitan para proteger el *status quo* de las telecomunicaciones en México. Con ello, la decisión racional de participar

en la opinión pública será un juego de poder que evite ser un prisionero de la desinformación en su propio país. La paradoja será, en definitiva, seguir un voto expresivo que deriva en un sentido de participación o asimilar la ignorancia racional bajo la lógica de la inercia pasiva del ciudadano que se contrapone ante la acción colectiva que se manifiesta en movimientos sociales como el 'Yo soy 132', las marchas resultantes contra la dichosa 'Ley Televisa' o la silente columna humana que fue desde el Auditorio Nacional hacia el Senado por el Paseo de la Reforma para evitar la censura en Internet y que fue convocada por el Senador Javier Corral, entre otros.

Bibliografía

APARICIO CASTILLO, Francisco Javier (2014): *Los dilemas de la acción colectiva*. México: CIDE DAPE XXVIII.

BECERRIL, Isabel (2014): 'Deja el Congreso leyes pendientes'. En: *El Financiero*, 6 de mayo, pp. 1-8. <http://www.elfinanciero.com.mx/politica/deja-el-congreso-leyes-pendientes.html> [20.10.2014].

CARR, Nicholas (2011): *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*. México: Taurus.

MANCUR, Olson (2000): *Power and Prosperity: Outgrowing Communist and Capitalist Dictatorships*. Oxford: Oxford University Press.

MARTEL, Frédéric (2011): *Cultura Mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*. México: Taurus.

MILLÁN, Julio / Antonio ALONSO (2006): *México 2030*. México: Fondo de Cultura Económica.

OCDE (2012): *Getting it right: Una agenda estratégica para las reformas en México*. México D.F.: OECD Publishing.

VILLORO, Juan (2014): 'Telecracia'. En: *No más poder*, pp. 9-11.

<http://www.presidencia.gob.mx/wp-content/uploads/2013/03/Iniciativa-Reforma-Constitucional-Telecom.pdf> [20.10.2014].

Apéndice

Cronología regulatoria en comunicaciones: México 1900- 2014 (Mi Autoría)

FECHA	ASPECTOS LEGALES.	PRESIDENTES
1900 a 1920	Antecedentes de la ley que establece las bases para la reglamentación del servicio de ferrocarriles, telégrafos y teléfonos.	Manuel González (1881).
1920 a 1940	1926: Ley de comunicaciones eléctricas. 1931: Publican la Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte. 1932: Modifican a Ley de Vías Generales de Comunicación.	Plutarco Elías Calles. Pascual Ortiz Rubio. Pascual Ortiz Rubio.
1940 a 1960	1940: Ley de Vías Generales de Comunicación. (Nota: En 1993 se diversificó a Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal. Para 1995 se agregaron la Ley de Aviación Civil, Ley Reglamentaria del Servicio Ferroviario y la Ley Federal de Telecomunicaciones). 1947: Constituyeron TELMEX.	Manuel Ávila Camacho y modificaciones realizadas por el sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Miguel Alemán Valdez.
1960 a 2000	1960: Ley Federal de Radio y Televisión. 1973: Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera. 1976: Concesión de Telmex con intervención de SCT a 30 años. 1979: Reglamento del Servicio de TV por cable (Abrogado en 2000 por Reglamento de Televisión y Audio Restringido). 1981: Reforma Art. 28 Constitucional para incorporar vía Satélite como reservado a área estratégica del Estado Mexicano. 1989: Desincorporación de Telmex. 1990: Privatización de Telmex a título de concesión a 50 años (a partir de 1976) para Grupo Carso, Southwestern Bell International Holdings y France Cables et Radio. 1993: Ley de Inversión Extranjera. 1993: T.L.C.A.N. Cap XII. 1994: Acuerdo de Marrakech (OMC) 1995: Ley Federal de Telecomunicaciones.	Adolfo López Mateos. Luis Echeverría Álvarez. José López Portillo. José López Portillo y modificado por Vicente Fox. José López Portillo. Carlos Salinas de Gortari. Carlos Salinas de Gortari. Carlos Salinas de Gortari. Carlos Salinas de Gortari. Carlos Salinas de Gortari. Ernesto Zedillo Ponce de León.

2000	Diminución a porcentajes de tiempo gubernamentales en TV abierta.	Vicente Fox Quezada.
2006	Iniciativa de la Ley Televisa e involucramiento del IFE.	Felipe Calderón Hinojosa.
2009	Decreto para la Promulgación del RENAUT.	Felipe Calderón Hinojosa.
2011	Decreto por la ley antisequestro SEGOB	Felipe Calderón Hinojosa.
2013	Ley Federal de Telecomunicaciones. (IFETEL Y COC).	Enrique Peña Nieto.
2014	Presentación de las leyes secundarias en Telecomunicaciones.	Senado de la República.

Apuntes sobre la industria audiovisual mexicana en el contexto de la re-regulación y digitalización

Rodrigo Gómez García

(Universidad Autónoma Metropolitana – Cuajimalpa)

Introducción

La industria audiovisual mexicana, desde la década de los noventa del siglo pasado hasta nuestros días, ha experimentado cambios significativos en todos sus sectores y en sus respectivos subsectores y ramas, así como un crecimiento constante en términos económicos. Las principales razones de estos cambios se deben a la interacción de las siguientes circunstancias: 1) por el impulso de políticas públicas de privatización, liberalización, de neo-regulación y de apertura hacia los capitales extranjeros; 2) por las posibilidades de negocio que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación (gracias a la convergencia y digitalización); 3) por el proceso de transición a la democracia que atraviesa México; y 4) por el contexto internacional marcado por la regionalización de los bloques económicos, el *Tratado de Libre Comercio de América del Norte* (TLCAN) y la lógica del capitalismo global.

En este contexto se ubican las políticas públicas relacionadas con el medio audiovisual y con las telecomunicaciones impulsadas por los gobiernos mexicanos desde la década de los noventa¹ del siglo XX y los primeros años del XXI, caracterizadas por una clara vocación neoliberal que se traduce en un repliegue del Estado en la participación directa en el sector, y una centralización económica en lo referente a los medios audiovisuales y a las telecomunicaciones, por encima de criterios socio-culturales y democráticos.

El soporte jurídico de estas políticas durante los últimos 20 años se resume en: a) las reformas a la *Ley de la Industria Cinematográfica* en 1992 y 1998; b) la modificación de las *Leyes de Competencia Económica y de Inversión Extranjera* en 1995; c) la promulgación de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* en 1995 (incluye apartados sobre la TV por cable, vía satélite y vía microondas) y su reforma en 2006, así como la *Ley Federal de Radio y Televisión* de 1960 y su reforma en 2006. Recordemos que las reformas de 2006 fueron

¹ El Partido Revolucionario Institucional (PRI) permaneció en el poder en México durante 70 años (desde 1929 hasta el 2000), hasta que por medio de una alianza electoral entre los partidos Acción Nacional (PAN, de corte conservador) y el Verde Ecologista, encabezados por Vicente Fox, consiguieron ganar la presidencia de la República en el año 2000. Además, desde 1997 ningún partido tiene mayoría absoluta en las cámaras de senadores y de diputados.

bautizadas con el nombre de 'Ley Televisa'.²

Durante la redacción de este capítulo entró en vigor una nueva ley convergente. La nueva ley lleva por nombre *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Dicha normativa no ha estado exenta de controversias, ya que emana de una reforma constitucional muy ambiciosa que buscaba, entre otras cosas, democratizar la comunicación e impulsar la competencia económica en las telecomunicaciones y radiodifusión,³ sobre todo al tener mercados altamente concentrados.⁴ La nueva normativa está llena de claroscuros. Sus principales aspectos negativos son, que a diferencia de lo que ocurre en otros países de América Latina y de las recomendaciones de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la OEA,⁵ no hay reserva significativa del espectro radioeléctrico para el tercer sector. Para la nueva legislación mexicana los medios comunitarios siguen siendo marginales. Asimismo no hay un impulso importante, tanto en materia de financiación como de autonomía, para la gestión de las televisiones públicas y culturales. En cuanto a los límites a la concentración, no se establecen controles a la propiedad cruzada. Por otro lado, la legislación tiene algunos aspectos positivos en materia de telecomunicaciones⁶ y convergencia.

No obstante, relega una vez más demandas históricas de la sociedad civil y de la academia en materia de servicio público y de impulso a los medios comunitarios. Además, los jugadores dominantes siguen teniendo grandes márgenes de maniobra para controlar y participar de forma vertical, horizontal y cruzada en los medios y las telecomunicaciones. Pero sobre todo, la nueva normativa prioriza, en todo momento, la lógica del mercado pensando en el sistema comunicativo mexicano.

De tal forma, observamos que las políticas de comunicación impulsadas por las administraciones de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), Ernesto Zedillo (1994-2000), Vicente Fox (2000-2006), Felipe Calderón (2007-2012) y lo que va de la administración de Enrique Peña Nieto (2013-2018), mantienen la misma línea de priorizar la liberalización, la privatización, la entrada de capitales extranjeros, la racionalidad económica como vector de la comunicación, y la negociación con los grandes jugadores del medio audiovisual. En este sentido, la tan esperada alternancia en la presidencia de la república mexicana presenta más continuidades que cambios.

² Véase Sosa Plata / Gómez García 2008.

³ Véase Trejo 2013

⁴ Véase Huerta-Wong / Gómez 2013

⁵ Véase OAS 2009.

⁶ No se profundiza en el análisis de la nueva legislación por cuestiones de espacio. Véase Trejo 2014 para su análisis en profundidad.

Estas reformas las entendemos dentro de un marco más amplio de cambios estructurales del Estado Mexicano que han impulsado los distintos gobiernos de turno desde 1982, siguiendo las directrices recomendadas por organismos internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), así como por los compromisos adquiridos en distintos acuerdos y tratados económicos internacionales y regionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el TLCAN, respectivamente.⁷

Pero a pesar de estos cambios estructurales, las asimetrías socioeconómicas de la población mexicana no se han reducido; si bien el Producto Interior Bruto (PIB) ha aumentado, la distribución sigue siendo muy desigual e inequitativa. Lo que se refleja también en la desigualdad e inequidad a nivel de consumos culturales y comunicativos, ya que estos se caracterizan cada vez más por tener barreras de entrada a partir de los costos de acceso. Llámese: tarifa plana a la banda ancha móvil o fija, el abono a la televisión de pago, o el contrato a la compañía de video por descarga – Netflix o ClaroVideo.

Es importante señalar que históricamente la industria audiovisual mexicana y principalmente la cinematográfica se había caracterizado por tener empresas fuertes protegidas por el Estado y por ser la industria puntera en Iberoamérica.⁸ Sin embargo, después de los cambios impulsados hacia la liberalización, el sector cinematográfico experimentó, durante la segunda mitad de los noventa, la peor crisis de su historia, sobre todo en la rama de la producción.⁹ En lo que respecta al sector televisivo, éste se mantiene como uno de los centros de producción y difusión más importantes de habla hispana y los dos grandes grupos que lo encabezan, Televisa y TV Azteca, son transnacionales que operan tanto horizontal como verticalmente y de forma cruzada en las industrias audiovisuales y de las telecomunicaciones, lo que les permite tener ventajas competitivas significativas frente a sus similares latinoamericanas.

Tabla 1.1: Mercado de las Industrias Audiovisuales en México 2007-2012 (en millones de dólares).

Industria	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Cine	864	908	1.028	1.129	1.185	1.254
Radio	427	401	380	451	455	463
Música	506	495	476	454	454	466
Televisión	3.022	3.458	3.426	4.241	4.479	4.752
TV de pago	2.334	2.530	2.654	3.043	3.693	4.091
Videojuegos	460	572	587	616	636	664
Internet (publicidad)	72	110	130	162	204	243
Total	7.685	8.474	8.681	10.096	11.106	11.933

Fuente: Elaboración propia con datos de PwC 2012.

⁷ Véase Covi 2001.

⁸ Véase Getino 1998.

⁹ Véase Hinojosa 2012; Sánchez Ruiz 2012.

En la actualidad la industria audiovisual mexicana, en términos económicos, crece por encima del PIB del país y es la segunda industria audiovisual a nivel latinoamericano, sólo por detrás de Brasil. De 2007 a 2012 su crecimiento es significativo,¹⁰ ya que a partir de la convergencia de servicios audiovisuales y de telecomunicaciones, se advierten como sectores en expansión y con altos márgenes de ganancia. De ahí que los grandes jugadores, que controlan los diversos sectores y servicios, busquen bajo cualquier circunstancia, principalmente bajo la figura de cabildeo y presión simbólica a los legisladores, gobiernos y partidos políticos, que la regulación y las condiciones del mercado no cambien o que cambien lo menos posible. Asimismo buscan relajar cualquier tipo de regulación que frene la maximización de sus ganancias, y la posibilidad de poner límites a la concentración cruzada o a la entrada del segundo o tercer sector de la radiodifusión, así como frenar cualquier tipo de iniciativa que promueva la producción audiovisual independiente.

Es importante subrayar que si bien el crecimiento de las industrias audiovisuales mexicanas es constante y significativo desde la segunda mitad de la década de 1990, en su conjunto, existe proporcionalmente una concentración y consolidación de estos mercados por un puñado de empresas en todos los sectores y servicios.¹¹

Todas estas circunstancias económicas, políticas y tecnológicas han generado reajustes y cambios constantes en las industrias audiovisuales y de las telecomunicaciones en las últimas dos décadas. Por motivos de espacio, este artículo se focaliza en las industrias audiovisuales de la televisión, cine y vídeo.

La industria de la televisión en México

Desde 1993 el sistema televisivo mexicano ha experimentado más cambios que durante sus primeros 40 años de historia. La televisión mexicana desde 1959 ha operado de forma mixta, al coexistir la televisión privada y la pública. Sin embargo, predominó un modelo privado monopolístico, al tejerse una relación de mutua conveniencia entre los distintos gobiernos priistas y la empresa Televisa a lo largo de la segunda mitad del siglo XX.¹² Situación que cambió desde la entrada de TV Azteca en 1993. A partir de entonces, podemos decir que la estructura de la televisión en México inició una segunda etapa, caracterizada por un lado, por el repliegue del Estado en la participación de la industria televisiva y, por el otro, coincidiendo con Sánchez Ruiz (2000), en la consolidación de un modelo comercial concentrador, centralista, y duopólico.

¹⁰ Véase Tabla 1.1

¹¹ Véanse Gómez García 2008; Huerta-Wong / Gómez García 2013.

¹² Véanse Toussaint Alcaraz 1998; Orozco 2002.

Tabla 1.2: Empresas televisivas más importantes, según número de canales, número de estaciones y repetidoras, cuota de pantalla en horario estelar y rango de cobertura potencial.

Compañía Institución	Número de redes	Número de estaciones afiliadas	Cuota de pantalla 2012 (%)	Cobertura potencial (%)
Televisa	4	258	68.3%	97%
TV Azteca	3	181	28.2%	97%
Canal 11	1	29	1.6%	47%
Canal 22*	1	23	0.9%	18%
Cadena Tres	1	1	1.0%	15%
Total	10	492	100%	-

Fuente: Elaboración propia con datos del Informe anual TV Azteca (2012), del Informe anual Televisa (2012) y del Informe anual Canal 11 (2012).

*22 estaciones estatales se enlazan con la señal del Canal 22 a distintos horarios.

No obstante, tenemos que señalar que dentro de las políticas públicas impulsadas entre 2012 y 2014, ya existen las bases para la licitación de dos nuevas cadenas comerciales de televisión en abierto lo que finalmente romperá la estructura duopólica de la televisión en México. Esta situación podrá verse realizada a corto plazo. Asimismo es importante señalar que la nueva legislación permite la entrada de capitales extranjeros en un 49% para el caso de la radiodifusión y de un 100% para las telecomunicaciones – esto con cláusula de reciprocidad. Además, dentro de las disposiciones de la reforma constitucional del año 2013 en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, la nueva ley del 2014 y los últimos movimientos anunciados durante julio de 2014 por América Móvil (Telmex) en materia de desinversión, es muy probable que la empresa de Carlos Slim concurre por una de las cadenas de televisión que se encuentran en espera del concurso de licitación y que también se incorpore al mercado de la televisión de pago en un futuro no muy lejano.¹³

Por su parte, desde los años noventa la televisión de pago comenzó un desarrollo importante, en donde compiten por este mercado tres plataformas de distribución: el cable, la súper alta frecuencia (MMDS) y la vía satélite (DTH). Posteriormente, a principios de la década de 2010 la televisión por IPTV se incorporó al mercado de la televisión de pago, mientras que al mismo tiempo la súper alta frecuencia, como consecuencia del reacomodo del dividendo digital y la utilización de esas bandas para su uso de telefonía móvil, está desapareciendo.

En la actualidad las empresas más importantes que ofrecen sus servicios de *triple play* por cable son: Megacable, Cablemás, Cablecom, TVI, Cablevisión y Grupo Telecable Mexicano. En el caso de la DTH, desde el 2008 operan dos compañías: Sky y Dish-México.

Es importante señalar que desde el 2009 el sector está experimentando altos niveles de concentración, en donde destaca Televisa como el agente dominante.¹⁴

¹³ Véase Guerrero 2014.

¹⁴ Véase Gómez y Sosa 2010.

La televisión pública

Hasta agosto de 2014, los canales con vocación de servicio público de ámbito federal son: Canal 11, Canal 22, Canal del Congreso y Canal Judicial. Los dos primeros tienen señales en abierto, pero no llegan a todo el país. El Canal 22 tiene una cobertura potencial del 18 por ciento de los hogares mexicanos y el Canal 11 se estima que llega al 47 por ciento. Las otras dos señales sólo llegan a través de los sistemas de televisión de pago.

La televisión pública, en México, tiene que ser pensada como una asignatura pendiente, principalmente porque no tiene autonomía del poder político y no cuenta con una fuente de financiación acorde a sus necesidades, y además no tiene cobertura universal.¹⁵ En definitiva, el llamado segundo sector de la radiodifusión en este país latinoamericano es un actor marginal que denota la falta de interés de los gobiernos mexicanos por impulsar un sistema de televisión pública que presente contrapesos a la lógica comercial y que coadyuve a la construcción de ciudadanía en la inmadura democracia mexicana.

Por otro lado, es importante señalar que a lo largo y ancho de la república mexicana existen 56 estaciones de radio y televisión de servicio público, agrupadas en la Red de Radiodifusores y Televisoras Educativas y Culturales de México. Éstas están en manos de una amplia gama de entidades, tales como gobiernos estatales, instituciones culturales y universidades –públicas y privadas. Sin embargo, desgraciadamente estos sistemas de radiodifusión, por lo general, carecen de autonomía editorial de los gobiernos estatales, así como de una financiación constante y transparente.¹⁶

La última novedad en materia de medios públicos, a nivel federal, es el proyecto de creación de una nueva cadena de ámbito nacional, como consecuencia de la comentada reforma constitucional, la misma que se vio reflejada en la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano* de julio de 2014. Este sistema sustituirá al Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA) creado durante la administración del panista Felipe Calderón. Este sistema tiene aspiraciones de convertirse en una institución de servicio público. Sin embargo, entre sus principales problemas de origen está el que tendrá que rendir cuentas a la Secretaría de Gobernación (Ministerio del Interior). Además, la legislación no define qué es servicio público y no se especifica cuál será su fuente de financiación,¹⁷ por lo que existen más dudas que certezas sobre los alcances de este nuevo ente público.

¹⁵ Véase Ortega 2006.

¹⁶ Véase Toussaint Alcaraz 2009.

¹⁷ Véase Sosa Plata 2014.

La televisión privada

Actualmente las empresas privadas con cobertura en abierto a nivel nacional sólo son Televisa (con sus redes 2, 5 y 9) y TV Azteca (con sus redes 7 y 13), por lo que el sistema televisivo mexicano lo caracterizamos como: a) duopólico, al aglutinar dos empresas el 98% de la inversión publicitaria televisiva y el 96% de la cuota de pantalla en abierto;¹⁸ b) concentrador, ya que controlan y participan en todas las hileras relacionadas con la industria televisiva. Además, tienen varias empresas vinculadas con otras ramas del medio audiovisual; y c) centralista, al tener su base de operaciones, oficinas y todas sus divisiones importantes en el Distrito Federal.

Todo lo anterior fue amparado por la *Ley Federal de Radio y Televisión* de 1960, que no fue reformada, en lo general, desde entonces por la complacencia y, sobre todo, conveniencia de los distintos gobiernos mexicanos y las empresas privadas, puesto que con esta normativa los primeros mantuvieron una clara discrecionalidad de poder, en términos de control de la información política, mientras que los segundos consiguieron una posición privilegiada para dominar el mercado.

Un aspecto que se debe subrayar es el hecho de que gran parte de las estrategias centrales de los dos grupos privados mexicanos tienen gran interés en el emergente mercado latino que se encuentra en los Estados Unidos, al valorarlo como un mercado económicamente en crecimiento y con un alto poder adquisitivo.¹⁹

Por otro lado, desde la segunda mitad de la década de los noventa, han aparecido algunas productoras audiovisuales independientes (Argos, Adicta Films, Canana Films, Nao Films, Frame-Maker Productions) y nuevos canales televisivos de ámbito local (Canal 40, Canal 52 de Multivisión y Cadena Tres del Grupo Imagen) que, al estar situados en la ciudad de México (un mercado de 20 millones de habitantes) y al distribuirse a través de los sistemas de cable del país, han refrescado la oferta televisiva mexicana. No obstante, su participación en términos generales es escasa y secundaria.

El mercado de la televisión de pago

Por su parte, la televisión de pago inició un crecimiento importante desde principios de los años noventa. Sin embargo, es importante establecer que en términos brutos todavía es un mercado en expansión, ya que desde el 2005 al 2012 ha crecido de un 23% de entrada en los hogares mexicanos (14,7 millones de abonados) a un 49%.

Las compañías que controlan estos mercados por cable, al cierre del 2013, son: Megacable,

¹⁸ Véase Guerrero 2014.

¹⁹ Véase Gómez García et al. 2014.

Cablemas, Cablecom, Cablevisión, TVI y Telecable. Por su parte, la televisión directa al hogar o DTH es controlada por las empresas Sky y Dish.

Tabla. 1.3: Abonados alguna plataforma de televisión de pago 2010-2013 (en miles)

Abonados	Cable	MMDS	DTH	Total
2010	5.355	347	4.367	10.070
2011	5.637	214	5.645	11.497
2012	5.954	154	6.909	13.018
2013	6.827	134	7.770	14.732

Fuente: IFT: <http://siemt.cft.gob.mx/SIEM/#!/prettyPhoto/77/>

Como podemos observar, en el caso de la televisión de pago, existe una competencia cerrada entre dos plataformas, buscando la preferencia de las audiencias. La competencia ya no es sólo a través de la oferta de los contenidos televisivos o eventos en vivo, sino que, ahora, están acompañados de una multioferta de servicios. Todo esto ofrecido a través de sus paquetes de *triple play* – telefonía, internet y contenidos audiovisuales.

Por lo tanto, podemos advertir que la tendencia en México parece ser clara. El cable y el DTH seguirán compitiendo por los consumidores de estratos socioeconómicos medios y altos, utilizando toda la potencialidad que les ofrecen las plataformas digitales y la banda ancha, lo que seguramente repercutirá en fusiones entre compañías y la posible entrada de capitales extranjeros con la apertura del sector al 100% de inversión extranjera.

La industria cinematográfica

Desde la década de los noventa el sector cinematográfico mexicano está en una etapa de constante reacomodo y corre a distintas velocidades de crecimiento.

Los cambios se deben a tres factores que están directamente relacionados: el primero, a la situación de inestabilidad económica que se ha dado desde la segunda mitad de los años 90; el segundo, por el impulso de políticas liberalizadoras; y el tercero, desprendido del anterior, por las reformas realizadas a la *Ley Cinematográfica*, en 1992 y 1998.

Coincidiendo con Sánchez Ruiz (2012), en la actualidad caracterizamos a la industria cinematográfica mexicana como: concentradora, altamente deficitaria (en cuanto a la balanza entre películas nacionales y extranjeras), estancada en el sector de la producción, y en una tendencia hacia la 'elitización' de sus consumos.²⁰

Pasando a las ramas específicas de la industria, el sector que ha experimentado una recuperación notoria y, hasta cierto punto destacable, es el de la exhibición. Ésta ha incrementado el número de salas y de entradas de forma constante entre 1995 y 2012. Sin embargo, la participación de la cuota de pantalla de las producciones mexicanas sigue en

²⁰ Véase Gómez García 2005.

niveles bajos.²¹ Por consiguiente, los sectores de la distribución y la producción de ámbito nacional permanecen estancados. No obstante, es importante señalar, que a partir de 1997, se puede hablar de algunos éxitos en taquilla que hacen pensar en la posibilidad de relanzar la producción cinematográfica mexicana.²²

La producción cinematográfica mexicana tocó fondo en 1998. Entre 1991 y 1994 el promedio de las producciones mexicanas eran del orden de 44 películas al año, mientras que entre 1995 y 1999 el promedio bajó hasta tan sólo 15 cintas anuales.²³ Sin embargo, después de haber tocado fondo con 10 largometrajes en 1998, las producciones se incrementaron hasta 28 en el 2000. Desgraciadamente, esa suma decreció a 14 largometrajes en el 2002, pero a partir de 2003 y hasta 2012 volvió a aumentar la producción, con un promedio interesante de 65 producciones al año, llegando en el 2013 a la cifra de 126 películas producidas, lo que hace pensar en que la rama de la producción empieza una etapa de consolidación. Otro indicador significativo es que durante el año 2013 se estrenaron 101 películas mexicanas, generando 30,1 millones de entradas de las 248 millones registradas en ese mismo año.²⁴ Sin embargo, tenemos que señalar que sólo una película –*No se aceptan devoluciones*– generó la mitad de las entradas, por lo que hay que valorar estos resultados con cautela y no extrapolar el éxito de una película a toda la rama de la producción mexicana.

La principal productora en la última década ha sido la filial del Grupo Televisa, Telecine. Desde 1998 se han incorporado nuevas productoras como Argos Cine, Titán Producciones, Altavista Films, Coyoacán Films, Indifilms, Lemon Films, Canana Films y Bandidos Films, entre otras. Todas están participando activamente, por medio de coproducciones, con productoras estadounidenses, españolas y argentinas. Al igual que la producción televisiva, la producción cinematográfica se caracteriza por su centralización en la ciudad de México.²⁵

Por otro lado, según datos de IMCINE entre 2010 y 2013, el costo medio de las producciones mexicanas oscilaba entre los 21 y 22,6 millones de pesos.²⁶

Desde los años noventa se mantienen dos fondos estatales, el Fideicomiso para la Producción Cinematográfica (FIDECINE) y el Fondo para la Promoción Cinematográfica (FOPROCINE). Éstas son las dos fórmulas que apoyan directamente la financiación de las producciones mexicanas. El FIDECINE otorga principalmente recursos para producir películas con visión comercial y el FOPROCINE se decanta por el cine artístico y

²¹ Véase IMCINE 2014

²² Véanse Gómez García 2011; Fuertes Martínez 2013.

²³ Véase Gómez García 2005.

²⁴ Véase IMCINE 2014.

²⁵ Véase Muñoz y Gómez 2011.

²⁶ Véase IMCINE 2014: 25.

experimental. El otro instrumento para la financiación de la producción es el Estímulo Fiscal para la Producción Cinematográfica Nacional (EFICINE). En el año 2013 estos tres instrumentos invirtieron 54 millones de dólares para la producción nacional (IMCINE 2014).

La institución gubernamental que tiene como labor la de difundir, gestionar, analizar, ayudar a la producción y organizar gran parte de lo que sucede con el cine mexicano es el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE).

En cuanto a otras medidas de protección que tienen las producciones mexicanas, destacamos que la *Ley de la Industria Cinematográfica* (1998), en su artículo 19, exige a los exhibidores que deben reservar el 10% del tiempo total de exhibición para la proyección de películas mexicanas, y deben estrenarse en salas por un periodo no inferior a una semana.

La distribución de las películas se concentra principalmente en las distribuidoras estadounidenses. Entre 1994 y 2000 cuatro empresas (U.P.I, Columbia, Videocine y Fox) controlaban alrededor del 70% de las películas de estreno en México (Sánchez Ruiz 2001). En los últimos años esta tendencia se ha consolidado en un 80% a favor de las famosas *majors* estadounidenses.²⁷ Por otra parte, la mayoría de las distribuidoras mexicanas no tienen el respaldo comercial y publicitario de las grandes *majors* estadounidenses. Las únicas que han destacado desde la primera década del 2000 son Videocine, Gussi, Alphaville, Cinépolis, Mantarraya, Quality y Corazón Films.

Las producciones estadounidenses desde los años noventa dominan el mercado de la distribución y el de los estrenos en México (Ugalde 1998). La tendencia desde entonces hasta el 2013 oscila entre el 80% y el 85% de estrenos de películas estadounidenses en las pantallas mexicanas.²⁸

La exhibición presenta el escenario con mayor crecimiento y expansión de la industria, debido al incremento sostenido del número de salas y de recaudación.

Hasta finales del 2013, según IMCINE en México existían 604 complejos de cine y 5.547 pantallas. El 40% de las pantallas estaban concentradas en las zonas metropolitanas de la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Sin embargo, sólo dos empresas controlaban el 85% del mercado y acumulaban el 80% de las pantallas. Los dos grupos líderes, de capitales mexicanos, son: la Organización Ramírez con sus complejos Cinépolis, Multicinemas y Cinemas Gemelos; y Cinemex, que al absorber a Multimedios Cinemas Cadena de Oro en el 2008 y comprar los activos de la estadounidense Cinemark en México en 2013, podemos hablar de una estructura cuasi duopólica en el subsector de la exhibición.

Es importante señalar que sólo un 25% por ciento del mercado de la exhibición está

²⁷ Véase Huerta-Wong / Gómez García 2013.

²⁸ Véanse Gómez 2011; Fuertes Martínez 2013; IMCINE 2014.

orientado a las clases populares (aquí sumamos el 10% de estas cadenas de exhibición con el porcentaje de las salas de la Organización Ramírez destinadas a sectores con menores ingresos). De ahí que sostengamos que la infraestructura de la exhibición cinematográfica refleja una clara 'elitización' de estos consumos.

La industria del vídeo y videojuegos

Esta industria es una de las que ha sufrido mayores cambios, esto como consecuencia de la digitalización y los consumos de estos productos en las últimas tres décadas. Incluso podemos decir que es la que ha tenido mayores problemas en términos de ingresos y, al mismo tiempo, es en donde podemos observar la emergencia de nuevos jugadores y posibilidades. La última figura en dicha industria es el servicio de vídeo por descarga por suscripción de series y películas por Internet.

El sector cuenta con una incursión de la piratería alarmante, ya que según datos de la Procuraduría General de la República (PGR) uno de cada dos vídeos o DVD que se alquilan o venden en el país son piratas. De hecho, de enero a julio de 2003, la PGR había decomisado 2.345.000 vídeos y DVD piratas.²⁹

La distribución de la industria está controlada principalmente por tres de los grandes estudios estadounidenses y una empresa mexicana: Buenavista, Warner, Columbia – estadounidenses– y Videomax –mexicana– respectivamente. En cuanto a los videoclubs la cadena más importante en este campo es Blockbuster, la cual facturó 117,7 millones de dólares durante el 2013. Las 320 sucursales en territorio mexicano, de la otrora cadena estadounidense, fueron adquiridas en el 2014 por TV Azteca por 408 millones de pesos.³⁰

Desde la segunda década del 2000 se ofrece en México el servicio de vídeo por descarga. La compañía estadounidense Netflix empezó a operar en México en el 2011; y desde el 2013 Telmex, a través de su compañía Clarovideo, también ofrece series y películas vía Internet. Estas dos son las compañías líderes. Las otras empresas que ofrecen dicho servicio en México son Veo (Televisa), Crackle (Sony), Vudu (Walmart), Yuzu, iTunes y Klic (Cinépolis). A mediados del 2014 Netflix México contaba con alrededor de 1,3 millones de abonados, los cuales pagan por dicho servicio distintas tarifas, que van desde los 89 pesos, siete dólares, hasta los 149 pesos al mes, 11,5 dólares.³¹ Por su parte, Clarovideo tiene una tarifa plana de 69 pesos, cinco dólares, al mes.

²⁹ Véase *Reforma*, 25 de agosto de 2003.

³⁰ Véase CNNExpansión 2014.

³¹ Véase Alonso 2014.

El otro mercado que ha crecido considerablemente durante los últimos años, siguiendo las tendencias globales, son los videojuegos. Este subsector se encuentra en pleno desarrollo al crecer del 2007 al 2012 en un 50%, superando, por ejemplo, a la industria musical y de la radio en materia de ingresos totales en el 2012 (véase Tabla 1.1). Sobre este particular podemos anotar que en México se producen muy pocos videojuegos, por lo que se puede afirmar que este país latinoamericano no participa de forma significativa en la creación de estos contenidos audiovisuales de última generación y alta rentabilidad.

Consideraciones finales

Como una primera conclusión, caracterizamos a la estructura de la industria audiovisual mexicana como oligopólica, al estar controlados sus mercados por un puñado de empresas. Asimismo, observamos que los capitales extranjeros están participando de forma ascendente en todos los sectores de la industria. Sólo con excepción de los sectores de la televisión en abierto y la exhibición cinematográfica, los capitales mexicanos son los que predominan ampliamente. No obstante, es en esos sectores en donde se advierte una concentración agudizada.

Además, observamos que la balanza total de bienes audiovisuales (televisión, cine y vídeo), cada vez más, está siendo dominada por los productos estadounidenses, lo que confirma la tendencia de ser una industria deficitaria en términos globales,³² es decir, se importa más de lo que se exporta.

Ante esta situación observamos claramente que los gobiernos mexicanos no están participando de forma decidida para plantear políticas alternativas a los distintos sectores de la población mexicana y, sobre todo, a aquellos que por su poder adquisitivo no pueden tener acceso a gran parte de la infraestructura audiovisual y comunicativa (salas de cine, televisión de pago e Internet) que han desarrollado y ofrecen los capitales privados.

De tal forma, concluimos que por un lado existe una oferta amplia y diversa de contenidos audiovisuales en México para sectores medios y altos, mientras que por el otro, al replegarse el Estado de este sector como propietario y productor, gran parte de la población mexicana, al no tener el poder adquisitivo necesario, carece de alternativas para consumir productos audiovisuales. Esta situación genera condiciones favorables para la piratería, ya que es la forma por la que los sectores socioeconómicos de bajos estratos pueden acceder a dichos productos culturales.

Es importante señalar que las leyes impulsadas, hasta ahora, han ido en la lógica de la liberalización de los mercados audiovisuales. La nueva ley que entró en vigor en agosto de

³² Véase Sánchez Ruiz 2001.

2014 en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, sigue esa línea y puede ser caracterizada como una ley desregulatoria de segunda generación, ya que no plantea ningún límite a la concentración cruzada y otorga licencias convergentes por 20 años. Al mismo tiempo, queda pendiente en los rubros de autonomía al servicio público el impulso al tercer sector, y su implementación se verá reflejada, seguramente, a medio plazo. Probablemente, el único cambio considerable y positivo será la incursión de dos nuevos jugadores en el mercado de la televisión en abierto, rompiendo tres décadas de duopolio televisivo. Al mismo tiempo se impulsa la posibilidad de que en materia de telecomunicaciones y radiodifusión desembarquen capitales y empresas extranjeras. Por lo demás, la democratización del sistema televisivo, en términos de contrapesos de la participación de otros sectores al comercial, como el público y comunitario-social, seguirá siendo deficitaria.

Otra conclusión que se deduce de esta última, es que las televisoras Televisa y TV Azteca, siguen marcando la agenda en materia de políticas públicas de comunicación al conseguir que la tan anunciada reforma de las telecomunicaciones les permita seguir creciendo de forma horizontal, vertical y cruzada, así como mantener sus condiciones de privilegio frente a posibles nuevos competidores. Lo que les permite seguir creciendo tanto a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, pese a que la nueva ley dejó de lado varias demandas ciudadanas y quedó establecido el poder que ejercen las televisoras sobre los partidos políticos, es importante destacar que la sociedad civil mexicana, por primera vez, se está involucrando en la discusión de manera significativa, ya que los temas sobre los medios y las telecomunicaciones, finalmente ya son parte de la agenda pública ciudadana.

Finalmente, también es importante subrayar que la nueva legislación no inhibe la concentración, sino al contrario promueve la consolidación de grupos de comunicación convergentes, lo que les permitirá hacer frente a los capitales extranjeros y a competir en los mercados regionales y globales.

Bibliografía

- ALONSO, Ramiro (2014): 'Netflix mantendrá precios en México'. En: *El Financiero*, 14 de mayo. <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/netflix-mantendra-precios-en-mexico.html> [19.12.2014].
- CNNEXPANSIÓN / REUTERS (2014): 'Elektra compra Blockbuster México'. En: *CNNExpansión*, 14 de enero. <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/01/14/elektra-compra-de-blockbuster> [19.12.2014].
- CROVI DRUETTA, Delia (2001): 'El tratado de libre comercio de América del Norte ¿Hacia una nueva etapa? El proyecto Monarca'. En: Fernando Quirós Fernández / Francisco Sierra Caballero (eds.): *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 135-152.

FUERTES MARTÍNEZ, Marta (2013): 'La cinematografía mexicana como industria cultural. Una revisión de sus políticas y de su mercado desde la década de los ochenta'. En: Delia Covi Druetta (ed.): *Las industrias culturales en México. Estrategias y políticas gubernamentales*. México: Tintable.

GETINO, Octavio (1998): *Cine y televisión en América Latina. Producción y mercados*. Buenos Aires: Ciccus.

GÓMEZ GARCÍA, Rodrigo / Toby Miller / André Dorcé (2014): 'Converging from the South: Mexican Television in US'. En: Arlene Dávila / Yeidy M. Rivero (eds.): *Contemporary Latino/a Media. Production, Circulation, Politics*. New York: NYU Press, pp. 44-61.

GÓMEZ GARCÍA, Rodrigo (2011): 'Políticas e Industrias Culturales'. En: *Panorama de la Comunicación en México 2011. Desafíos para la calidad y diversidad*. México: AMEDI.

GÓMEZ GARCÍA, Rodrigo (2008): 'Políticas e industrias audiovisuales en México. Apuntes y diagnóstico'. En: *Comunicación y Sociedad*, 10, pp. 191-223.

GÓMEZ GARCÍA, Rodrigo (2005): 'La industria cinematográfica mexicana 1992-2003 estructura, desarrollo, políticas y tendencias'. En: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 22, pp. 249-276.

GÓMEZ GARCÍA, Rodrigo (2004): 'TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica'. En: *Comunicación y Sociedad*, 1, pp. 52-91.

GUERRERO, Vania (2014): 'Pierde Slim para ganar'. En: *Mediatelecom*, 9 de julio. <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/telecomunicaciones/empresas/item/69053-pierde-slim-para-ganar> [28.10.2014].

HINOJOSA CÓRDOVA, Lucila (2012): 'Economía Política del Cine mexicano: oferta y consumo de películas nacionales en Monterrey, México (2001-2010)'. En: *Revista Eptic Online*, 14, 3. <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/537> [28.10.2014].

HUERTA-WONG, Juan Enrique / Rodrigo Gómez García (2013): 'Concentración y diversidad de los medios de comunicación y telecomunicaciones en México'. En: *Comunicación y Sociedad*, 19, pp. 113-152.

INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (2014): 'Anuario estadístico de cine mexicano 2013'. México: SEP / CONACULTA. http://www.imcine.gob.mx/sites/536bfc0fa137610966000002/content_entry537f86d593e05abc55000247/53ce9ce49d727985f20002be/files/anuario_2013.pdf [19.12.2014].

MUÑOZ LARROA, Argelia / Rodrigo Gómez García (2011): 'Analysis of the Film Production District in Mexico City, 2006–2008'. En: *International Journal of Communication*, 5, pp. 844-874. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/973/565> [19.12.2014].

NEGRETE PACHECO, Jorge Fernando (2014): 'Efectos de la regulación de preponderancia en radiodifusión'. En: *Mediatelecom*, 20 de marzo. <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/agencia-informativa/colaboradores/item/61949-efectos-de-la-regulacion-de-preponderancia-en-radiodifusion> [19.12.2014].

OFFICE OF THE SPECIAL RAPPORTEUR FOR FREEDOM OF EXPRESSION OF THE INTER-AMERICAN COMMISSION ON HUMAN RIGHTS (2009): *Freedom of Expression Standards for Free and Inclusive Broadcasting*. Washington, D.C.: OAS. <http://www.oas.org/en/iachr/expression/docs/publications/Broadcasting%20and%20freedom%20of%20expresion%20FINAL%20PORTADA.pdf> [19.12.2014].

OROZCO, Guillermo (2002): *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa.

ORTEGA, Carmen Patricia (2006): *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. México: UAM-X.

PWC (2012): *Entertainment & Media Outlook 2012-2016*. Los Angeles: Pricewaterhouse Coopers.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (2012): 'El tratado de libre comercio y la casi desaparición del cine mexicano'. En: Incine (ed.): *El Estado y la imagen en movimiento. Reflexiones sobre políticas públicas y el cine mexicano*. México: IMCINE / CONACULTA, pp. 291-312.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (2001): 'Globalization, Cultural Industries, and Free Trade: The Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age'. En: Vincent Mosco / Dan Schiller (eds.): *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism*. Maryland: Rowman & Littlefield, pp. 86-119.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (2000): 'La televisión y el sector audiovisual mexicano. Breve examen de flujos asimétricos'. En: *Revista Universidad de Guadalajara*, 20, pp. 55-62.

SOSA PLATA, Gabriel (2014): 'El fracaso y el éxito de la reforma estructural de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México'. En: *Observacom*. <http://observacom.org/el-fracaso-y-el-exito-de-la-reforma-estructural-de-las-telecomunicaciones-y-la-radiodifusion-en-mexico/> [19.12.2014].

SOSA PLATA, Gabriel / Rodrigo Gómez García (2008): 'Reforma a la legislación de radio, televisión y telecomunicaciones en México (2005–2007)'. En: Aimée Vega / Maricela Portillo / Jerónimo Repoll (eds.): *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*. México / Villahermosa: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación-Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, pp. 55-66.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence (2009): *La televisión pública en México. Directorio y Diagnóstico (2007-2008)*. México: UNAM / Plaza y Valdés.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence (1998): *Televisión sin fronteras*. México: Siglo XXI.

TREJO DELARBRE, Raúl (2014): 'América Móvil: Jugada a varias bandas'. En: *Letras Libres*, 9 de julio. <http://www.letraslibres.com/blogs/polifonia/america-movil-jugada-de-varias-bandas> [19.12.2014].

TREJO DELARBRE, Raúl (2013): 'Menos poder a los viejos consorcios, más pluralidad de medios en México'. En: *El País*, 12 de marzo. http://elpais.com/elpais/2013/03/12/opinion/1363057518_532970.html [19.12.2014].

UGALDE, Víctor (1998): 'Panorama del cine en México: cifras y propuestas'. En: *Estudios cinematográficos*, 14. México: UNAM, pp. 45-59.

El menosprecio del Estado Mexicano hacia las radios comunitarias e indígenas

Graciela Martínez Matías

(Universidad Autónoma de la Ciudad de México)

La radio en México data de una larga tradición, sus primeros experimentos son de principios del siglo XX, cuando esta nación aún herida por la revolución intentaba, a través de distintas vías, una de ellas este medio sonoro, cohesionar a los distintos grupos sociales disgregados a lo largo y ancho del territorio. La radio forma parte de la historia del mexicano, de su biografía e identidad. Sin embargo, poca relevancia se le ha dado en términos de investigación científica y académica. Después de una ardua revisión, encontramos poca producción bibliográfica sobre el tema.

Por tanto, y a la luz de la nueva *Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013*, y sus respectivas leyes secundarias (2014), intentaremos hacer un análisis y reflexión de cómo este medio de comunicación de masas, de primera importancia para los ciudadanos, es despreciado por el Estado Mexicano, principalmente en sus modalidades de radio comunitaria e indígena.

Las preguntas que dan origen a este trabajo son las siguientes: ¿Por qué el Estado Mexicano desprecia y violenta de manera continua a los medios comunitarios e indígenas? ¿Cuáles son las razones que impiden un reconocimiento legal a estas radios primordiales para la cohesión social de las comunidades de México? ¿Cuáles son los motivos legales que impiden al Congreso reconocer la comunicación comunitaria e indígena de este país? Los cuestionamientos son complejos y las respuestas implican retos teóricos y de investigación ardua, por lo que el presente escrito se construye a partir de un seguimiento a las leyes secundarias, en específico a dos artículos que incumben a los hoy denominados medios de uso social (los correspondientes a las concesiones (83) y a la comercialización (89)), a artículos periodísticos de expertos en el tema, y a entrevistas y documentos proporcionados por la vicepresidenta de la Red de Mujeres de AMARC (Asociación Mundial de Radios Comunitarias), María Eugenia Chávez, y por el representante de la Comisión de Seguimiento del Congreso Nacional de Comunicación Indígena, Melquiades Rosas.

1.1 La radio... más allá de la técnica, significación, cultura e identidad

La radio es el medio de comunicación que mayor penetración y trascendencia ha tenido en el mundo, desde su nacimiento en 1895 en Bolonia, Italia, hasta la fecha. En México, la radio

como *broadcasting* se origina en 1921 con la participación de los pioneros Adolfo Gómez Fernández (21 septiembre) y Constantino de Tárnava (9 de octubre). Estos datos multicitados únicamente los mencionamos para acentuar la notoriedad del medio en la sociedad mexicana. Peppino Ortoleva (2002), investigador de la Universidad de Turín, menciona que hablar de la RAI (Radio y Televisión Italiana), implica hablar de la historia contemporánea de Italia. Así sucede con la radio mexicana; ésta ha sido testigo y protagonista de diversos momentos de la biografía de este país.¹

A través de diversas coyunturas sociales, culturales y económicas, en México y otras partes del orbe se ha dado origen a estaciones radiofónicas que responden a demandas comunicativas particulares; estas necesidades, de acuerdo con Jerry Booth y Peter Lewis (2000), llevan al establecimiento de modelos de radio; los más conocidos son los comerciales, privados, públicos y comunitarios². En el territorio nacional predominan los comerciales, empero ante la diversidad cultural y las exigencias de disponer de espacios de comunicación propios que reflejen su identidad, hábitos, costumbres y cosmovisiones del mundo, proliferan las radios comunitarias e indígenas, división semántica absurda, pues de alguna manera todas son comunitarias al dirigirse a un sector de la población delimitado geográficamente.

Miguel Concha Malo,³ establece que "las radios comunitarias cumplen con el fin social de mantener informados a los miembros de una comunidad respecto a cuestiones trascendentales: supervivencia, seguridad, necesidades de la vida cotidiana, relaciones familiares, etcétera" (Concha Malo 2011). Ninguna radio comercial o privada puede suplantar las funciones que tienen los modelos sociales por una sencilla razón, son incapaces de decodificar códigos culturales locales que no les pertenecen.

En la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013, estos esquemas de comunicación se conceptualizan bajo el término de medios de uso social; el abogado Javier Corral los valora de la siguiente manera:

¹ 1924, Fundación de CZE Radio Educación; 1937, creación de la primera radio universitaria, Radio UNAM; 1930, inicio de la XEW, y una nueva industria cultural a través de su *star system* sonoro (cómicos, cantantes, actores, escritores, creativos); 1938, nace la XEW, y la radio será testigo de la Segunda Guerra Mundial; 1950, la radio anuncia la llegada de un nuevo medio: la televisión, etc y así podríamos ejemplificar infinidad de hechos que tuvieron como observador y difusor principal a la radio.

² En otras latitudes se denominan radios libres (Italia), asociativas (Francia), *community* (Inglaterra), mineras (Bolivia), indígenas y comunitarias (México).

³ Director General del Centro de Derechos Humanos 'Fray Francisco de Vitoria OP', A.C.

Los medios de uso social genéricos, cumplen un papel fundamental en el fortalecimiento de la democracia, son los más independientes en su cobertura informativa y con mayor orientación social, educativa y cultural. Los comunitarios e indígenas son instrumentos valiosísimos en la preservación y desarrollo de la cultura de los pueblos y las comunidades más apartadas (Corral 2014)⁴

Cierta es la anterior acepción, sin embargo la acción de producir radio, y radio comunitaria, va mucho más allá. Existe poca reflexión científica sobre este oficio, arte y profesión. Quien hace la radio es un *homo faber* constructor de significados que a través de la poética estética y el lenguaje radiofónico reconstruye su realidad; y a partir de esa reconstrucción sonora se conoce y reconoce a sí mismo y a quienes le rodean. Por tanto, hacer radio es elaborar significados, contenidos que producen una vida en común con el *otro*. De ahí el valor de la radio de uso social: produce discursos sonoros para ese *otro* que en algún momento somos nosotros.

1.2 Las radios de uso social en México

Las radios comunitarias e indígenas en México están ligadas a reivindicaciones sociales de sectores especialmente vulnerables. Se definen así en la medida en que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos y como un espacio de encuentro: las radios comunitarias e indígenas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales.

Algunos elementos que las definen son la posición ideológica progresista que ostentan, y ser vehículos de cohesión social, identidad y cultura de las comunidades en que se insertan. La mayor parte de estas emisoras recalcan como principios fundamentales: la libertad de expresión y el derecho a la información.

En México existen desde hace cincuenta años. La primera radio comunitaria mexicana es Radio Teocelo⁵ fundada en 1964 por el Grupo Promotor de Asistencia Social que obtuvo el permiso por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; de esa fecha al 2014, cientos de radios comunitarias e indígenas se han establecido en poblados grandes y pequeños, rurales y urbanos del territorio nacional.

María Eugenia Chávez Fonseca, vicepresidenta de la Red de Mujeres de la AMARC México señala que no se tiene un número identificado de emisoras comunitarias en virtud de que frecuentemente son proyectos efímeros: "no tienen certeza jurídica, no cuentan con una

⁴ Javier Corral es senador de la República por parte del Partido Acción Nacional.

⁵ Radio Teocelo transmite a más de 300 mil habitantes de los municipios de Teocelo, Xico, Coatepec, Cosautlán, Ixhuacán, Ayahualulco, Tlaltetela, Totutla, Huatusco, Emiliano Zapata, Jalcomulco, Acajete, Banderilla y parte de Xalapa, capital de Veracruz.

base fuerte de sustentabilidad en términos de recursos humanos y recursos económicos, pero principalmente, por la persecución y cierre que ejercen las autoridades".

La experta en medios comunitarios en México enfatizó que la mayoría de estas radios existen fuera de la legalidad ya que no cuentan con el adecuado acceso a la información para solicitar una licencia.

Datos proporcionados por la maestra Chávez Fonseca evidencian el mapa actual de las radios comunitarias en México:

En 1964 las dos primeras radios comunitarias reciben permiso. Una de ellas en la banda AM y otra en Onda Corta. Ambas se encuentran en el estado de Veracruz y subsisten hasta el día de hoy. La primera se ubica en Teocelo, Veracruz; la segunda en Huayacocotla. Ésta transmite en la banda FM, en virtud de que en el 2005 recibió un permiso.

En el periodo que va de 2004 a 2013, la AMARC pudo tramitar diez permisos para radios comunitarias a través de una estrategia jurídico-política que permitió hacer uso del artículo 13 de la *Ley Federal de Radio y Televisión* vigente hasta el 12 de agosto de 2014. De esos diez permisos, ocho emisoras siguen siendo asociadas a la AMARC. De una⁶ de las restantes se desconoce su existencia, al haberse dado de baja como asociada de la AMARC, y de la otra se sabe que venció su permiso. Al encontrarse en una situación indefinida en su estructura asociativa, perdió la posibilidad de obtener un refrendo, pero la solicitud de un nuevo permiso se encuentra en trámite.

En 2010 la AMARC tramitó seis permisos más. Por tanto, la suma de emisoras con permiso son catorce, y seis más se encuentran gestionando su licencia. En resumen: la AMARC cuenta con 34 asociadas, catorce con licencia vigente, seis en trámite y catorce en proceso de iniciarlo.

Chávez Fonseca apunta que además de las asociadas a la AMARC, se tiene conocimiento de permisos otorgados a otras radios comunitarias: "ubicamos una en Michoacán, una en Aguascalientes, una en Cancún y otra en Bachajón, Chiapas (recientemente otorgado el permiso). De esta manera, en un cálculo aproximado, en México existen 20 radios comunitarias permisionadas".

¿Pero que ocurre con aquellas emisoras que no se encuentran afiliadas a la AMARC y no tienen permiso? Es difícil saberlo, pues en múltiples territorios hay demandas de espacios de expresión, y con el uso de las nuevas tecnologías se facilita la construcción de estos medios alternativos. Se tiene constancia, externa la maestra Chávez, de que en Michoacán hay un gran número de proyectos surgidos en los últimos diez años. Esto también sucede en Oaxaca,

⁶ Estaba ubicada en Texcoco, Estado de México.

estado en el que existe una organización llamada Coordinadora Nacional de Radios Comunitarias, vinculada a la sección 22 del SNTE; ellos afirman que tienen 80 asociadas.

Estas radios comunitarias⁷ son emanadas para satisfacer necesidades sociales, culturales, políticas, comunicativas, económicas, atmosféricas (de fenómenos naturales), y de diversos grupos étnicos, políticos, ciudadanos que requieren un espacio de expresión. Sin embargo, uno de los problemas a los que se enfrentan es el económico, ya que a pesar de que los trabajadores laboran sin remuneración alguna, el equipo de grabación y transmisión requiere de mantenimiento. La vicepresidenta de la Red de Mujeres de la AMARC, lo expresa en sus propias palabras: "Las emisoras tienen prohibido comercializar su tiempo aire, por lo tanto, tienen que ser creativas en la manera de sostenerse. Lo más importante es que la radio es operada por personas de la comunidad que realizan trabajo voluntario, sin embargo, necesitan ingresos de recursos económicos para mantener en buen funcionamiento los equipos, por tanto, organizan actividades que pueden generarles algunos ingresos como rifas, conciertos, kermeses, colectas, etcétera, y reciben donativos de algunas personas de la comunidad".

México por su naturaleza multicultural, historia y tradición cultural es bastión de medios comunitarios. Los estados con mayor número de proyectos de radiodifusión comunitaria son: Michoacán, Estado de México, Puebla, Veracruz, Guerrero y Oaxaca. La maestra Chávez Fonseca resalta un dato:

Sabemos que en Chiapas existe un gran número de emisoras comunitarias, sin embargo, no han tenido acercamientos con la AMARC. Excepto Radio Proletaria de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, misma que se asoció pero no mantuvo comunicación con la red. En los estados del norte sí existen algunos proyectos pero son menores a los del occidente-centro-sur.

Esta información nos lleva a deducir que surgen más radios comunitarias en el seno de territorios con elevado número de grupos culturales indígenas. Es un modelo de radio de gran tradición en este país que contribuye al enriquecimiento de la ecología mediática nacional, entonces: ¿por qué ha sido maltratado por el Congreso de la Unión que ejecutó las leyes secundarias de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013? Acaso no se dan cuenta que sin pluralidad de medios es difícil exista una diversidad cultural.

⁷ Dentro de este grupo de emisoras comunitarias es importante señalar que no estamos incorporando a las emisoras de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos indígenas (CDI), ya que en términos conceptuales y legales éstas pertenecen a una institución del Estado y eso les otorga el estatus de medios públicos.

1.3 La radio de uso social en las leyes secundarias de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013

Medios de uso social son el concepto o figura jurídica usada por los legisladores de la Cámara de Diputados y Senadores para denominar lo que en México por años se ha llamado medios comunitarios y medios indígenas. El término es cuestionable si somos rígidos, en virtud de que otros modelos de radio y televisión también son de uso social. El objetivo de este inciso es hablar de estos tipos de comunicación, sustantivos para la democracia que requiere el Estado Mexicano, y su vinculación con *la Ley Federal de Radio y Televisión 2013*. Para iniciar retomamos el fragmento de Darío Ramírez:

La comunicación es el ejercicio natural de un derecho: el derecho a la libertad de expresión. Por ello, para hablar de una regulación de los medios, de autorregulación y de las leyes que los regulen debemos reconocer e incorporar la perspectiva de los derechos humanos: la libertad de expresión como un derecho fundamental. La formación social de quienes ejercen la comunicación no puede entenderse si no está enmarcada en este derecho con sus garantías y sin más límites que los establecidos en los tratados internacionales y el ordenamiento jurídico nacional (Ramírez 2011: 87).

La comunicación, como menciona el director de Artículo 19, es un derecho humano que intentan ejercer los medios de uso social en México. Éstos como factores de cohesión social intentan establecer una comunicación y diálogo interculturales⁸ equitativos. Sin embargo, los gobiernos locales y federales otorgan poca importancia al papel que estos medios tienen en nuestro país; por años los han marginado y menospreciado; además de acusarlos de ilegalidad, piratería y competencia desleal con relación a las radios comerciales.

En la segunda década del Siglo XXI, cuando pensamos utópicamente en un Estado mexicano desarrollado, con Congresos comprometidos con las necesidades de la sociedad creando leyes de avanzada, la realidad golpea los sueños y nos encontramos con gobiernos y legisladores comprometidos con intereses de los poderes fácticos, generando marcos jurídicos contra los grupos sociales más vulnerables, y en general, contra la ciudadanía mexicana.

Vayamos en orden. En junio de 2013 el Diario Oficial de la Federación publicó la Reforma Constitucional de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Sus contenidos, especialmente en materia de radio generaron esperanzas al incluir por vez primera la figura de medios de uso social en clara referencia a los comunitarios e indígenas por años perseguidos y criminalizados por su posición ideológica, credo o etnia.

⁸ "La interculturalidad remite a dos grandes dimensiones: la posibilidad de conversar con otros. Pero ello sólo es posible en la validación de mi palabra y en la irreductibilidad de la palabra del otro. La interculturalidad es diálogo. La interculturalidad se juega el desafío de conversar en la lengua del otro, y de convocar a que el otro hable en mi lengua" (Lizarazo 2012).

Sin embargo, un año después el optimismo por la nueva ley se diluyó. El 14 de julio de 2014 el Diario Oficial de la Federación publicó⁹ *La Ley Federal de Telecomunicación y Radiodifusión 2014*, después de más seis meses de rezago. Las Cámaras de Diputados y Senadores aprobaron las tan ansiadas leyes secundarias en esta materia, sin embargo para los ciudadanos mexicanos este documento nodal para la construcción de una sociedad democrática, incluyente y plural deja vacíos; demuestra falta de compromiso cívico de quienes elaboran las leyes en este país; falta de respeto por sus gobernados y una ignorancia gigantesca por el significado de los medios de comunicación de uso social.

Esta nueva ley, trastoca, señala el senador Javier Corral Jurado, dos ejes fundamentales de la Reforma Constitucional: a) fomentar la competencia de medios comerciales, y b) promover la calidad, pluralidad y diversidad de los contenidos a través de los medios públicos y de uso social. Hecha por la borda dos de sus grandes definiciones: la de telecomunicaciones y radiodifusiones como servicios públicos de interés general y su concepción de derechos humanos, centralmente el derecho a la información.¹⁰

Este marco jurídico viene a fortalecer a los medios comerciales y a debilitar a los de servicio público y uso social. En este sentido el analista de medios, Gabriel Sosa Platas escribió que esta ley causó decepción, tristeza en ciertos grupos "porque legisladores y partidos políticos fueron condescendientes en el diseño de la ley con ciertos grupos de interés, mientras que a otros los ignoraron o les dieron migajas" (Sosa Platas 2014) o mostraron su mezquindad por otras formas de comunicación social.

Las leyes secundarias dan cuenta del desprecio e ignorancia de diputados y senadores por los medios de uso social, pero sobre todo exhiben su falta de respeto por lo precisado en la Constitución. La ley es tan amplia y compleja que para el presente escrito únicamente nos referiremos a dos artículos: régimen de concesiones y comercialización de medios de uso social, que consideramos son discriminatorios y van en contra del derecho a comunicar.

En el título cuarto dedicado al régimen de concesiones se establece en el artículo 66, una "concesión única para prestar todo tipo de servicios". Recordemos que en la ley anterior existían concesiones y permisos. Ya en el artículo 67, se señala que de acuerdo con sus fines la concesión única será: para uso comercial, para uso público, para uso social y para uso privado.¹¹

⁹ Véase http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014 [27.10.2014].

¹⁰ Véase Corral 2014.

¹¹ Véase artículo 67:

I. Para uso comercial: Confiere el derecho a personas físicas o morales para prestar servicios públicos de telecomunicaciones y de radiodifusión, con fines de lucro a través de una red pública de telecomunicaciones;

Con esto queda definido que únicamente existirán medios concesionados en modalidades antes referidas. Sin embargo, las diferencias entre medios comerciales, públicos y de uso social las encontramos en el artículo 83, que a la letra señala:

Artículo 83. Las concesiones sobre el espectro radioeléctrico para uso público o social se otorgarán mediante asignación directa hasta por quince años y podrán ser prorrogadas hasta por plazos iguales, conforme lo dispuesto en el Capítulo VI de este Título. Bajo esta modalidad de concesiones no se podrán prestar servicios con fines de lucro, ni compartir el espectro radioeléctrico con terceros. Lo anterior, sin perjuicio de la multiprogramación de las concesiones de radiodifusión en la que se podrá ofrecer capacidad a terceros de conformidad con esta Ley.

Las dependencias y entidades del Ejecutivo Federal podrán compartir entre ellas las bandas de frecuencia concesionadas para los fines a los que fueron concesionados, previa autorización del Instituto. Las solicitudes de autorización de cesión relacionadas con bandas de frecuencia necesarias para la seguridad serán analizadas en forma prioritaria. (Gobierno del Estado de México 2014).

Este artículo 83 castiga de forma severa a los medios de uso social que por naturaleza sufren carencias. Melquiades Rosas en representación de la Comisión de Seguimiento del Congreso Nacional de Comunicación Indígena destaca ciertos problemas e inequidades para estas radiodifusoras en lo que se refiere a las concesiones. La crítica principal es que establece un periodo de máximo 15 años para los de uso social y para las concesiones de uso comercial hasta por 20 años. Con estas medidas difícilmente se podrá fomentar la competencia tal y cómo se pretendía en la Reforma Constitucional y en las discusiones académicas y jurídicas del 2013. Además de que nuevamente se acota las restricciones para la obtención de recursos

II. Para uso público: Confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones.

Bajo este tipo de concesiones se incluyen a los concesionarios o permisionarios de servicios públicos, distintos a los de telecomunicaciones o de radiodifusión, cuando éstas sean necesarias para la operación y seguridad del servicio de que se trate.

En este tipo de concesiones no se podrán explotar o prestar con fines de lucro servicios de telecomunicaciones, de radiodifusión o capacidad de red, de lo contrario, deberán obtener una concesión para uso comercial;

III. Para uso privado: Confiere el derecho para servicios de telecomunicaciones con propósitos de comunicación privada, experimentación, comprobación de viabilidad técnica y económica de tecnologías en desarrollo o pruebas temporales de equipos sin fines de explotación comercial, y

IV. Para uso social: Confiere el derecho de prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. Quedan comprendidas en esta categoría las concesiones comunitarias y las indígenas; así como las que se otorguen a instituciones de educación superior de carácter privado.

Las concesiones para uso social comunitaria, se podrán otorgar a organizaciones de la sociedad civil que no persigan ni operen con fines de lucro y que estén constituidas bajo los principios de participación ciudadana directa, convivencia social, equidad, igualdad de género y pluralidad.

Las concesiones para uso social indígena, se podrán otorgar a los pueblos y comunidades indígenas del país de conformidad con los lineamientos que emita el Instituto y tendrán como fin la promoción, desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos promoviendo sus tradiciones, normas internas y bajo principios que respeten la igualdad de género, permitan la integración de mujeres indígenas en la participación de los objetivos para los que se solicita la concesión y demás elementos que constituyen las culturas e identidades indígenas.

económicos. Sin solvencia monetaria la migración tecnológica se torna complicada y se corre el riesgo de la desaparición de muchas de estas emisoras.

Con relación a la comercialización, el Artículo 89¹² marca nuevamente una grave inequidad que viene de la mano con el artículo anterior: se limitan de forma ofensiva las fuentes de obtención de ingresos. Se les impide comercializar algún porcentaje de sus transmisiones. Con estas medidas se reduce su crecimiento y desarrollo. Pareciera ser que en el imaginario de los legisladores prevalece la idea de que estas radios por siempre deben ser débiles y pobres.

Esta prohibición representa un éxito político para la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y de uno de sus sindicatos, ya que durante el mes de junio en sus estaciones agremiadas difundieron una campaña en que advirtieron del riesgo que corría la radiodifusión comercial si a los medios de uso social se les permitía un alto porcentaje de comercialización de sus espacios, además de señalar que éstos representaban una clara competencia desleal para ellos.

Javier Corral en su página web publicó: "claramente no es así, estas leyes son una agresión al derecho de las audiencias, que confieren a los concesionarios de la radiodifusión comercial la posibilidad de aumentar el tiempo de publicidad de 18% hasta un 38% o más del tiempo total de la programación, así como dejar a la discrecionalidad de los concesionarios la distribución de estos porcentajes en los horarios que a estos más convengan. Una muestra del

¹² Artículo 89. Los concesionarios de uso social, acorde con sus fines, podrán obtener ingresos de las siguientes fuentes:

I. Donativos en dinero o en especie;

II. Aportaciones y cuotas o cooperación de la comunidad a la que prestan servicio;

III. Venta de productos, contenidos propios previamente transmitidos de conformidad con su fin y objeto o servicios, acordes con su capacidad tanto legal como operativa sin que se encuentre comprendida la emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad, con excepción de lo dispuesto en la fracción VII del presente artículo;

IV. Recursos provenientes de entidades públicas para la generación de contenidos programáticos distintos a la comercialización;

V. Arrendamiento de estudios y servicios de edición, audio y grabación;

VI. Convenios de coinversión con otros medios sociales para el mejor cumplimiento de sus fines de servicio público, y

VII. Venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes. Las Entidades Federativas y Municipios podrán autorizar hasta el uno por ciento para dicho fin de conformidad con sus respectivos presupuestos.

Lo dispuesto en esta fracción sólo será aplicable para las concesiones de uso social comunitarias e indígenas.

La ausencia de fines de lucro implica que dichos concesionarios no perseguirán dentro de sus actividades la obtención de ganancias con propósitos de acumulación, de tal suerte que los remanentes de su operación sólo podrán invertirse al objeto de la concesión. Para recibir donaciones en dinero o en especie, los concesionarios de uso social deberán ser donatarios autorizados en términos de las disposiciones aplicables.

Los concesionarios de uso social que presten el servicio de radiodifusión deberán entregar anualmente al Instituto, la información necesaria con el objeto de verificar que la fuente y destino de los ingresos se apeguen a los fines para los cuales fue otorgada la concesión.

penoso servilismo del gobierno a los intereses privados; en detrimento incluso de los medios que maneja como propios" (Corral 2014).

Como se lee en el artículo 89, a las radios indígenas se les permite acceder a donativos y al presupuesto destinado al gasto de comunicación social, pero con un límite: el 1% de los recursos federales etiquetados para ese rubro y hasta el 1% de los gobiernos estatales y municipales. Además, establece Melquiades Rosas, es criticable la codependencia gubernamental que vía legal se le impuso a estos concesionarios para su sobrevivencia, y el mantener el monopolio de los recursos destinados a la publicidad y la propaganda en la radiodifusión en prácticamente las mismas manos. Esto significa que cualquier comerciante o micro empresario local, no tendrá posibilidades de anunciarse en una radio indígena, aunque sea la única estación de la región. Esto es una muestra de falta de incentivos -y de sensibilidad- para el desarrollo económico de las comunidades indígenas. Finalmente, Melquiades Rosas señala que

el gobierno y los legisladores que apoyaron la nueva ley no quisieron equilibrar los tres modelos de radiodifusión: comercial, público y social. Y era el momento para hacerlo, luego de que la administración pasada otorgó más de 500 frecuencias de FM a la radiodifusión comercial, lo que agudizó más los desequilibrios entre los diferentes usos de la radio (Rosas 2014).

Sin duda, faltan muchísimos puntos más de las leyes secundarias por analizar, discutir y reflexionar. En este primer documento se pretendió enfatizar la importancia del medio radiofónico como constructor de significados a partir de las radios de uso social y ofrecer un mapa actual de las radios comunitarias (e indígenas en ese país), para llegar a la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión y sus leyes secundarias en particular en los artículos 83 y 89 referentes a las concesiones y comercialización, respectivamente.

Para finalizar, se puntualiza lo siguiente: a unas semanas de haber entrado en vigor las leyes secundarias ya se observa como operará el IFETEL. Funcionarios de este organismo acompañados de policía de la región, llegaron el 4 de agosto de 2014 a las instalaciones de las Radios comunitarias de Zacatepec (105.7) y Axocotzin (104.5) en Puebla, y las despojaron de sus equipos. Estas emisoras con la información difundida contribuían al fortalecimiento de los lazos comunitarios, al análisis de la realidad política, social y cultural de Puebla, a hablar de los derechos humanos y en particular de los derechos de los pueblos indígenas.

Conclusiones

La construcción de las leyes secundarias de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión del 2013 es un muestrario de los procesos de operación subordinado,

oscurantista y materialista de los legisladores de los diferentes partidos políticos en México hacia los poderes fácticos, en este caso del duopolio televisivo (Televisa y Televisión Azteca) y los concesionarios de las radios comerciales.

Las discusiones conscientes y comprometidas sobre los medios de uso social quedaron en el olvido. Por ignorancia, mezquindad o falta de compromiso, senadores y diputados del Congreso de la Unión soslayaron dar mayores atribuciones jurídicas a los modelos comunitarios, indígenas y de servicio público que les permitieran crecer y fortalecerse para ser la base de una comunicación abierta y democrática que tanto necesita el país, en cambio sí, beneficiaron a los medios comerciales.

Apreciamos que en las leyes secundarias la radio es considerada un medio de comunicación de segundo nivel. Ahí se evidencia la ignorancia de los miembros del Congreso, no conocen la trascendencia histórica del medio en México, un país con una tradición oral y melodramática añeja. Desconocen sus usos en las montañas, desiertos y lugares más recónditos del orbe; ahí donde no llega el internet, está la radio. Ignoran que en África, Asia y algunos países de Europa la radio renace con fuerza. En territorios en conflictos bélicos y crisis humanitarias como Irak, Afganistán, Eritrea, la radio es el medio alternativo de comunicación. Qué no saben que con la acentuación de los flujos migratorios en el mundo la radio multicultural, étnica e intercultural nace. Ciertamente, no lo saben. Por esa razón vilipendiaron en las leyes secundarias a los medios de uso social no obstante ir contra la Constitución. El cuestionamiento es: ¿En dónde quedan las garantías para que existan y sigan naciendo nuevos medios sociales, comunitarios e indígenas? ¿En dónde quedó el discurso de pluralidad de voces? En México no se necesita un 1% de publicidad gubernamental para estos medios, se necesita garantizar nuestro derecho a la comunicación con autonomía editorial y libertad de expresión.

Con la ejecución de estas leyes y el advenimiento del apagón analógico también se estarán apagando miles de voces.

Bibliografía

BOOTH, Jerry / Peter Lewis (2000): *El medio invisible*. Barcelona: Paidós.

CORRAL JURADO, Javier (2014): 'Retrosceso legislativo'. En: *El Universal*, 10 de julio. <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2014/07/71256.php> [27.10.2014].

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO (2014): 'Ley de Telecomunicación y Radiodifusión'. En: *Diario Oficial de la Federación*, 14 de julio. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014 [27.10.2014].

LIZARAZO, Diego (2012): 'La radio intercultural'. 9ª Bienal Internacional de Radio. <http://youtu.be/j5amZVZDDpE> (TC: 01:33:22-01:59:22) [27.10.2014].

ORTOLEVA, Peppino (2002): *Mediastoria: mezzi di comunicazione e cambiamento nel mondo contemporaneo*. Torino: NET.

RAMÍREZ, Darío (2011): 'Libertad de expresión e igualdad: dos derechos complementarios'. En: Raúl Trejo / Aimée Vega (eds.): *Diversidad y Calidad para los medios de Comunicación, Diagnóstico y Propuesta. Una agenda ciudadana*. México: AMEDI.

ROSAS, Melquiades (2014): 'Los medios de uso social y las leyes secundarias de telecomunicaciones y radiodifusión 2014'. En: *Espacio Abierto AMEDI*. Radio Ciudadana, Instituto Mexicano de la Radio.

SENNETT, Richard (2009): *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

SOSA PLATAS, Gabriel (2014): 'Migajas de la Ley Telecom'. En: *El Universal*, 21 de julio. http://javiercorral.org/articulos_invitados.php?id=8484 [27.10.2014]

Entrevista a María Eugenia Chávez Fonseca, vicepresidenta de la Red de Mujeres de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias.

La Reforma en Telecomunicaciones y las negociaciones en el Congreso

Karina Sánchez García

(Universidad Autónoma del Estado de México)

El objetivo del documento es describir y analizar el proceso legislativo de la Reforma en Telecomunicaciones que ha tenido lugar en México entre 2013 y 2014. El análisis se centra en los medios de comunicación como grupo de presión capaz de conferir legitimidad a los actores que deben ser considerados en una negociación, así como en el equilibrio de poder en las negociaciones.

El documento se divide en cuatro apartados, en el primero de ellos se consideran tres elementos de carácter contextual útiles para comprender por qué una reforma en el marco institucional de las telecomunicaciones resultaba fundamental. En el segundo se presenta el proceso de discusión y aprobación de la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones que tuvo lugar entre marzo y junio de 2013. En el tercero se da cuenta del proceso legislativo de las leyes reglamentarias a la Reforma Constitucional y en el cuarto se aborda la cobertura mediática del debate legislativo.

1 Elementos contextuales

Para entender el momento en el que el gobierno mexicano promovió un cambio en el entramado institucional que regula el sector de las telecomunicaciones en México es importante considerar al menos tres elementos de carácter contextual: 1) el regreso del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la presidencia de la república; 2) la alta concentración de mercados y el desarrollo tecnológico como elementos característicos del sector; y 3) el entramado institucional vigente.

El regreso del PRI a la presidencia de la república, tras dos sexenios panistas, estuvo enmarcado por una amplia participación del hoy presidente de la república, Enrique Peña Nieto, en los medios de comunicación masiva, particularmente la televisión. Asimismo, con el objetivo de "impulsar las reformas pendientes para transformar el país", el 2 de diciembre de 2012 el presidente de la república y los presidentes de los tres partidos políticos con mayor número de escaños en el Congreso –Partido Acción Nacional (PAN), PRI y Partido de la Revolución Democrática (PRD)– firmaron el acuerdo político denominado *Pacto por México*, que planteaba además de la Reforma en Telecomunicaciones, la educativa, la energética, y la fiscal.

Sobre las características del sector, resulta necesario considerar por un lado que si bien la concentración puede traer consigo el desarrollo tecnológico, también es cierto que entre sus consecuencias se encuentran: a) la implementación de barreras de entrada a nuevos competidores; b) la falta de pluralidad –es decir la presencia de monopolios u oligopolios en el sector– y de diversidad –es decir la falta de la presencia de las muchas opiniones de la sociedad en los medios– al reducir las fuentes informativas o bien al unificarse las líneas editoriales; c) la relativa homogeneización de géneros y formatos de entretenimiento; d) la oclusión de fuentes, temas y formatos en los medios; y e) la precarización del empleo pues la concentración favorece la desaparición de empresas y/o el ahorro de costos laborales¹.

Para los usuarios de telecomunicaciones el desarrollo tecnológico ha traído consigo la posibilidad de recibir en un mismo dispositivo diversos servicios, como pueden ser telefonía, Internet y televisión; así como para los proveedores la posibilidad de soportar el envío de diversos servicios por medio de sus redes, mejor conocida como convergencia tecnológica.

Finalmente, el entramado institucional vigente es el heredero de una implementación tardía de la regulación en radiodifusión y telecomunicaciones en nuestro país, resultado de la relación de complicidad existente entre los dueños de los medios de comunicación y los actores políticos relevantes en turno, en el que la regla ha sido el incumplimiento de la legislación o bien la superioridad de las reglas informales; por lo que la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones significaría un nuevo diseño institucional para la regulación de un sector ampliamente concentrado.

2 La Reforma Constitucional (2013)

El pasado 10 de junio de 2013, se promulgó el decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones (en adelante Reforma Constitucional). Al día siguiente, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF), entrando en vigor el 12 de junio. Formalmente, la reforma tiene como objetivos:

1. [Fortalecer] los derechos vinculados con la libertad de expresión e información, así como el establecimiento del derecho al acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, y a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha.
2. [Adoptar] medidas de fomento a la competencia en televisión abierta y restringida, radio, telefonía fija y móvil, servicios de datos y telecomunicaciones en general, para asegurar la competencia efectiva en todos los segmentos.

¹ Sobre diversos indicadores de concentración de mercados en las industrias infocomunicacionales en México (radio, televisión, telefonía fija, móvil, Internet) véase Huerta-Wong / Gómez García 2013. Sobre la discusión en torno a las consecuencias de la concentración véanse Becerra / Mastrini 2010 y Trejo Delarbre 2010.

3. Generar condiciones para incrementar sustantivamente la infraestructura y la obligación de hacer más eficiente su uso, lo cual tiene un impacto directo en la caída de los precios y en el aumento de la calidad de los servicios (Presidencia de la República 2013).

La iniciativa de reforma emanada del *Pacto por México*² fue presentada el 11 de marzo de 2013 en el Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad y enviada a la Cámara de Diputados (cámara de origen) para su dictamen.³ Dicho dictamen estuvo a cargo de la Comisión de Puntos Constitucionales y fue aprobado –con 414 votos a favor, 50 en contra y 8 abstenciones– sin modificaciones la madrugada del 22 de marzo de 2013, en apenas 72 horas (véase tabla 1). De acuerdo con Carpinteyro (2013) la iniciativa se envió con toda intención a la Cámara de Diputados como cámara de origen, toda vez que en el Senado las comisiones que tendrían que participar en su dictamen estaban encabezadas por abiertos opositores al pacto, cuya cercanía con Televisa, en algunos casos, era del conocimiento público.

En el Senado (cámara revisora), el dictamen estuvo a cargo de las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales; de Comunicaciones y Transportes; de Radio, Televisión y Cinematografía; y de Estudios Legislativos, con opinión de las de Gobernación y de Justicia, a pesar de que el artículo 178 del Reglamento del Senado limita la dictaminación de una ley a un máximo de dos comisiones adicionales a la de Estudios Legislativos. La discusión de la minuta estuvo acompañada de diversas reuniones de trabajo (los días 10 y 11 de abril) con académicos, integrantes de la sociedad civil, periodistas, empresas del sector e integrantes de la entonces Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) y de la Comisión Federal de Competencia (COFECO).⁴

² El proyecto de iniciativa atendía nueve compromisos acordados en el *Pacto por México*: 1) fortalecer a la COFECO; 2) crear tribunales especializados en materia de competencia; 3) derecho al acceso a la banda ancha y efectividad de las decisiones del órgano regulador; 4) reforzar autonomía de la COFETEL; 5) desarrollar una robusta red troncal de telecomunicaciones; 6) agenda digital y acceso a banda ancha en edificios públicos; 7) competencia en radio y televisión; 8) competencia en telefonía y servicios de datos; 9) adopción de medidas de fomento a la competencia en televisión, radio, telefonía y servicios de datos.

³ Ésta no constituye la primera iniciativa presentada en el sexenio con la finalidad de alterar el marco regulatorio de las telecomunicaciones mexicanas, pues el 28 de febrero de 2013 el senador Javier Lozano del PAN presentó una *Iniciativa para la reforma de diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones*. Para ello véase http://ruedadelafortuna.files.wordpress.com/2013/03/proyecto_reforma_lozano2.pdf [23.12.2014].

⁴ Entre ellos se encuentran: Judith Mariscal (CIDE), Clara Luz Álvarez (IIJ, UNAM), Irene Levy (*Observatel*), Jenaro Villamil (periodista), Mónica Ramírez López (Red de Radiodifusoras y Televisoras), Aleida Calleja (AMEDI), Alexandria Sevilla (#YoSoy132), Carlos Sempé (abogado), Cristina Ruiz de Velasco (Nextel), Enrique Melrose (catedrático especialista en telecomunicaciones), Erick Huerta (comunicación indígena), Carlos Padilla (revista *Zócalo*), Víctor Gutiérrez (CANIETI), Emilio Nassar (CIRT), Óscar Mondragón (Colectivo Libre Internet Para Todos), Sergio López Ayllón (CIDE), Ernesto Piedras (The CIU), Gerardo Gutiérrez (CCE), Carlos Casasús (Consejo Consultivo de la COFETEL), José Antonio Ardavín (OCDE), Luis de la Calle (CMM); por parte de la COFECO: Miguel Flores Bernés, Luis Alberto Ibarra, Rodrigo Morales y Eduardo Pérez Motta; por parte de la COFETEL: Mony de Swaan, Gonzalo Martínez, José Luis Peralta, Alexis Milo y José Ernesto Gil; además de: Guadalupe Blanco (Redes comunitarias de México), Ricardo Becerra (Instituto de Estudios para la Transición Democrática) y Francisco González (A favor de lo mejor).

Tabla 1. Votación de la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones por partido político

SENTIDO DEL VOTO POR PARTIDO POLÍTICO	CÁMARA DE DIPUTADOS	CÁMARA DE SENADORES	CÁMARA DE DIPUTADOS	CÁMARA DE SENADORES	
	EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR DE LOS ARTÍCULOS NO RESERVADOS (21 DE MARZO DE 2013)	EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR DE LOS ARTÍCULOS NO RESERVADOS (19 DE ABRIL)	EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR DE ARTÍCULOS NO RESERVADOS (25 DE ABRIL)	EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR DE LOS ARTÍCULOS NO RESERVADOS (30 DE ABRIL)	
VOTOS A FAVOR	PAN	107	36	93	36
	PRI	209	53	206	50
	PRD	56	21	68	21
	PVEM	25	7	27	5
	PT	7	0	6	0
	NA	10	1	9	0
	MC	0	0	0	0
	TOTAL	414	118	409	112
VOTOS EN CONTRA	PAN	0	0	0	0
	PRI	0	0	0	0
	PRD	26	0	12	0
	PVEM	0	0	0	0
	PT	5	3	4	3
	NA	0	0	0	0
	MC	19	0	16	0
	TOTAL	50	3	32	3
ABSTENCIONES	PAN	0	0	0	0
	PRI	0	0	0	0
	PRD	7	0	2	0
	PVEM	0	0	0	0
	PT	1	0	0	2
	NA	0	0	0	0
	MC	0	0	0	0
	TOTAL	8	0	2	2
AUSENTES	PAN	7	2	20	2
	PRI	4	1	6	4
	PRD	11	1	18	1
	PVEM	3	0	1	2
	PT	2	3	5	1
	NA	0	0	1	1
	MC	1	0	4	0
	TOTAL	28	7	51	11

Fuente: Elaboración propia con información de la *Gaceta Parlamentaria* y *Diario de Debates*, 2014.

El Senado realizó 18 modificaciones a la minuta de los diputados, entre las que se encuentran la reforma al artículo 105 de la Constitución con el propósito de que los órganos reguladores, el Congreso Federal o el Ejecutivo tengan capacidades de interponer controversias sobre sus actos o disposiciones generales; la reducción de los requisitos que deben cumplir los aspirantes a comisionados del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE); la inclusión de los medios de uso social a los medios comunitarios e indígenas; los derechos de las audiencias y el acceso a Internet,⁵ entre

⁵ Véanse Méndez / Garduño 2013 y Calleja 2013.

otras. La minuta fue aprobada la madrugada del 19 de abril de 2013 y devuelta a la cámara de origen para el trámite legislativo correspondiente.

En la Cámara de Diputados, durante la sesión del 25 de abril, se realizó una modificación a la fracción VII, del párrafo decimoctavo, del artículo 28, sustituyendo las palabras "las resoluciones" por "éstas", por lo que la minuta regresó al Senado, fue retornada un día después a las Comisiones Unidas y dictaminada en primera lectura el 29 de abril. En la sesión del 30 de abril, el dictamen fue aprobado con 108 votos a favor y 3 en contra (véase tabla 1).

Dicho dictamen fue retornado a los congresos estatales para su ratificación y el 22 de mayo de 2013 la Comisión Permanente recibió los oficios de 24 legislaturas estatales (Aguascalientes, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, México, Morelos, Nayarit, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tamaulipas, Veracruz, Yucatán y Zacatecas) que aprobaron la iniciativa de Reforma Constitucional, por lo que emitió la declaración de validez y la envió al DOF para su publicación.

Del debate parlamentario vale la pena considerar que el diputado priista Héctor Gutiérrez de la Garza –presidente de la comisión de comunicaciones y gente del equipo cercano a Manlio Fabio Beltrones–, solicitó la incorporación de un apartado para que se eliminara la obligación de las concesionarias de televisión abierta a permitir la retransmisión de sus señales en forma gratuita (*must offer*) a cualquier empresa que tuviese relaciones comerciales con Telmex, con el argumento de que permitir que Dish, la concesionaria de televisión por vía satélite del grupo MVS, retransmitiera las señales de televisión abierta de Televisa y Azteca sin tener que pagar por ello, implicaba beneficiar a Telmex, validando la simulación del pretendido contrato de facturación entre Dish y la telefónica que, según lo alegado por Televisa, en realidad se trataba de una sociedad entre los grupos (cláusula Dish).⁶

En el Senado, Emilio Gamboa (PRI) sostuvo que las reformas del artículo 28 de la Constitución, que privaba a los particulares de la posibilidad de obtener la suspensión provisional y definitiva de un juez en relación con las decisiones de la nueva COFECO, podrían traer aparejados serios riesgos para la desincorporación de activos, derechos, partes sociales o acciones.⁷

El contenido de la Reforma Constitucional está orientado a cuatro grandes temas: a) el derecho a la información y los derechos de las audiencias plasmados en las reformas de los artículos sexto y séptimo de la Constitución ; b) la promoción de un marco institucional que favorezca la competencia económica en el sector de las telecomunicaciones plasmado en los

⁶ Véase Carpinteyro 2013: 265.

⁷ Véase *ibid.*

artículos 27, 28 de la Constitución y en los 2º, 3º y 8º transitorios; c) el acceso y calidad de los servicios de telecomunicaciones que modifica la forma en cómo se ha planteado la transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT), favorece la creación de una Red Pública de Telecomunicaciones y de un Organismo Promotor de Medios Audiovisuales y plantea la promoción de producción nacional independiente.⁸ Finalmente, la Reforma Constitucional plantea en los artículos 27, 28, 87, 94, 105 de la Constitución y en diversos transitorios modificaciones de carácter administrativo pues ordena la creación e integración de un IFT, el fortalecimiento de la COFECE y la creación de tribunales especializados en materia de telecomunicaciones.⁹

3 Las Leyes Reglamentarias

El artículo cuarto transitorio, del Decreto de Reforma Constitucional, señala que dentro de un plazo de 180 días naturales el "Congreso de la Unión deberá expedir un solo ordenamiento legal que regule de manera convergente, el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes de telecomunicaciones, así como la prestación de servicios de radiodifusión y telecomunicaciones". No obstante, su cumplimiento ocurrió con varios meses de retraso pues no fue hasta el 14 de julio de 2014 cuando se publicó en el DOF el decreto por el que se expiden la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, y la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión,¹⁰ entrando en vigor el 15 de agosto.

El proceso de discusión y aprobación del nuevo ordenamiento legal se inició el 24 de marzo de 2014 cuando el Ejecutivo Federal, y ya no el *Pacto por México*, remitió al Senado de la República su iniciativa. A pesar de que desde octubre de 2013 la diputada perredista Purificación Carpinteyro presentó ante la Cámara de Diputados la *Iniciativa que expide la Ley Reglamentaria de los Artículos 2, 6, 7, 27, 28 y 105 Constitucionales, en materia de Derechos al Libre Acceso a la Información, las Tecnologías de la Información y la Comunicación y los*

⁸ Véase artículo 73 de la Constitución y los transitorios 3, 5, 10, 11, 15, 17.

⁹ De forma paralela se llevó a cabo una reforma de la fracción XII del artículo 129 de la *Ley de Amparo*, que niega la posibilidad de conceder la suspensión del acto de la autoridad en materia de uso y explotación de bienes propiedad de la nación. Dicho recurso impide a los concesionarios de la radiodifusión y las telecomunicaciones, por ejemplo, que en caso de ser demandados continúen ejerciendo las acciones irregulares por las cuales fueron requeridos, y evitar que se invalide la fuerza del derecho.

¹⁰ Entre ellas se encuentran: *Ley de Inversión Extranjera*, *Ley Federal del Derecho de Autor*, *Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos*, *Ley de Amparo*, *Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica*, *Ley Federal sobre Metrología y Normalización*, *Ley Orgánica de la Administración Pública Federal*, *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental*, *Ley de Asociaciones Público Privadas*, *Ley Federal de las Entidades Paraestatales* y el *Código Penal Federal*. Véase Notilegis (2014). No así la *Ley Federal de Competencia Económica* publicada en el DOF el 23 de mayo de 2014 y vigente desde el 7 de julio.

Servicios Públicos de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y de que en septiembre de 2013, la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) y la Coalición Ciudadana Democracia y Medios¹¹ entregaron al consejo rector del *Pacto por México* la *Iniciativa Ciudadana de Ley Convergente en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión*,¹² un proyecto que integraba en 392 artículos diversas propuestas relacionadas con la libertad de expresión, el derecho a la información y de la competencia. Durante la sesión del 25 de marzo de 2014, la Mesa Directiva del Senado devolvió la iniciativa a las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes; de Estudios Legislativos; y de Radio, Televisión y Cinematografía. A partir del lunes 31 de marzo, las Comisiones Unidas se declararon en sesión permanente. Entre el miércoles 2 y el viernes 4 de abril se llevó a cabo un foro en el Senado en el que participaron principalmente agentes del sector regulado, como la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, Telecomunicaciones e Informática (CANIETI), la Cámara Nacional de la Industria de las Telecomunicaciones por Cable (CANITEC) y la Asociación Nacional de Telecomunicaciones, por mencionar algunos.

El escenario original anunciaba que el dictamen en comisiones se discutiría y aprobaría el jueves 24 de abril; sin embargo, en parte debido a la presión mediática originada en torno a la discusión, no fue hasta el 2 de julio cuando las mesas directivas de las Comisiones Unidas se reunieron para conocer un nuevo anteproyecto de dictamen y aprobarlo en lo general, con una votación de 25 senadores a favor y 5 en contra.

Las reservas presentadas fueron discutidas en el pleno del Senado durante la sesión extraordinaria convocada por la Comisión Permanente el 4 de julio, fecha en la que el dictamen fue aprobado en lo general por 80 votos a favor y 37 en contra. Mientras que los votos a favor provinieron del PRI (51), del PVEM (5) y del PAN (22) en su mayoría, el total de la bancada del PRD (21), la mayoría del NA (4) y una minoría panista (12) votaron en contra (véase Tabla 2). Del proceso de aprobación destaca la ausencia de tres de los senadores a los que el PRD les pidió se excusaran de participar en el proceso por conflicto de interés; es el caso de Arely Gómez (PRI), hermana de Leopoldo Gómez, vicepresidente de Televisa;

¹¹ Conformada por 165 organizaciones de la sociedad civil entre las que se encuentran Alianza Cívica, Artículo 19, #YoSoy132, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), así como diversas casas de migrantes, centros, colectivos, comisiones, grupos culturales, organizaciones y redes orientadas a la defensa de los derechos humanos.

¹² La iniciativa fue suscrita por los senadores Jorge Luis Preciado (PAN), Manuel Bartlett (PT), Silvia Garza (PAN), Zoé Robledo (PRD), Alejandra Barrales (PRD), Roberto Gil (PAN), Luis Sánchez (PRD), Ernesto Ruffo Appel (PAN), Marcela Torres Peimbert (PAN), Alejandro Encinas (PRD), Laura Rojas (PAN), Víctor Hermosillo (PAN), Juan Romero Hicks (PAN), Layda Sansores (PT), Isidro Pedraza (PRD), Mónica Arriola (NA), Mario Delgado (PRD) y Javier Corral (PAN). Véase <http://www.amedi.org.mx/documentos/proyecto-AMEDI-ley-secundaria-octubre-2013.pdf> [23.12.2014].

Ninfa Salinas (PVEM), hija de Ricardo Salinas Pliego, concesionario de TV Azteca e Iusacell; y Luis Armando Melgar (PVEM), director general del canal Proyecto 40, que opera Azteca.

Tabla 2. Votación de leyes reglamentarias en materia de telecomunicaciones por partido político

SENTIDO DEL VOTO POR PARTIDO	CÁMARA DE SENADORES	CÁMARA DE DIPUTADOS
	VOTACIÓN EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR DE ARTÍCULOS NO RESERVADOS	VOTACIÓN EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR DE LOS ARTÍCULOS NO RESERVADOS
VOTOS A FAVOR	PAN	97
	PRI	204
	PRD	1
	PVEM	28
	PT	0
	NA	10
	MC	0
TOTAL	80	340
VOTOS EN CONTRA	PAN	6
	PRI	0
	PRD	94
	PVEM	0
	PT	11
	NA	0
	MC	18
TOTAL	37	129
ABSTENCIONES	PAN	1
	PRI	0
	PRD	0
	PVEM	0
	PT	0
	NA	0
	MC	0
TOTAL	0	1
AUSENTES	PAN	8
	PRI	9
	PRD	6
	PVEM	0
	PT	3
	NA	0
	MC	2
TOTAL	11	28

Fuente: Elaboración propia con información de la Gaceta Parlamentaria, 2014

Entre los argumentos presentados en el debate legislativo a favor de la reforma se encuentran: a) el beneficio a los usuarios de telefonía, al bajar los costos en larga distancia fija y móvil; b) la ampliación de oferta de contenidos, resultado de la multiprogramación; c) la aplicación de medidas que obligan "a las televisoras abiertas a compartir su señal con cadenas de televisión de paga, y a las de paga a exhibir la oferta de la TV abierta" (Redacción AN 2014c), (*must*

carry / must offer); y d) el "fortalecimiento" del Instituto Federal de Telecomunicaciones.¹³ Por el contrario, entre los argumentos en contra del proyecto se encuentran: a) el beneficio "que representará para Televisa que la preponderancia en radiodifusión quede definida por sector y no por servicios" (ibíd); b) "el 'debilitamiento real' del IFT en materia de competencia, vigilancia y sanción de contenidos" (ibíd.); y c) "que con la reforma se imponen medidas asimétricas fuertes en materia de telecomunicaciones, pero 'medidas débiles' en radiodifusión" (ibíd).

La iniciativa fue cuestionada por organizaciones de la sociedad civil, académicos y expertos en el sector incluso antes de su presentación (distintas versiones extraoficiales circularon en los medios de comunicación); y una reacción en contra de lo aprobado por los senadores fue el recurso de amparo interpuesto ante el Poder Judicial por el *Colectivo Libre Internet para Todos* con el argumento de que "la Cámara de Senadores ignoró la primera iniciativa ciudadana 'Libre Internet para Todos' presentada el 5 de marzo de 2013 y respaldada [sic] por 127,000 firmas del padrón electoral, turnada a las comisiones de Puntos Constitucionales y Estudios Legislativos" (Sánchez Onofre 2014).

A pesar de las reacciones, el dictamen aprobado por los senadores fue enviado a la Cámara de Diputados y una vez más, sin discusión, fue aprobado en lo general con 340 votos a favor por parte del PRI (204), del PAN (97), del NA (19), del PVEM (28) y un sorpresivo voto del perredista Javier Salinas; siendo insuficientes los 129 votos en contra de las bancadas de izquierda y 6 panistas (véase Tabla 2).

La sesión se inició formalmente después de las 11:30 horas del 8 de julio. Allí, se presentaron 4 mociones suspensivas, que fueron rechazadas; también se registró un sinnúmero de posicionamientos a favor y en contra, que coincidentemente terminaron cuando finalizaba el partido Alemania-Brasil, cerca de las 17:00 horas. Luego de más de 18 horas de sesión y tras el rechazo de las 549 reservas presentadas, los legisladores emitieron una votación particular de 318 a favor y 107 en contra (por parte del PRD, MC y PT). Alrededor de las 08:00 horas del 9 de julio José González Morfín, presidente de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados, ratificó la votación e informó que el documento sería enviado al Ejecutivo; y, tal como se señaló anteriormente, éste procedió a su publicación en el DOF el 14 de julio.

¹³ Véase Redacción AN 2014c

4 La cobertura mediática del debate legislativo

La cobertura mediática del proceso de discusión y aprobación de la legislación reglamentaria colocó en el centro del debate a los legisladores. Así, por ejemplo, de acuerdo con el seguimiento de medios realizado por Claudia Benassini (2014a) entre el 5 y el 24 de abril, cuando la discusión tenía lugar en el Senado, se sistematizaron 158 ítems informativos de cinco periódicos: *La Crónica* (34), *El Universal* (22), *La Jornada* (39), *Milenio* (20) y *Reforma* (43), de los cuales más del 50% (86 ítems) corresponden a diputados y senadores (la Tabla 3 muestra la distribución por partidos).

Tabla 3. Número de notas sobre legisladores por partido político (del 5 al 24 de abril de 2014)

PERIÓDICO	LA CRÓNICA	EL UNIVERSAL	LA JORNADA	MILENIO	REFORMA	Total
PAN	7	6	11	9	16	49
PRD	7	3	5	5	8	28
PRI	2	1	—	—	2	5
Otros partidos	1	1	2	—	—	4
Total	17	11	18	14	26	86

Fuente: Eje central, 2014

Benassini señala que los periódicos *La Jornada* y *Reforma* confieren más peso al Partido Acción Nacional que el resto de los diarios; así como que la información sobre el tema se abre en dos ejes: uno en torno a las observaciones de senadores y diputados blanquiazules con respecto a la iniciativa, tema apenas presente en las agendas de los periódicos, y otro sobre la discusión suscitada por el senador Javier Lozano a propósito de la presentación del dictamen sobre el tema mismo, que habría hecho sin tomar en cuenta al resto de los senadores integrantes de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía. El debate se abrió el martes 8 de abril, cuando Lozano declaró que el dictamen estaba casi listo y *Milenio* y *Reforma* fueron los periódicos que más peso confirieron a este asunto.

Adicionalmente, *La Crónica* incluye en su agenda posiciones de los legisladores panistas con respecto a la actitud de Lozano; *El Universal* da cuenta de los acuerdos PAN-PRI para aprobar la propuesta; *La Jornada* se refiere a la postura de los diputados de cara a los escenarios legislativos después de la presentación del documento por parte de Lozano y junto con *Milenio*, se refieren a la actitud negativa asumida por el senador durante los foros organizados para la discusión sobre las leyes reglamentarias, con énfasis en Francisco Hernández, líder del Sindicato de Telefonistas. Por último, con excepción de *La Crónica*, los otros cuatro periódicos dan cuenta de la posición de Javier Corral (PAN), que desencadenará la formación de un frente democrático opositor al proyecto de Peña Nieto.

Los 28 ítems a propósito del PRD dan cuenta de la posición crítica de sus legisladores, haciendo hincapié en el rechazo de Alejandra Barrales (*La Crónica*, *El Universal*, *Milenio*,

Reforma), de Dolores Padierna (*La Crónica, Milenio*) y de Miguel Barbosa (*La Crónica, El Universal, La Jornada, Reforma*). Adicionalmente, *La Jornada* y *Reforma* se refieren de manera genérica a los legisladores de la bancada perredista; y *La Crónica* y *Milenio* dan cuenta de la eventual toma de tribuna por parte de los senadores del sol azteca de ser aprobadas las leyes reglamentarias.

La escasa información sobre el PRI se abre en tres ejes: 1) las opiniones de sus legisladores sobre las bondades de la propuesta (*La Crónica, Reforma*); 2) la posición del senador Emilio Gamboa a propósito de las eventuales restricciones al uso de Internet (*La Crónica*); y 3) el argumento de que el priismo cuenta con los votos suficientes como para aprobar el proyecto presidencial (*El Universal, Reforma*). Finalmente, la información sobre los otros partidos se concentra en el PT, de cara a la negativa del senador Manuel Bartlett a que Lozano participe en la discusión por un conflicto de intereses.

La situación no es distinta si se mira el seguimiento de medios realizado entre el sábado 28 de junio y el miércoles 9 de julio de 2014, cuando se retomó el debate legislativo. En esta ocasión Benassini¹⁴ sistematizó 338 ítems informativos de cinco periódicos: *La Crónica* (73), *El Universal* (59), *La Jornada* (72), *Milenio* (47) y *Reforma* (87). En torno a los partidos políticos se sistematizaron 167 ítems (49%), un dato que muestra de nuevo el peso que la prensa confiere a la cobertura de la fuente. *La Crónica* y *Reforma*, por ejemplo, centran sus agendas en los debates legislativos sobre el tema.

De acuerdo con Benassini, la información sobre el PAN se abre en tres ejes: 1) un marcado énfasis en la posición del dirigente Gustavo Madero con respecto a la preponderancia: por servicio y no por sector, como lo indica la Constitución, tema mucho más presente en *Reforma*; 2) la negativa de los legisladores blanquiazules a acatar la posición de su dirigente, que culmina en las declaraciones del senador Jorge Luis Preciado: "cada uno votará como quiera" —en este caso *La Crónica* ofrece el mayor número de posiciones al respecto—, o bien la posición del senador Javier Lozano a favor de la preponderancia por servicio y no por sector —con mayor énfasis en *Reforma*—; y 3) los ítems de los legisladores a propósito de ambas posiciones, haciendo hincapié en las críticas del senador Javier Corral, opuestas a las de Madero y Lozano. Sólo *El Universal* publica un ítem que da cuenta de ambas posiciones.

Del PRD, el mayor peso radica en *La Crónica, El Universal* y *Milenio*, periódicos en donde la información también se abre en tres ejes: 1) los intentos del dirigente Jesús Zambrano por aliarse con el PAN, incluso a costa de la opinión de sus legisladores, con énfasis en las posiciones del senador Miguel Barbosa y el diputado Silvano Aureoles.

¹⁴Véase Benassini 2014b.

Únicamente *La Crónica* destina dos ítems para dar cuenta de las diferencias en las bancadas perredistas antes de las votaciones, diferencias que no son claras en el resto de los periódicos; 2) con mucho menor peso, la petición de los legisladores perredistas del retiro de la llamada 'telebancada' de las discusiones y su rechazo por el resto de los partidos;¹⁵ y 3) las posiciones de los legisladores perredistas, a propósito de las leyes secundarias, que sólo tuvieron una presencia esporádica en *La Crónica*, *La Jornada* y *Milenio*.

Del PRI, por su parte, la información que se ofrece a los lectores de cada periódico adopta una posición unificada. *La Crónica* y *Reforma* confieren especial importancia al optimismo del dirigente César Camacho de cara a la aprobación de la propuesta. Asimismo *La Crónica*, *El Universal* y *La Jornada* destinan un ítem cada uno a las posiciones del senador Emilio Gamboa con respecto a las de otros partidos. El diputado Manlio Fabio Beltrones está presente tanto en *La Crónica* como en *Milenio*, con énfasis en el segundo. Finalmente *La Crónica*, *La Jornada* y *Reforma* destinan un ítem cada uno a las opiniones de los legisladores tricolores, de cara a la aprobación de la propuesta. Como puede apreciarse, esta vez es más evidente el interés que cada periódico tiene por uno u otro partido político.

Sobre los otros actores con presencia en los medios impresos, Benassini destaca que Gerardo Ruiz Esparza, titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, tuvo una presencia destacada en los cinco medios, aunque con énfasis en *El Universal* el viernes 4 de julio, a propósito de las pérdidas en el sector por falta de leyes reglamentarias. Lo mismo ocurrió con Enrique Peña Nieto y, en menor medida, su vocero, en un tono optimista similar al que fue proporcionado por los legisladores priistas. Con excepción de *Reforma*, la posición favorable a la legislación por parte de empresas telefónicas está en los otros cuatro periódicos; la bienvenida a la nueva legislación por parte de la CIRT está presente en las agendas de *La Crónica*, *La Jornada* y *Reforma*; y en los dos primeros la Iglesia Católica da su aprobación a la iniciativa. Frank La Rue, relator de la ONU en asuntos de protección a periodistas y libertad de expresión ofrece su opinión en *La Crónica* y *La Jornada*.

¹⁵ En el voto particular que presentó la diputada Roxana Luna Porquillo, en nombre del grupo parlamentario del PRD, en contra del dictamen con proyecto de Decreto por el que se expiden la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, y la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, que presentan las Comisiones Unidas de Comunicaciones y de Radio y Televisión, se indican los diputados que incurren en conflicto de interés, que son: Federico González Luna (PVEM), Enrique Cárdenas (PRI), Patricio Flores (PRI), Jorge Mendoza (PRI), Ana Lilia Garza (PVEM), Simón Valanci (PRI), Homero Ricardo Niño, Laura Ximena Martel, Mónica García, Carla Alicia Padilla, Rubén Acosta, Javier Orozco y Antonio Cuéllar, por lo que pide se inhiban de participar en la reunión de Comisiones Unidas y en el Pleno de la Cámara de Diputados, ya que de no hacerlo incumplirían los principios de la función pública a los que están sujetos y desvirtuarían el carácter de su representación popular, lo cual invalidaría el proceso de dictaminación. Véase Cámara de Diputados 2014.

En este contexto, Benassini destaca que, con excepción de *Milenio*, la opinión de expertos en el tema completa el debate legislativo en la materia. *El Universal*, *La Jornada* y *Reforma* confieren especial atención a consultores en telecomunicaciones y académicos que dan cuenta de sus opiniones, la mayoría críticas. Y otros actores como inversionistas potenciales (*El Universal*), el ex candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador y cadenas de televisión extranjeras (*La Jornada*), la Secretaría de Gobernación (*Milenio*) y el Banco Interamericano de Desarrollo (*Reforma*) completan este panorama de opiniones a propósito de los futuros escenarios en materia de telecomunicaciones. Finalmente, *La Jornada*, a través de siete ítems ofrece a sus lectores la posición crítica de grupos ciudadanos y colectivos de artistas. De aquí el interés que este periódico destina a otros actores.

Respecto a la cobertura mediática es importante destacar también que diversos diputados y senadores que se opusieron a la reforma, denunciaron la cobertura negativa que se dio en las diferentes cadenas de televisión. Tal es el caso del presidente del PRD Jesús Zambrano, "quien acusó que Televisa, a través de sus conductores, se le ha ido encima por instruir a los senadores un voto contra las leyes en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, por considerar que contravenía esencialmente a lo que establece la Constitución" (Redacción AAN 2014b). Asimismo la periodista Carmen Aristegui señaló, sobre el trato de la principal televisora del país a los opositores de las leyes en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, que mientras por un lado se reduce el debate, por otro hay elementos de los que no se habla, y que los críticos han calificado como "regalos a Televisa"¹⁶.

Otro tema de especial importancia para comprender cómo los medios de comunicación son capaces de conferir legitimidad a los actores que deben ser considerados en una negociación, es el caso de la diputada Purificación Carpinteyro, quien como se señaló antes presentó una iniciativa que buscaba reglamentar la Reforma Constitucional, pues tras la divulgación de un audio en el que planteaba a José Gutiérrez Becerril, ex ejecutivo de Telefónica Movistar, la posibilidad de operar una nueva compañía de telefonía móvil bajo la modalidad del operador móvil virtual (MVNO, por sus siglas en inglés), es decir, comprando tiempo aire a otras compañías, se excusó de participar en los trabajos de diseño, discusión y aprobación de las leyes reglamentarias.

"De acuerdo con el comunicado de prensa del Presidente Nacional del Partido de la Revolución Democrática, Jesús Zambrano Grijalva, y con el único interés de no enturbiar el proceso de debate, discusión y votación de las Leyes Secundarias en materia de Telecomunicaciones, he decidido excusarme de participar en este proceso", escribió en su blog personal la diputada Carpinteyro [y] rechazó encontrarse inmersa en acciones de conflicto de interés [...] (Redacción El Economista 2014).

¹⁶ Véase Redacción AN 2014a.

La diputada no fue la única en excusarse de participar en la discusión legislativa, pues al comenzar la sesión en la Cámara de Diputados, Andrés Eloy Martínez (PRD) sorprendió al excusarse del debate por tener conflicto de intereses, debido a que familiares suyos están ligados a negocios de radiodifusión en el estado de Morelos. Acto seguido, pidió al resto de los legisladores con intereses en el sector, que también se excusaran, para no violentar la Constitución, la *Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos* y generar un debate 'lo más neutro posible'. A la llamada se sumaron la también perredista Roxana Luna y el diputado del PT, Manuel Huerta.

Apuntes finales

Del proceso de discusión y aprobación de la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones, así como la consecuente adecuación de las leyes reglamentarias del sector, es importante destacar algunos elementos. El primero de ellos es la escasa discusión que hubo sobre los cambios en el entramado institucional que regula las telecomunicaciones mexicanas, particularmente en la Cámara de Diputados, en donde tanto la iniciativa constitucional como la de las leyes secundarias fueron aprobadas en un periodo de tiempo muy corto. Una discusión más amplia ocurrió en la Cámara de Senadores, en donde se invitó a diversos actores de la sociedad civil, investigadores y empresarios del sector para conocer sus puntos de vista en ambos casos, aunque la presencia de los agentes reguladores fue más importante en la discusión sobre la iniciativa de ley convergente. Junto a esto es importante destacar el incumplimiento de los tiempos establecidos en la propia Reforma Constitucional en torno al momento en que debían ser adecuadas las leyes vigentes para el sector.

El segundo elemento a destacar es que la iniciativa de Reforma Constitucional fue presentada en el marco de la firma del *Pacto por México*, lo que significa que había sido avalada previamente por los tres partidos políticos más importantes en México (PRI, PAN y PRD). Pero al mismo tiempo se señaló que había sido una propuesta hecha principalmente por la izquierda, a cambio del apoyo a otras iniciativas que importaban en mayor medida al Ejecutivo (la energética principalmente) y la hipótesis se prueba si se considera que las leyes reglamentarias fueron presentadas únicamente por el Ejecutivo, tras la 'ruptura' del *Pacto por México*, que la izquierda votó en contra de dichas leyes, y atendiendo a las diferencias tan significativas que hay entre las propuestas en torno a la forma en que se regulará principalmente a las televisoras. Destaca, en el mismo sentido, que la Reforma Constitucional se había denominado en Telecomunicaciones y Competencia Económica, que la *Ley Federal de Competencia Económica* tuvo su propio debate, y que como resultado de la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* se debilitó al IFT en la materia.

Finalmente, y sobre la importancia que la cobertura mediática otorgó a los legisladores, es conveniente destacar el resultado de la presión mediática y de la propia presión política originada en el Congreso por diversos integrantes de la denominada 'telebancada', que participaron en la discusión y aprobación de la Reforma Constitucional pero no en la de las leyes reglamentarias.

Bibliografía

BECERRA, Martín / Guillermo Mastrini (2010): 'Concentración de los medios en América Latina: tendencias de un nuevo siglo'. En: *Contexto Digital*, 18.

BENASSINI, Claudia (2014a): 'Discusión de leyes Telecom: información a la carta'. En: *Eje Central*, 25 de abril. <http://www.ejecentral.com.mx/discusion-de-leyes-telecom-informacion-a-la-carta/> [24.12.2014].

BENASSINI, Claudia (2014b): 'Legislación en telecomunicaciones: información a la carta'. En: *Eje Central*, 11 de julio. <http://www.ejecentral.com.mx/legislacion-en-telecomunicaciones-informacion-a-la-carta/> [24.12.2014]

CALLEJA, Aleida (2013): 'Reforma Telecom regresa a Diputados'. En: *Mediatelecom*, 23 de abril. <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/telecomunicaciones/regulacion/item/41417-reforma-telecom-regresa-a-diputados> [23.12.2014]

CÁMARA DE DIPUTADOS (2014): 'Dictamen de las comisiones unidas de comunicaciones y de radio y televisión sobre la minuta con proyecto de decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y de Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.' En: *Gaceta Parlamentaria*, XVII, 4060-II, 8 de julio. <https://ruedadelafortuna.files.wordpress.com/2014/07/dictamen-y-votos-particulares.pdf> [23.12.2014].

CARPINTEYRO, Purificación (2013): *El fin de los medios. Historia personal de la guerra en las telecomunicaciones*. México: Grijalbo.

HUERTA-WONG, Juan Enrique / Rodrigo Gómez García (2013): 'Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México'. En: *Comunicación y Sociedad*, 19, pp. 113-152.

LOZANO, Javier (2013): 'Iniciativa para la reforma de diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones'. En: *Gaceta Del Senado*, 28 de febrero. http://ruedadelafortuna.files.wordpress.com/2013/03/proyecto_reforma_lozano2.pdf [23.12.2014]

MÉNDEZ, Enrique / Roberto GARDUÑO (2013): 'Llega a San Lázaro minuta de reforma en telecomunicaciones'. En: *La Jornada*, 24 de abril, p. 19.

NOTILEGIS (2014): 'Nota No. 7358: Publica Gaceta Parlamentaria minuta que envió el Senado sobre las leyes reglamentarias en materia de telecomunicaciones'. En: *Comunicación Social. Cámara de Diputados*, 7 de julio. <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Agencia-de-Noticias/2014/07-Julio/07/7358-Publica-Gaceta-Parlamentaria-minuta-que-envio-el-Senado-sobre-las-leyes-reglamentarias-en-materia-de-telecomunicaciones>

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA (2013): 'Iniciativa de Reformas a la Constitución en materia de Telecomunicaciones y Competencia Económica'. <http://www.presidencia.gob.mx/wp-content/uploads/2013/03/reforma-en-materia-de-telecomunicaciones.pdf> [23.12.2014].

REDACCIÓN AN (2014a): 'Audio: Manipulan información contra opositores y críticos de leyes en telecom'. En: *Aristegui Noticias*, 8 de julio. <http://aristeguinoticias.com/0807/audioprincipal/audio-manipulan-informacion-contra-opositores-y-criticos-de-leyes-en-telecom-aristegui/> [24.12.2014].

REDACCIÓN AN (2014b): 'Nos echaron caballada del Canal de las Estrellas' por votar contra Ley Telecom: Zambrano'. En: *Aristegui Noticias*, 8 de julio. <http://aristeguinoticias.com/0807/mexico/nos-echaron-caballada-del-canal-de-las-estrellas-por-votar-contra-ley-telecom-zambrano/> [23.12.2014].

REDACCIÓN AN (2014c): 'Aprueba Senado leyes secundarias de telecomunicaciones'. En: *Aristegui Noticias*, 5 de julio. <http://aristeguinoticias.com/0507/mexico/aprueba-senado-leyes-secundarias-de-telecomunicaciones/> [07.08.2014].

REDACCIÓN EL ECONOMISTA (2014): 'Se excusa Carpinteyro de discusión legislativa'. En: *El Economista*, 25 de junio. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/06/25/carpinteyro-abandona-debate-ley-telecom> [23.12.2014].

SÁNCHEZ ONOFRE, Julio (2014): 'Promueven amparo para suspender discusión de Ley telecom'. En: *El Economista*, 4 de julio. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/07/04/promueven-amparo-suspender-discusion-ley-telecom> [24.12.2014].

TREJO DELARBRE, Raúl (2010): 'Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina'. En: *Intercom Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 33, 1, pp. 17-51.

La construcción de pseudoambientes y pseudorealidades en los *spot*-encuestas de las campañas políticas electorales mexicanas 2000, 2006, 2012

Olga Rodríguez Cruz

(Universidad Autónoma de la Ciudad de México)

Introducción

Los recursos periodísticos que en apariencia deben ser objetivos, como la noticia, son utilizados por el gobierno, partidos políticos o grupos empresariales para difundir información de forma parcial.¹ En 1918, John Dewey (1859-1952) en un artículo titulado 'New Paternalism: Molding Public Opinion', dice que "la propaganda es disfrazada como noticia, es la forma más barata y más efectiva de desarrollar el tono requerido del sentimiento público". Sostiene que "las democracias son controladas a través de las opiniones, las opiniones se forman con el material del que son alimentadas" (1918: 53).

Al igual que Dewey, Walter Lippmann (1889-1974), en su libro *Public Opinion* (1922) resalta la parte simbólica que impera en todas las sociedades, y la formación de pseudoambientes que la gente concibe como realidad y que en muchos casos ayudan a fabricar ficciones a las cuales responden como si fueran reales. A este fenómeno lo va a nombrar pseudorealidades, las cuales se estructuran más allá del conocimiento directo, es decir, que interviene la creencia que se tiene sobre algo o alguien. En este sentido, con las noticias, los medios de comunicación cumplen con ciertas funciones ideológicas y económicas. Así como los políticos adquieren personalidades ficticias y recrean símbolos que ayudan a gobernar las creencias y la conducta política de los individuos.

Lippmann se dio cuenta del rol que jugaban los estereotipos en la creación de la opinión pública. Resaltaba que el ser humano simplifica su percepción en términos de sus preferencias, como es el hecho de defender una determinada posición en la sociedad, pero también percibió que los estereotipos contribuyen al desarrollo de la propaganda a través de la explotación de los recursos emocionales para la recreación de imágenes que la gente tiene en su cabeza del 'mundo exterior'. Aun así, hasta el final de su vida, Lippmann apeló a la capacidad de la gente para pensar.

Y pese a que estas dos propuestas de Dewey y Lippmann son de principios del siglo XX, aún continúan vigentes y pueden comprobarse fácilmente en los medios de comunicación y en

¹ De ahí la frase descriptiva que hacen algunos estudiosos "la prensa no se vende, se renta".

especial en la televisión, tan sólo con observar, por ejemplo, las transmisiones que hizo la Agencia de Noticias CNN de la titulada 'Guerra en Irak'.² En éstas se encuentran cuatro elementos que evidencian el manejo de la noticia como propaganda durante la guerra:

1. Los reporteros y analistas de esta empresa televisiva hablan del tema de la guerra refiriéndose la mayoría de las veces a la primera persona del plural, es decir, utilizan el pronombre 'nosotros', o el posesivo 'nuestros' combatientes aliados.
2. Cuando los reporteros dejan de utilizar los pronombres, en sus caras se refleja la emoción, y muchas de las veces, la angustia.
3. Se da información sin proporcionar imágenes que corroboren el comunicado, como el hecho de decir que Saddam Hussein estaba mandando matar a civiles iraquíes.
4. Se cruza la información con el objetivo de desinformar y no saber en realidad lo que sucede. Para entender esto con mayor nitidez, el lector de noticia muestra imágenes y sonido en donde ambos representantes militares se acusan mutuamente por el mismo hecho.³

Con frecuencia, este ejemplo es reproducido en México, como lo hizo el gobierno de Calderón con la guerra contra el narcotráfico.⁴ Así sucesivamente se pueden ir mencionando casos ocurridos en el interior de la República Mexicana. Los intereses ideológicos, económicos y el control de los medios de comunicación han puesto en tela de juicio a los regímenes democráticos al violentar el derecho a la información, a cambio de la reducción de impuestos o de concesiones que benefician económicamente a empresas mediáticas.

Los medios de comunicación de masas, en especial la televisión, han sido el factor determinante para generar pseudoambientes, mantener pseudorealidades e introyectar en los ciudadanos emociones con el fin de influir en su comportamiento electoral.

Los pseudoambientes se construyen con sucesos que buscan activar emociones para ejercer presión afectiva y conductual en los habitantes. Ésta puede resultar al menos mediante dos

² De los cuatro aviones que atentaron contra los símbolos de poder de Estados Unidos el 11 de septiembre del 2001, dos se colisionaron contra el *World Trade Center*, otro en Pennsylvania, que según las versiones estaba dirigido a la Casa Blanca o el Capitolio, y el cual fue desviado por los pasajeros; y el cuarto se estrelló contra una de las alas del Pentágono. Este medio también especuló sobre la guerra bacteriológica y cómo sus adversarios la estaban utilizando al enviar por correo un polvo blanco que según sus reportes eran en algunas ocasiones ántrax. En ese momento se acusó al líder de Al Qaeda, Osama Bin Laden y Bush proclamó la guerra antiterrorista.

³ Saddam Hussein fue representado como el más peligroso enemigo de EE. UU.; el 20 de marzo de 2003 Bush atacó el territorio iraquí, olvidándose de bin Laden, lo que se interpretó como una burda invasión por parte del gobierno estadounidense al país árabe con el propósito de controlar el petróleo. Irak ha aprobado poseer reservas de 112.000 millones de barriles de petróleo crudo, las segundas más grandes en el mundo después de Arabia Saudita. Véase <http://www.esmas.com/noticierostelevisa/irakmisioncumplida/noticias/323685.html> [14.11.2014]

⁴ No se pretende generalizar el caso de las prácticas deshonestas de todos los medios informativos. También durante la invasión hubo reporteros, corresponsales y medios de comunicación que realizaron un trabajo periodístico digno, tal fue el caso de las agencias Al Jazeera y Reuters. En el caso de México responde también a líneas políticas editoriales y a intereses económicos de los medios informativos.

estrategias: una, motivando a los ciudadanos a participar, y la segunda es generar alerta en un sector de la sociedad para inducir el miedo a ser atacados, perder privilegios o bienes muebles o inmuebles. En ambas estrategias se activan climas sociales en donde imperan prejuicios sociales y políticos.

De esta manera nos damos cuenta de que, después de un siglo, las tesis de Dewey y Lippmann siguen vigentes, en donde la función de la noticia en algunas empresas mediáticas no es precisamente la de informar objetivamente a los ciudadanos, sino la de emplearla como propaganda para configurar pseudoambientes, activar climas y pasiones colectivas y recrear la pseudorealidad en las mentes de los habitantes de una región.

Encuestas como propaganda

En el área de la mercadotecnia comercial o política existen un número considerable de estrategias, herramientas y técnicas que convergen en un fin común, que es el convencer a alguien sobre algo. Pareciera una cuestión simple, lo cierto es que requiere de la utilización de mecanismos persuasivos para posicionar al producto o al candidato en la mente de los consumidores-ciudadanos.

La palabra 'mercadotecnia' se deriva de la palabra 'mercado' y del griego *tekne* que significa 'técnica' (Larousse 2007: 1102), es decir, la mercadotecnia es una serie de técnicas aplicadas al conocimiento del mercado. Es popularmente conocida como *marketing* por el uso de la palabra en inglés. Algunos autores coinciden que es una herramienta de la planificación estratégica⁵ que sirve para conocer los deseos, necesidades, actitudes y comportamiento de determinados consumidores, a través de la aplicación de métodos cuantitativos⁶ y cualitativos.

Philippe Maarek señala que el *marketing* político "trata de definir los objetivos y los programas políticos e influir en el comportamiento del ciudadano; sobre todo, al acercarse las elecciones" y adopta muchas veces los métodos del *marketing* comercial (1997: 43).

Por su parte Andrés Valdez Zepeda dice que el objeto central del *marketing* político:

[...] es el conocimiento y persuasión de los ciudadanos constituidos en mercado político: investiga sus principales problemas como ente social, indaga su sensibilidad a los estímulos, al analizar sus reacciones, sentimientos y comportamiento; diseña las

⁵ Véase Kuschick 2003:3)

⁶ Como parte de un antecedente del *marketing* político de tipo cuantitativo podemos ubicar a principios del siglo XX a las *straw polls* que tenían como intención conocer la opinión de la gente sobre por quién iban a votar; por ejemplo en 1824 la primera *straw poll* (encuesta falsa) aplicada en dos ciudades del estado de Delaware, en Estados Unidos, y publicada en el periódico *Harrisburg Pennsylvanian*, predecía como vencedor de las elecciones a Andrew Jackson sobre John Quincy Adams, siendo este último el elegido como presidente. En este sentido los estudios de opinión pública tomaron relevancia en los años posteriores y comienzan a ser uno de los factores que toma en cuenta el *marketing* político para desarrollar la planificación estratégica de la campaña política y mediática.

estrategias propagandísticas más efectivas para lograr su cometido, estudia el contexto y la coyuntura política, establece relaciones entre mensaje, percepción y persuasión; se preocupa por los problemas asociados a la imagen y opinión pública, así como de las acciones proselitistas de las élites políticas; penetra en la doctrina y las teorías políticas e investiga los fenómenos de la comunicación social (Valdez Zepeda 2001: 38).

En este sentido, las encuestas, al igual que el recurso de la noticia en las campañas políticas, resultan ser un instrumento de persuasión de la mercadotecnia y publicidad política para cautivar a indecisos, quienes hacen la diferencia en las elecciones, ya que son productoras de imaginarios climas sociales, opinión pública y conducta para lograr un fin determinado y con ello legitimar una elección.

El uso de las encuestas es parte de un plan estratégico de campaña implementado a través de una estrategia creativo-publicitaria. Las encuestas son utilizadas por los partidos políticos en forma de propaganda por medio de anuncios y *spots* (TV, radio y/o internet). Estas instituciones políticas contratan servicios demoscópicos y cuando son favorecidos publican la información gráfica en los diversos medios de comunicación, haciendo notar a la población que ese partido político está por encima de la oposición. Con ello pretenden inducir, influir en la decisión del voto y que se origine el *bandwagon effect*.

Los partidos políticos a través de los *spots* televisivos contribuyen a la formación de pseudoambientes y pseudorealidades que sugieren qué temas pensar, cuándo y cómo se deben abordar. El *spot* político constituye parte de la estrategia mediática para posicionar al candidato y motivar o disuadir el voto en los ciudadanos. La palabra *spot* proviene del inglés y tiene diversos significados; los especialistas de medios de comunicación utilizan el término para referirse a un género de la publicidad⁷ y propaganda ya sea de tipo radiofónico, televisivo o en Internet.⁸

En general, los *spots* audiovisuales son narraciones en los que se muestran historias de vida cotidiana, porque resultan ser más asequibles a la audiencia, que con otro recurso, por ejemplo según Combs / Nimmo, los anuncios que utilizan únicamente datos duros, siguiendo un proceso narrativo más lógico, niegan la posibilidad de ser comprendidos por un grupo más amplio. La "gente no vive según la fría lógica. Comparte deseos de aceptación y placer, gusta

⁷ En la publicidad televisiva existen varios géneros para anunciar un producto: *bartering*, infomerciales y el posicionamiento del producto.

⁸ La historia del *spot* televisivo está intrínsecamente ligada al origen del *marketing* político en Estados Unidos. Por primera vez en 1952, en las elecciones presidenciales, los dos principales candidatos (el republicano Dwight David "Ike" Eisenhower y el demócrata Adlai Stevenson) consagran un presupuesto especial a la comunicación política. La intervención de Tom Reeves en la campaña del republicano Eisenhower fue vital, pues le confeccionó 49 *spots*, uno para cada estado, en el que aparecía uno de los habitantes haciendo una pregunta al general Eisenhower: "Reeves aplicó este método a la campaña presidencial, e hizo que el republicano nunca expusiera más que una sola categoría de argumentos, tanto en sus discursos como en sus conferencias de prensa y apariciones televisivas" (Maarek 1997: 28).

de finales felices y quiere creer en la eficacia de la ayuda" (1988: 62). Pero en este trabajo se sostiene que aunque son pocos los anuncios dedicados a mostrar estudios demoscópicos, esta herramienta se utiliza para orientar el voto ciudadano. Un trabajo de los investigadores Fernando Sánchez y Francisco Aceves (2008), estudia la relación que hubo entre los *spots* televisivos y las encuestas en la configuración del voto electoral en el año 2006.

Es así como este recurso de las encuestas en los *spots* políticos ha sido utilizado en la última fase de las tres últimas campañas políticas a la presidencia de la República Mexicana por los candidatos ganadores, dos de ellos panistas (Vicente Fox en 2000 y Felipe Calderón en 2006) y el priista (Enrique Peña Nieto en 2012). A continuación se presentan algunos ejemplos de la construcción de pseudorealidades para la configuración del voto.

Los *spots*-encuestas en las campañas presidenciales 2000, 2006, 2012

La campaña proselitista a la presidencia de la República en el año 2000 tuvo tres principales contendientes: el candidato panista Vicente Fox que representó la Alianza por el Cambio (AC: PAN-PVM); el candidato del PRI, Francisco Labastida Ocho y el candidato de las izquierdas Cuauhtémoc Cárdenas, de Alianza por México (PRD-PT-CD-PAS-PSN).

El único equipo de campaña en utilizar el recurso visual de las encuestas en los *spots* fue el del panista Vicente Fox. Antes y al final del segundo debate⁹ se transmitieron por televisión dos anuncios políticos en donde se exhibía una gráfica en la que se mostraban porcentajes de los distintos partidos, indecisos y otros (véase imagen 1). Nosotros nos vamos a centrar en revisar el segundo anuncio, ya que en el primero Fox aparecía empatado en la encuesta del *spot*.¹⁰

⁹ El segundo debate fue el 26 de mayo a las 20:58 horas bajo la conducción y moderación del periodista Ricardo Rocha. Los aspirantes presidenciales intervinieron en cinco rondas durante una hora y media y el encuentro fue transmitido por televisión a nivel nacional por los canales 7, 9, 11, 40 y a través del canal MAS de televisión cerrada, Multivisión. La primera participación fue de Fox, posteriormente Francisco Labastida, para terminar con la primera ronda Cuauhtémoc Cárdenas, de acuerdo con el sorteo realizado por los aspirantes. El debate fue en torno a una mesa semicircular en el Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad.

¹⁰ Véase <http://www.youtube.com/watch?v=1jK0sLKVTPs&list=PL2D78B0B3DDDCD320> [17.12.2014].

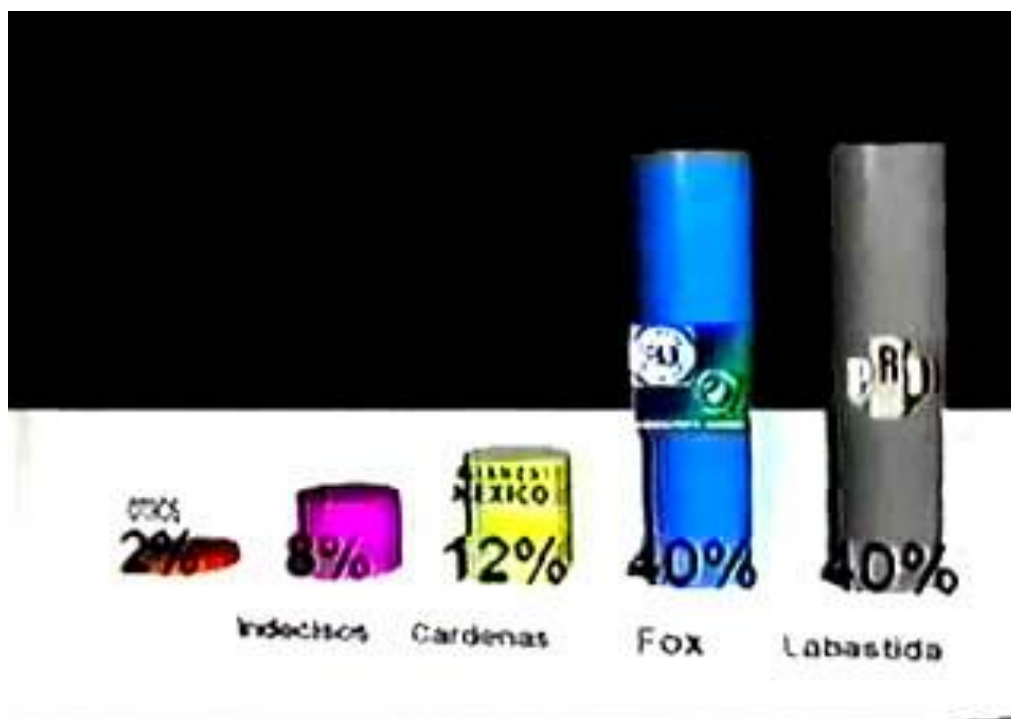


Imagen 1

En este segundo promocional, la gráfica aparece de perfil, gira poco a poco hasta estar de frente al espectador; se distinguen cinco columnas, las tres últimas del PRI, PAN-PVM y PRD, y las dos restantes nombradas como "Indecisos" y "Otros", que tienen los menores porcentajes. En cada una de las columnas aparece en la parte inferior el nombre del candidato. El porcentaje se ubica por encima de los nombres de éstos. Es de resaltar que solo las columnas que muestran el logotipo de las alianzas o coaliciones son de AC y del PRI. Se observa que cada una de las columnas está representada por un color; en el caso de la columna del PRI se le otorga el tono gris y al logotipo el blanco y negro. Este recurso visual también fue utilizado durante toda la campaña negativa de los anuncios dirigidos al PRI.

La columna que más resalta es la de AC al asignarle el color azul y ser la única que tiene el logotipo a color, lo cual la hace más visible que las otras. La columna del PRD está en amarillo, pero sin el logo de ese partido. Con el uso visual de estos recursos se infiere que los principales competidores eran Vicente Fox y Francisco Labastida.

El aspecto visual lúdico de este *spot* fue ver como a cada una de las columnas-competidores se le restaban porcentajes de preferencias del voto y se integraban en la columna de AC hasta que Fox alcanzara el 51% que se evidenciaba con color rojo.

A la par que la transmisión de la imagen, se escucha el discurso del locutor que dice:

Cuadro 1

Discurso verbal: Encuesta Vicente Fox 2000
<p>-Locutor voz off: Se acuerdan de esta imagen.</p> <p>Bueno, pues después del debate presidencial sucedió lo que la mayoría de los mexicanos deseábamos.</p> <p>Fox se fue para arriba en las encuestas.</p> <p>Estamos a punto de cambiar la historia, porque como ya somos más los que queremos mejores sueldos, más escuelas, mejores hospitales, más seguridad.</p> <p>Ya somos más los que queremos un gobierno capaz, honesto y plural.</p> <p>Como ya somos más los mexicanos que queremos un cambio de verdad.</p> <p>Ya ganamos.</p> <p>-Locutor voz off: Vota Alianza por el cambio.</p> <p>-Locutor voz off: Presidente Fox.</p>

En este discurso verbal, el locutor refuerza la idea de la competencia electoral entre los principales candidatos, al recordar: "Se acuerdan de esta imagen" y se presenta la encuesta antes del debate y mostrando el incremento del porcentaje en la columna de AC. Con este discurso y la utilización reiterativa de las locuciones "mayoría" y "ya somos más", busca proyectar certeza en el auditorio mostrando evidencia de que Fox está en primer lugar en las preferencias de los electores.

Spot-encuesta Felipe Calderón 2006

En la campaña presidencial del 2006, los principales contendientes fueron: el candidato de izquierda y de la Coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), por parte del Partido Acción Nacional (PAN) Felipe Calderón Hinojosa y por Alianza por México (PRI-PVM) Roberto Madrazo Pintado.

En esta contienda quienes utilizaron el instrumento de la encuesta para posicionarse fueron Calderón y Madrazo. Nosotros analizamos únicamente los del candidato panista, ya que fue el ganador y quien más anuncios de este tipo realizó.

El equipo propagandístico panista de Felipe Calderón, en el último mes de la campaña, produjo dos *spots* televisivos con el tema de las encuestas. El primero lo ubicamos en la categoría de campaña negativa (véase imagen 2), porque muestra a AMLO como un peligro para México, resaltando que el único candidato que puede detener al de la izquierda es Calderón.

Las imágenes que se exhiben muestran un empate más fuerte entre estos dos contendientes, y en un solo caso, en la encuesta del periódico Excélsior, AMLO tiene mayor porcentaje. En todas las gráficas seleccionadas se muestra a Roberto Madrazo ubicado en el tercer lugar.

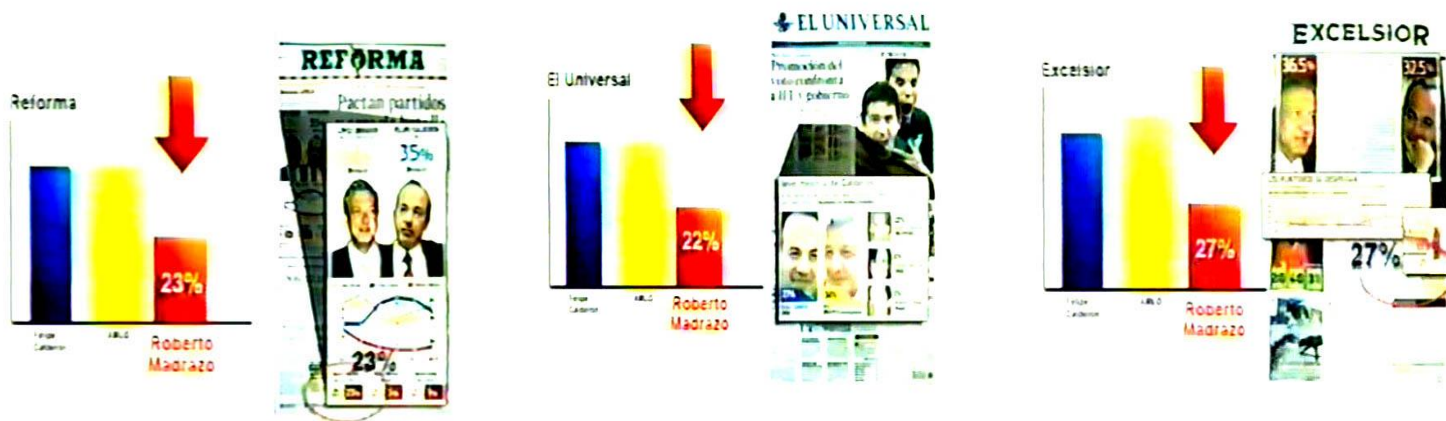


Imagen 2

Cuadro 2

Discurso verbal: Detener a AMLO

Locutor voz off: Si López Obrador gana la presidencia aumentará la deuda, habrá devaluaciones y crisis.

¿Quién puede salvar a México? ¿Madrazo o Calderón?

Las encuestas dicen que va en último lugar. Reforma dice que es último. El Universal, último. Excélsior, último, último, último...

Sólo Calderón puede detener a López Obrador.

Vota por Felipe Calderón el presidente del empleo.

Firma: Candidatos del PAN al Senado de la República.

El discurso del locutor refuerza la idea de otros anuncios de tipo negativo, y de que AMLO endeudará y generará crisis al país. El discurso visual y la voz en *off* del locutor interpelan directamente al auditorio con dos preguntas de tipo retórico: "¿Quién puede salvar a México? ¿Madrazo o Calderón?". Por este motivo es que se muestran las imágenes de los estudios demoscópicos, para probar que el único candidato mejor posicionado es Calderón.

El siguiente promocional ya no muestra el empate entre AMLO y Calderón, sino que ubican al panista con al menos tres puntos porcentuales por encima del candidato de las izquierdas (véase Imagen 3).

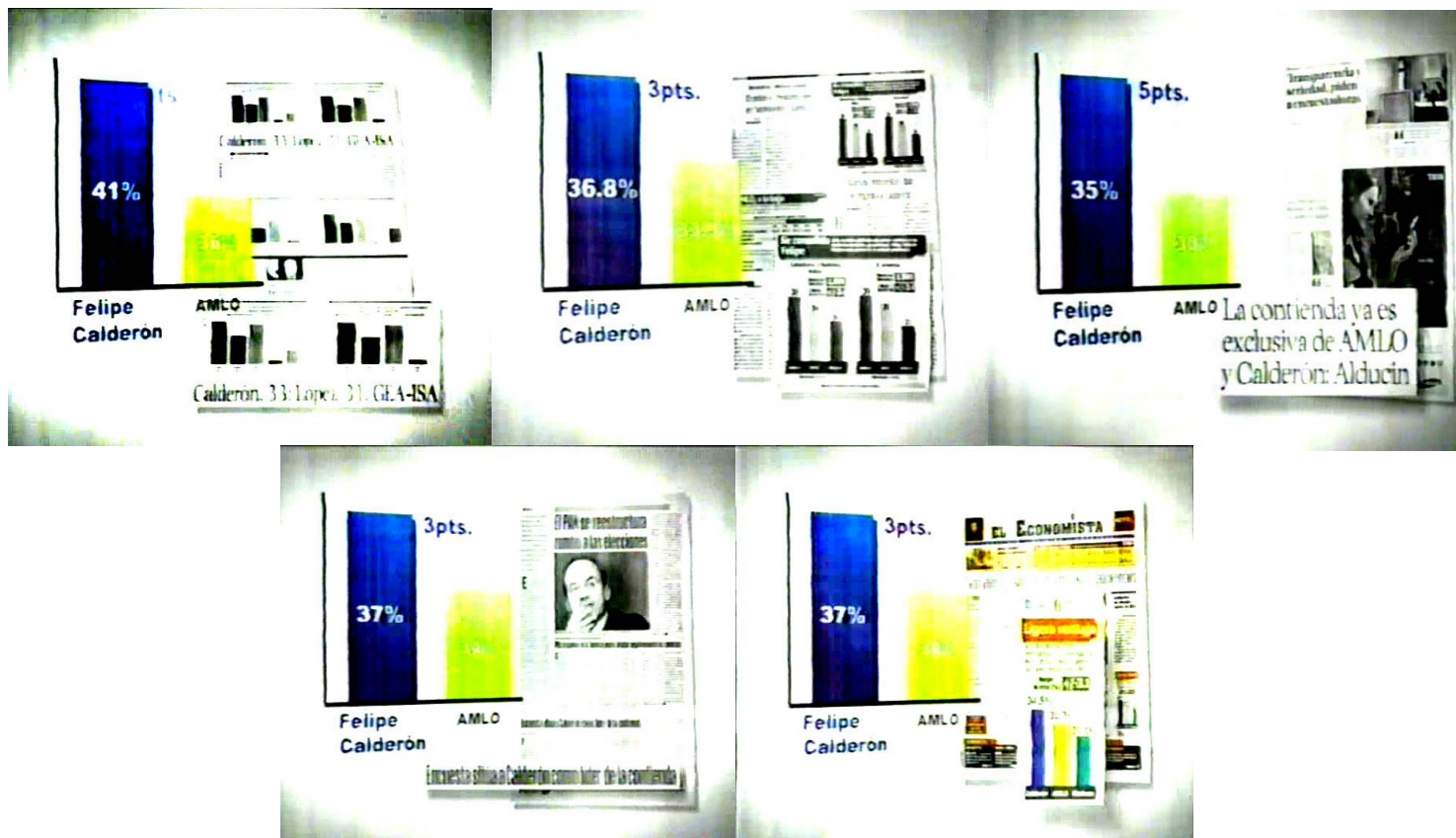


Imagen 3

En este caso se muestran imágenes que pretenden corroborar el discurso verbal del locutor para darle mayor credibilidad. El locutor va describiendo los puntos porcentuales que posicionan a Felipe Calderón como líder en los estudios demoscópicos. Y enfatiza que "[l]a mayoría de estas encuestadoras" dieron el triunfo a Fox; con ello pretende demostrar la confianza en estas empresas.

Cuadro 3

Discurso verbal: Encuesta Calderón 2006
Locutor voz off: Muchas encuestas recientes dan como ganador a Felipe Calderón. GEA-ISA lo ponen por arriba por 5 puntos. Consultores y Marketing Político por 3 puntos. Alducín por 5

Zogby por 3

La mayoría de estas encuestadoras están entre las pocas que predijeron el triunfo de Fox en 2000.

La victoria está cerca.

Para que gane México, el 2 de julio vota por Felipe Calderón. Presidente del empleo.

Se deduce que pretendió crear un efecto de *bandwagon* y espiral del silencio, es decir, que al posicionar a AMLO en último lugar dentro de las encuestas de los periódicos, se buscó que los ciudadanos dirigieran su atención y su voto al candidato mejor posicionado. La intención fue generar ese sentimiento de aislamiento y desilusión en la ciudadanía para que no participara en la elección u otorgara su voto al candidato panista. Estos dos anuncios pertenecieron a la campaña 'sucia' o de 'miedo'¹¹ que se caracterizó por generar desconcierto en la población.

Spot-encuesta Enrique Peña Nieto 2012

En la elección presidencial del 2012 participaron activamente el candidato priista Enrique Peña Nieto (EPN) con la Coalición Compromiso por México (CCM: PRI-PVM), Andrés Manuel López Obrador (AMLO) con el Movimiento Progresista (PRD, PT y MC), Josefina Vázquez Mota representando al PAN y Gabriel Quadri de la Torre del Partido Nueva Alianza. El equipo publicitario que utilizó el recurso de la encuesta en los *spots* televisivos fue el del priista EPN.

Al igual que en el anuncio de Calderón que es exhibido en la última etapa de campaña, en el promocional de Enrique Peña Nieto (EPN) le presentan como el mejor posicionado en las encuestas.

A diferencia del *spot* de Vicente Fox, en este, todas las columnas tienen el color que representan a los partidos políticos.

El promocional de EPN dura 30 segundos, de los cuales 13 están destinados a mostrar a EPN entre la multitud, en donde se escuchan ruidos de emoción de la gente. A él se le observa saludando y sonriendo, hasta que en el cuarto segundo la imagen de EPN pasa a segundo plano y en el primer plano aparecen cuatro diferentes gráficas donde se muestran los porcentajes de los diferentes candidatos y en la parte inferior del anuncio se describe el nombre de la casa consultora, los días y el mes del levantamiento de la encuesta (véase imagen 4).

¹¹ El equipo propagandístico de AMLO no respondió inmediatamente a este tipo de campaña negra que buscó introyectar el miedo en ciertos sectores de la sociedad mexicana.

En todas estas gráficas EPN está por encima del 40%: Consulta Mitofsky (25-27 mayo) le otorga el 44.9%; Milenio-GEA-ISA (1-3 junio) el 46.1%; OEM-Parametría (23-25 mayo y 27 mayo-2 junio) el 43% y Universal-Buendía & Laredo (24-28 mayo) el 43.8%.

Mientras que al candidato de las izquierdas, Andrés Manuel López Obrador, en esas mismas encuestas lo posicionan en el segundo lugar: Mitofsky con un 27.4%; Milenio-GEA-ISA con el 26.4%; OEM-Parametría con el 30% y Universal-Buendía & Laredo el 27.7%. A la candidata panista, ideológicamente considerada de derecha la colocan en tercer lugar con puntajes por debajo del 26%.

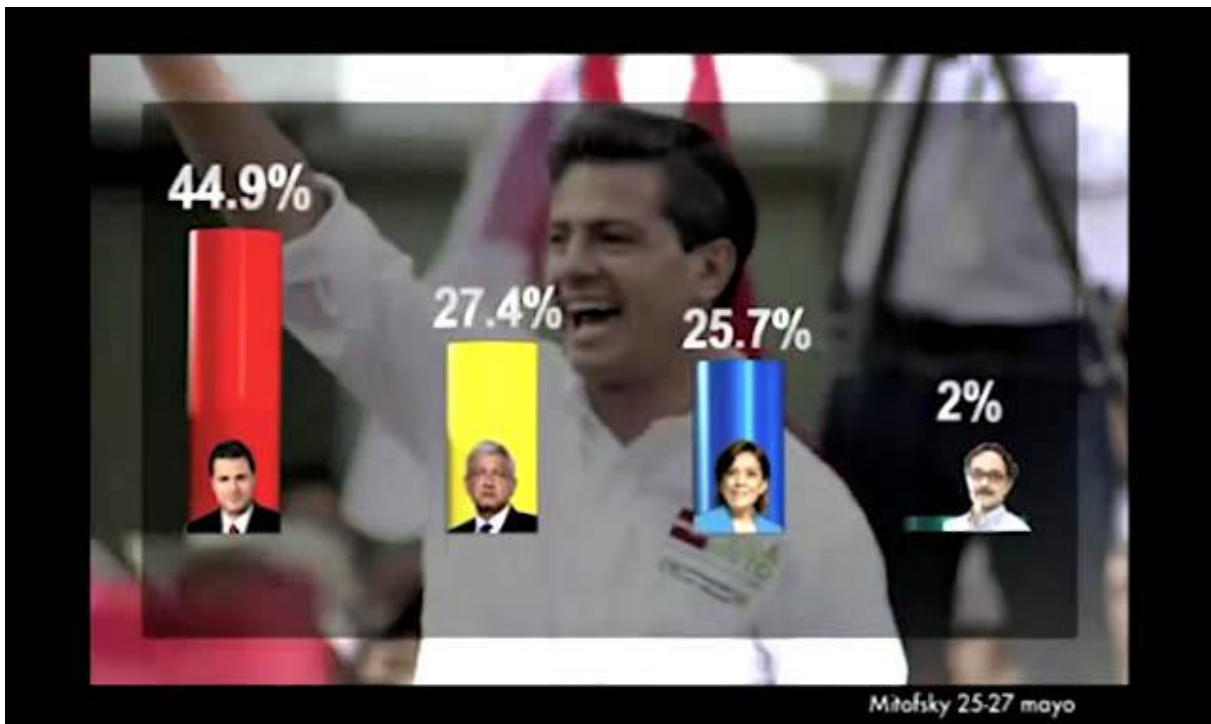


Imagen 4

Cuadro: 4

Discurso verbal: Encuesta EPN 2012
Locutor voz off: Semana tras semana se vuelve a confirmar. En las encuestas vamos ganando. México quiere cambiar.
EPN: Gracias por seguirnos, gracias por estar a favor del cambio de México.

Una vez que han pasado las dos primeras gráficas, en el segundo 14, en primer plano auditivo se escucha la intervención en voz *off* del locutor, al unísono se observan las dos últimas gráficas (OEM-Parametría y Universal-Buendía & Laredo). El discurso del locutor pretende

crear el referente de los porcentajes que exhiben los estudios demoscópicos al enunciar: "Semana tras semana se vuelve a confirmar. En las encuestas vamos ganando. México quiere cambiar" (véase cuadro 4). Posteriormente se observa a EPN que viaja en una camioneta en el asiento del copiloto y voltea a ver la cámara para decir: "Gracias por seguirnos, gracias por estar a favor del cambio de México". EPN es el segundo candidato en utilizar la palabra cambio durante su campaña, aunque el equipo priista no lo hizo tan enfáticamente como lo utilizó el equipo publicitario de Vicente Fox en el año 2000.

En estos tres *spots*, el argumento de los locutores se basa en la 'veredicción', es decir, presentan imágenes como prueba de la percepción que tiene la mayoría de la opinión pública encuestada por las empresas demoscópicas. La intención es generar el fenómeno del "efecto del carro ganador" (*bandwagon effect*) o el "vuelco del último minuto". Es decir, un porcentaje menor, pero significativo de personas, cambia en el último momento o decide su voto en la urna y es lo que hace la diferencia en una elección.¹²

Ante este fenómeno social, Elisabeth Noelle-Neumann nos va a decir que "la opinión pública va ser una forma de control social en la que los individuos, percibiendo casi instintivamente las opiniones de quienes les rodean, adaptan su comportamiento a las actitudes predominantes sobre lo que es aceptable y lo que no, por temor a ser aislados" (Noelle-Neumann 1995: 17 s.).

Es decir, la creación del clima de opinión dependerá de quién hable y de quién permanezca en silencio. En los *spots* se muestran porcentajes de una opinión pública dominante, y con ello se pretendió construir un imaginario social de quién es el candidato preferido, al tiempo que se configuró un pseudoambiente al final del proceso electoral.

Neumann dice que se impone también "en algunas ocasiones una actitud y conducta de sumisión, a la vez que amenaza con aislamiento al individuo rebelde y, al político, con una pérdida del apoyo popular" (Noelle-Neumann 1995: 18).

¹² Véase Noelle-Neumann 1995: 18. Este fenómeno de la espiral del silencio ya había sido detectado por Paul F. Lazarsfeld en 1940 en las elecciones de Estados Unidos en las que contendió Franklin D. Roosevelt. Sin embargo, a la teoría de la espiral del silencio se la reconoce en 1972. Elisabeth Noelle-Neumann se inspira en las elecciones paradigmáticas de 1965 en Alemania. Estos dos comicios permitieron a Noelle-Neumann visualizar un fenómeno social que no se manifestaba en los estudios demoscópicos anteriores a las votaciones, lo cual originaba que los resultados de las encuestas y del sufragio fueran distintos a los que esperaban los encuestólogos. Por ejemplo, tal y como lo dice en su libro *La espiral del silencio, Opinión pública nuestra piel social*, en 1965 "la intención de voto permaneció casi invariable durante muchos meses, indicando una situación de práctica igualdad entre la Unión Cristianodemócrata (CDU-CSU) y el Partido Socialdemócrata (SPD). Pero la idea de que la CDU-CSU iba a ganar se extendió entre los votantes. Los resultados finales del escrutinio reflejaron 8% de ventaja de los cristianodemócratas sobre los socialdemócratas" (Noelle-Neumann 1995: 18). Este mismo efecto también se repitió en la campaña electoral de 1972. Los dos principales partidos estaban a la par cuando se planteó la pregunta sobre la intención de voto. Algo estaba sucediendo tanto con las encuestas que no reflejaban esta diferencia como con la gente que no contestaba con sinceridad. Y es precisamente aquí donde toma sentido la teoría de la espiral del silencio.

Conclusión

El diseño de la imagen de los candidatos políticos y de los opositores es parte de la estrategia de campaña de los equipos propagandísticos de cada candidato y responde al complejo fenómeno del imaginario social, el cual es retomado por los equipos publicitarios para recrear representaciones en los *spots* audiovisuales del adversario.

Retomo a Edward Bernays cuando dice que la propaganda no es simplemente "el esfuerzo de alguna persona reprehensible por envenenar nuestras mentes con mentiras"; más bien es "un esfuerzo organizado para difundir una creencia u opinión particular" (Bernays 1923). Pero como hemos visto, la propaganda busca únicamente resaltar ciertos elementos de la realidad para que parezcan verosímiles, no verdaderos. En este sentido, la propaganda resulta algo mucho más sutil, más poderosa y más vital que la simple difusión de información. Es aquí donde la imagen se convierte en el elemento de persuasión, porque representa la evidencia o pseudoevidencia.

En este pseudorealismo de los *spots* de los candidatos presidenciales mexicanos está presente un lenguaje de signos, que lejos de ser invenciones caprichosas o geniales de un individuo, pertenecen al acervo de representaciones de la colectividad.

Los *spots* analizados utilizan las encuestas como un recurso científico-argumentativo en sí para orientar el voto, en donde el ciudadano pueda visualizar quien está mejor posicionado en los estudios demoscópicos.

Es necesario precisar que los pseudoambientes y climas sociales no se construyen con anuncios que muestran solamente encuestas. Son parte de diversas tácticas en el desarrollo de la campaña que delinear la imagen del candidato y de los opositores, así como los temas y prejuicios sobre éstos.

Los *spots* que muestran encuestas son, por regla general, parte de la campaña negativa; esto lo confirmamos en la campaña de Vicente Fox y Calderón. Sin embargo, no siempre es así. En la campaña de EPN se presentaron en su mayoría anuncios de posicionamiento de imagen y uno negativo para denigrar la figura de AMLO al recordar momentos históricos y distorsionar su discurso. La estrategia del equipo priista para ganar la elección no fue necesariamente a través de *spots* electorales, sino que su imagen se construyó mediáticamente cuando era gobernador del Estado de México y mediante los vínculos publicitarios con Televisa. Ya en campaña electoral el equipo de EPN y su partido, por medio de las redes de conveniencia con las empresas Inizzio y Operadora y Comercializadora Efra, buscaron mecanismos para seducir económicamente a los lectores con tarjetas MONEX y otros artículos.

En este sentido, los ciudadanos al verse apabullados por esas pseudoevidencias, pseudoambientes y pseudorealidades en las que no se informa, sino que se confunde, es cuando los votantes prefieren incorporarse a las opiniones mayoritarias y evitar el aislamiento para no ser excluidos del grupo social en el que se encuentran construyendo una pseudodemocracia.

Bibliografía

BERNAYS, Edward (1923): *Crystallizing Public Opinion*. New York: Liveright.

COMBS, James E. / Dan Nimmo (1998): *La nueva propaganda*. México: Diana.

KUSCHICK, Murilo (2003): 'Marketing y comunicación política'. En: *Reporte de investigación*, II, 360, pp. 1-37.

LIPPMANN, Walter (1956 [1922]): *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company.

MAAREK, Philippe J. (1997): *Marketing político y comunicación, claves para una buena información política*. España: Paidós.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1995): *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Traducción: Javier Ruiz Calderón. España: Paidós.

SÁNCHEZ MURILLO, Luis Fernando / Francisco de Jesús Aceves González (2008): 'Campañas políticas y configuración del voto electoral en el 2006. Encuestas electorales y publicidad política'. En: *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 202, pp. 93-116.

VALDEZ ZEPEDA, Andrés (2001): 'La Evolución de la Mercadotecnia Política en México: Construyendo un nuevo campo del conocimiento'. En: *Investigación y Marketing*, 70, pp. 38-46. <http://www.aedemo.es/aedemo3/socios/revista70/ad-70-05.pdf> [17.12.2014].

La extensión corporativa en el sector telecomunicaciones y sus implicaciones en la producción y distribución de cine mexicano

César Bárcenas Curtis

(Universidad Nacional Autónoma de México)

1. Planteamientos iniciales

A partir de los apuntes de Fuertes (2010: 39), con respecto al funcionamiento del Eficine¹ y el ingreso de ciertos grupos empresariales que se están consolidando como inversionistas en la producción de películas mexicanas, es posible que se esté desarrollando un proceso de concentración que pueda influir en el surgimiento de nuevas productoras y en el acceso a nuevos cineastas.

En este caso, a partir del incremento de la producción cinematográfica en México durante los últimos años, es posible señalar a manera de hipótesis preliminar, que este crecimiento sostenido puede ser resultado, entre otras cosas, de la consolidación del poder empresarial en la inversión de películas mexicanas, lo que no sólo extiende el poder corporativo y las diferencias entre algunas compañías productoras de cine mexicano, sino también puede tener influencia en la decisión sobre quién participa en la producción cultural, y sobre todo, en la definición de las características de los contenidos que se desarrollan.²

Por lo tanto, para el desarrollo de este análisis, es posible utilizar algunos conceptos de la Economía de los Medios, los cuales pueden permitir la comprensión de las actividades y funciones de algunas productoras cinematográficas mexicanas. En este sentido, al entender a estas compañías como instituciones económicas, sin omitir su importancia cultural, es posible realizar un estudio que posibilite la adquisición de mayores dimensiones al describir de manera general sus estructuras, conductas y actuaciones en interacción con ciertas políticas y regulaciones establecidas para su funcionamiento y operación.³

¹ El Eficine (Estímulo Fiscal al Cine) que es una reforma al artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR), publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 2006, es una medida para incentivar la producción de películas mexicanas. La máxima cantidad anual que se puede invertir por parte de los contribuyentes del ISR para obtener beneficios fiscales es de 500 millones de pesos. En términos técnicos, la cifra máxima por contribuyente y por proyecto es de 20 millones de pesos, además de que cada aportación tiene un tope de 10 por ciento del ISR a cargo del contribuyente en el ejercicio inmediato anterior o contra el impuesto al activo.

² "Un grupo social definido, con fines políticos y económicos, determina que significados circulan y cuáles no, que relatos se pueden contar y sobre qué, a qué argumentos se les da más peso, y qué recursos culturales se encuentran disponibles y para quiénes" (Garnham 1995: 65).

³ Véase Albarran 2004: 303.

De acuerdo con esto, se tomará como referencia la propuesta de análisis de Gomery (1989: 44), con la intención de delinear un posible modelo de organización industrial de la producción cinematográfica en México, a través de describir su operación en tres niveles de análisis, utilizando como referencia principal el caso específico del Eficine. Por lo tanto, en primer lugar se identificará a las compañías que han realizado el mayor número de aportaciones para obtener el estímulo fiscal proporcionado por el Eficine, por lo que a grandes rasgos se mencionará quiénes son, qué tan grandes y la extensión de su dominio. En un segundo momento, al entender que la estructura puede influir en la conducta de los corporativos, es importante señalar cómo pueden imponer reglas en el mercado y cómo distribuyen lo que producen.

Finalmente, al existir una estructura organizacional y métodos de trabajo, es posible que también estén determinadas ciertas formas de actuación y operación en el mercado cinematográfico en México, por lo que en este caso, es necesario identificar si el entorno de distribución es justo y si el acceso al mercado de algunas películas está determinado, de alguna manera, dependiendo de los estímulos gubernamentales, lo que puede afectar el comportamiento del negocio cinematográfico en México. En este caso, las consideraciones económicas, a final de cuentas sirven para tomar ciertas decisiones que pueden tener determinadas consecuencias.

En términos generales, para este estudio se utilizarán los datos proporcionados por el documento *Análisis y Diagnóstico del Eficine* (Imcine 2012b), sobre todo porque será la directriz para el desarrollo de estos apuntes. De acuerdo con esto, en un primer momento, se plantea de manera preliminar que los apoyos proporcionados por el Eficine pueden, en cierta medida, definir la estructura, funcionamiento y posibilidades de algunas productoras cinematográficas en México, por lo que la interpretación de sus objetivos y resultados, puede brindar mayores acercamientos a las características del entorno de las productoras de cine en México en la convergencia digital.

2. Extensión corporativa

La reforma al artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la renta aprobada el 7 de diciembre de 2009, en términos generales señala que "Se otorga un estímulo fiscal a los contribuyentes del impuesto sobre la renta, consistente en aplicar un crédito fiscal equivalente al monto que, en el ejercicio fiscal de que se trate, aporten a proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional, contra el impuesto sobre la renta o el impuesto activo que tengan a su cargo en el ejercicio en el que se determine el crédito. Este crédito fiscal no será acumulable para efectos del impuesto sobre la renta. En ningún caso, el estímulo podrá

exceder el 10% del impuesto sobre la renta a su cargo en el ejercicio inmediato anterior al de su aplicación".

En este caso, para optar por el estímulo fiscal, los proyectos son revisados por un Comité Interinstitucional conformado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Instituto Mexicano de Cinematografía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Asimismo, es importante señalar que el monto del estímulo a distribuir entre los aspirantes del beneficio, no excederá de 500 millones pesos por cada ejercicio fiscal ni de 20 millones de pesos por cada contribuyente y proyecto de inversión en la producción cinematográfica nacional. De acuerdo con esto, después de la revisión de los documentos fiscales de las empresas contribuyentes y empresas productoras, el Comité tiene la capacidad de autorizar el estímulo fiscal a los contribuyentes aportantes.

A partir del análisis y diagnóstico del Eficine (Imcine 2012b), durante el período de 2006-2012, los 10 contribuyentes más importantes en esta etapa que obtuvieron el estímulo fiscal, incluyen a Grupo Televisa, Seguros Inbursa, Cinépolis del País, Pensiones Inbursa, Finanzas Guardiania Inbursa, McCormick de México, Qualitas Compañía de Seguros, Casa Cuervo, Cinemas de la República y Coppel. En este caso, algunas de las empresas mencionadas, pueden tener una sólida serie de intereses corporativos en el sector de las telecomunicaciones en México.

Principales beneficiarios y número de apoyos obtenidos por el Eficine entre 2006-2012

Grupo Televisa	19
Seguros Inbursa	13
Cinépolis del País	11
Pensiones Inbursa	11
Fianzas Guardiania Inbursa	10
McCormick de México	10
Qualitas Compañía de Seguros	9
Casa Cuervo	7
Cinemas de la República	7
Coppel	7

Fuente: Imcine 2012b: 20.

Al momento de utilizar el primer nivel de análisis propuesto por Gomery (1989: 44), es preciso mencionar de manera general la extensión corporativa de Grupo Televisa, que está conformada por algunas compañías subsidiarias, entre las que destacan Editorial Televisa, Sky, Empresas Cablevisión, Cablemás, Televisión Internacional (TVI), Cablestar, Consorcio Nekeas, Grupo Distribuidora Intermex, Sistema Radiópolis, Televisa juegos, así como la compañía Bestel que es proveedora de infraestructura en telecomunicaciones. Asimismo, comparte con Grupo Salinas el 50% de las acciones de la compañía de telefonía móvil Iusacell, y por otra parte, también tiene cierta participación en Univisión, empresa de televisión de habla hispana en Estados Unidos.⁴

Con respecto al Grupo Financiero Inbursa, controla de manera directa e indirecta las operaciones de sus subsidiarias Seguros Inbursa, Pensiones Inbursa, Fianzas Guardianas, y al mismo tiempo, realiza operaciones de carácter financiero y comercial con empresas afiliadas como Telmex, Telmex Internacional, América Móvil, Grupo Carso, Impulsora del Desarrollo y el Empleo en América Latina (IDEAL) y Carso Global Telecom (CGT), entre otras, las cuales tienen un amplio margen de maniobra y operación en el sector comercial y de los servicios de telecomunicaciones en México.⁵

A partir de lo establecido en esta breve revisión, es posible que un estímulo fiscal como el Eficine favorezca la inversión corporativa en proyectos cinematográficos, aunque al mismo tiempo, ello pueda implicar una extensión en el rango de sus operaciones empresariales, lo cual de alguna forma tiene ciertos peligros, como la posible discriminación a otras compañías más pequeñas, creando así incertidumbre e incrementando el poder de algunos corporativos.⁶ En este caso, al existir unos grupos empresariales en telecomunicaciones, que tienen posibilidades de producir y desarrollar estrategias de marketing y comercialización para ciertas películas, pueden reducirse los riesgos y la volatilidad implícita en los proyectos cinematográficos, sin embargo, estas estrategias de diversificación corporativa de negocios propuestas de manera 'directa' por el Eficine, no sólo pueden ampliar las diferencias en el área de producción cinematográfica, sino básicamente las oportunidades de ingreso en el mercado de distribución en México, para películas que no hayan sido partícipes de este modelo de producción.⁷

⁴ Véase Grupo Televisa 2013.

⁵ Véase Inbursa 2013.

⁶ Véase Ross Schneider 2009: 180.

⁷ "De esta manera la estructura de gobierno les ha proporcionado a los grupos corporativos una ventaja institucional comparativa en su relación simbiótica con el sistema político. Su ventaja institucional se encuentra en el acceso privilegiado al sistema político; mientras el poder en el sistema político cambia regularmente, su acceso permite a los grupos de negocios tener información desde adentro sobre la formulación de políticas, oportunidades para negociar acuerdos específicos como cambios de políticas, y abrir un canal para ejercer

3. Estrategias de producción y distribución.

En un segundo momento, a partir de lo propuesto por Gomery (1989: 44), la intención es identificar de manera general las estrategias de estos corporativos al producir y distribuir las películas en las que tienen cierta participación económica, lo que en determinado momento puede imponer algunas reglas en el mercado. De acuerdo con esto, por ejemplo en el caso de Grupo Televisa, la aportación del Eficine para la producción de *Paradas continuas* (Gustavo Loza 2009) fue de 6 millones de pesos, para una película “por encargo” la cual aborda el tema de las "pulsiones sexuales de la adolescencia"⁸. En el financiamiento también existió un apoyo de Fidecine por 7 millones de pesos,⁹ y asimismo, participaron Cinemas de la República y Cinépolis del País con 2 millones de pesos. En total, la película tuvo un costo aproximado de 29 millones de pesos y fue producida por Altavista Films y Quality Films, con un estreno de 280 copias en las salas de cine a través de la distribución de Videocine, empresa subsidiaria de Televisa.¹⁰

En el caso de Quality Films es una empresa que ha trabajado conjuntamente con Videocine en la compra de películas para su distribución en DVD, por lo que esta sólida posición en el mercado, apoyada por la red de comercialización de Televisa, empezó a desarrollar un modelo producción-distribución de manera conjunta, como pueden ejemplificar los casos de Canana y Mantarraya Producciones, al ser productores y al mismo tiempo encargarse de la distribución de sus propias películas.¹¹ Por otra parte, es importante señalar que la película permaneció 9 semanas en cartelera y tuvo una asistencia de 561,820 espectadores que la convirtió en una de las películas mexicanas con mayor asistencia durante 2009.¹²

En el caso de su comercialización en otras ventanas, también fue una de las películas con mayor número de rentas durante 2010, de acuerdo con datos de Blockbuster, asimismo también empezó a estar disponible en Internet, por lo que en ese mismo año se contabilizaron 215,000 descargas que le permitieron ser la película mexicana más vista durante ese período, como señaló el Anuario Estadístico de Cine Mexicano (Imcine 2011: 144). Asimismo, en el soundtrack de la película participaron, entre otros, grupos de pop rock como Moderatto, Molotov y Babasónicos, lo que puede implicar que a través de prácticas como el *scrobbling*,¹³

presión para la regulación de la competencia en sus mercados, en los sectores no abiertos al comercio de la economía" (Schneider / Soskice 2009: 39).

⁸ Véase Diario Oficial de la Federación 2008.

⁹ Véase Fondo de Inversión y Estímulos al Cine s.t.

¹⁰ Véase Albarrán Torres 2009.

¹¹ Véase Young 2008.

¹² Véase Imcine 2010.

¹³ El *scrobbling* implica la creación de una base de datos sobre los patrones de consumo cultural, en este caso de archivos musicales, que pueden ser encontrados y reproducidos, por ejemplo a través iTunes, Spotify, Amazon, BBC iPlayer, conectándose desde cualquier dispositivo digital (Beer / Burrows 2013: 52-53).

varios usuarios en Internet que son seguidores de este tipo de música, puedan desarrollar una base de datos que los remita automáticamente al soundtrack de la película.

Con respecto a Inbursa, el ejemplo de la película *Días de gracia* (Everardo Gout 2011), ya citado en el apartado 3.2. de este trabajo, *a priori* sugirió que existen ciertas presiones con respecto a las condiciones y organización del mercado cinematográfico en México. En este caso, con respecto al financiamiento de esta película, las aportaciones del grupo financiero Inbursa a través del Eficine rondaron los 10 millones de pesos,¹⁴ junto con 4 millones proporcionados a través de Sabormex para la producción de este thriller, en la cual también existió una aportación de Televisa por 4 millones pesos y otra cantidad de 1.5 millones de pesos proporcionada por Femsa Servicios,¹⁵ a los cuales se le pueden sumar otros 10 millones de aportación a través del Fidecine.¹⁶

En este caso, las compañías francesa ARP Selection y las mexicanas Casa B Producciones y Arte Mecánica fueron las principales encargadas del desarrollo del proyecto, por lo que en este caso, aparentemente se desarrolló una estrategia de coproducción, en la que básicamente la presencia francesa tuvo el objetivo de comercializar la película en el mercado europeo, sobre todo, a través de la empresa de ventas internacionales Kinology ubicada en París.¹⁷ Sin embargo, la película a pesar de contar con un apoyo corporativo de marketing y promoción, así como de algunos reconocimientos y premios como el Ariel, no fue un éxito de taquilla a pesar de haber sido estrenada con 209 copias que tuvieron como resultado una asistencia aproximada de 129 mil espectadores, que a su vez produjeron unos ingresos cercanos a los 5 millones 820 mil pesos, como señala el Anuario Estadístico de Cine Mexicano de 2012 (Imcine 2013: 71).

En este caso, el aparente fracaso en la taquilla de las salas, fue motivo suficiente para que los exhibidores decidieran quitarla progresivamente, aunque como se ha señalado anteriormente, es posible que ante el peso de las empresas que participaron en la producción y en la distribución, exhibidores como Cinemark y Cinemex optaron por darle un segunda oportunidad. Por lo tanto, quizá más allá de que existió una campaña en las redes sociales, con la exigencia de que la película regresara a las salas de cine,¹⁸ es posible que se haya

¹⁴ Véase Diario Oficial de la Federación 2010.

¹⁵ Véase Diario Oficial de la Federación 2011.

¹⁶ Véase Fondo de Inversión y Estímulos al Cine s.t.

¹⁷ Véase Keslassy / Hopewell 2011.

¹⁸ En el caso de *Días de gracia*, hay que mencionar que se re-estreno en algunas salas de cine de acuerdo con Everardo Gout, director del filme, por petición del público que lo solicitó a través de las redes sociales. Véase Grupo Fórmula 2012.

impuesto el poder corporativo, sobre todo, porque el "empoderamiento" de los fans en las redes sociales, puede ser bastante limitado ante ciertas hegemonías.¹⁹

En este caso, la estrategia de negocio empleada al realizar una saturación de copias de la película en las salas a la manera de un blockbuster, quizá no tuvo el efecto deseado por los productores. De acuerdo a esto, la copia del planteamiento de marketing que ha sido desarrollado por la majors estadounidenses posiblemente no siempre tiene éxito, en ocasiones, a pesar de contar con un fuerte respaldo corporativo, debido a que el mercado cinematográfico puede ser volátil e impredecible.²⁰ Asimismo, la estrategia de incluir en la banda sonora a músicos con cierta popularidad y reconocimiento mundial, como en este caso a Nick Cave, aparentemente tampoco aseguran el éxito de una película.

A partir del ejemplo de *Días de Gracia*, quizá es posible señalar que en México se este desarrollando, en algunos casos, un modelo de producción basado en la búsqueda del lanzamiento de una 'película evento', que entre otras cosas, se puede caracterizar por contener una historia que pretende imponer un nuevo estilo cinematográfico, quizá influenciado por el uso de formatos digitales, y en el que estéticamente se acentúan los efectos visuales por encima de los personajes y la historia, y en donde el soundtrack, juega un papel importante para acompañar la atmósfera visual de la película, lo cual al mismo tiempo funciona como una modalidad de marketing.²¹

De acuerdo con este ejemplo, es posible que en México se este desarrollando un proceso donde al incrementarse el peso corporativo en la producción cinematográfica, al mismo tiempo, se establecen ciertas reglas sobre los contenidos que 'ameritan' ser distribuidos a gran escala, lo que puede provocar que se intensifiquen las diferencias entre el cine industrial y el cine independiente.²² Asimismo, esta situación puede repercutir en las prácticas y discursos, donde la aplicación de ciertas narrativas y estéticas cinematográficas, implican el riesgo de constreñir las formas de ver el mundo.²³

4. Distribución Cinematográfica en México, ¿Definida por el modelo de producción?

A partir de lo expuesto anteriormente, en apariencia existen ciertos elementos que definen la estructura organizacional de la producción cinematográfica en México, particularmente al estar basada en los apoyos y fondos de inversión del Imcine. En este caso, el Eficine al ser una opción para los grandes corporativos de telecomunicaciones, puede implicar el desarrollo

¹⁹ Véase McLean et al. 2010: 1373.

²⁰ Véase Faulkner/Anderson 1987: 883.

²¹ Véase Jöckel/Döbler 2006: 85.

²² Véase Podalsky 2008: 149.

²³ Véase Alvarray 2008: 49.

de ciertas prácticas, como la posible obtención de prerrogativas sobre la definición de los contenidos, que puede facilitar la aplicación de un modelo de producción y distribución a gran escala, el cual puede ampliar las diferencias de la comercialización en el mercado entre las propias películas mexicanas.

De acuerdo con esto, en un tercer momento a partir del análisis propuesto por Gomery (1989), es posible que la producción y comercialización de algunas películas mexicanas establezca ciertas reglas de operación en el mercado. En este sentido, el entorno de distribución tiende a ser inequitativo, sobre todo, porque se pueden desarrollar preferencias al momento de la exhibición en las salas dependiendo de la productora y el corporativo de respaldo, así como de los contenidos y las formas narrativas, lo que de alguna manera tiene posibilidades de incidir en el comportamiento del negocio cinematográfico en México, a partir de ciertas "posiciones de poder" (Wasko 2008: 60).

Ante esto a partir de ciertos ejemplos, puede ser de utilidad señalar algunos casos de productoras cinematográficas mexicanas que han obtenido los mayores apoyos económicos a través del Eficine, con la intención de describir de manera preliminar las características de su modelo de producción y distribución. Por lo tanto, es necesario identificar las posibilidades de acceso y actuación de sus películas en el mercado de distribución, el cual puede fomentar ciertos privilegios e incrementar las diferencias en términos de distribución, lo que en términos generales, puede incidir en el comportamiento del negocio cinematográfico en México.

Productoras con mayores apoyos por monto otorgado 2006-2012

(Millones de pesos)

Ánima Estudios	107,000,000
Corazón Films	97,238,652
Cuevano Films	54,304,000
Halo Estudio	49,632, 507
Huevcartoon Producciones	40,000,000
Imagination Films	40,000,000
Lemon Films	40,000,000
Realizaciones Sol	39,999, 997
Esfera Films Entertainment	39,706, 673
Producciones por Marca	38,796, 846

Fuente: *Imcine 2012b: 21.*

En el caso de *Ánima Estudios*, es preciso señalar que se especializa en la producción de animaciones desde el estreno de *Magos y Gigantes* (Andrés Couturier / Eduardo Sprowls, 2003), que fue distribuida en México por 20th Century Fox con 280 copias en las salas de cine.²⁴ La compañía fue fundada por Fernando de Fuentes, Fernando Pérez Gavilán y Guillermo Cañedo White, en su momento director del área operativa de Televisa Internacional, por lo que también la productora ha tenido la oportunidad de desarrollar la serie de *El Chavo animado*, que utilizó como base la serie original de *El Chavo* protagonizada por Roberto Gómez Bolaños.

Por lo tanto, una de las estrategias de producción de *Ánima Estudios*, ha sido la desarrollar historias a partir de personajes ya posicionados no sólo en el mercado, sino en el imaginario cultural, los cuales tienen posibilidades de comercializarse en otros países, por lo que la distribución de sus películas se realiza en paquete, lo que asegura la venta de sus producciones en diferentes mercados.²⁵ De acuerdo con esto, para la producción de *Don Gato y su pandilla* (Alberto Mar 2011), una serie de animación que sólo fue exitosa en México, tuvieron que realizar una serie de negociaciones con Warner, propietaria de los derechos, para

²⁴ Véase Pérez Toledo 2003.

²⁵ Véase Fernández 2011.

desarrollar un proyecto que recibió aproximadamente 20 millones de pesos a través del Eficine entre 2009²⁶ y 2010²⁷, la cual se estrenó con 721 copias en 998 pantallas en México.

A partir de esta cantidad de copias, sus ingresos fueron de aproximadamente 112 millones de pesos, con una asistencia de más 2 millones y medio de espectadores, que la convierten en una de las películas mexicanas con mayor número de asistentes entre los años 2000-2012. Asimismo, el trailer de la película fue de los más reproducidos en YouTube, con casi 700 mil visitas, y al mismo tiempo, contó con una amplia disponibilidad en Internet al tener posibilidades de ser vista en 7 sitios web diferentes, lo que le permitió ser una de las películas de mayor consumo en Internet durante 2011, como señala el Anuario Estadístico de Cine Mexicano (Imcine 2012: 154).

En el caso de Corazón Films, se ha especializado en el rubro de la distribución de películas, aunque también ha desarrollado producciones como *Sexo, Amor y otras Perversiones 2* (Chava Cartas, Fernando Sariñana & Carlos Sariñana, 2006) la cual a través del Eficine, recibió para su financiamiento 2 millones de pesos de parte de Elektra, que forma parte de Grupo Salinas que tiene la propiedad de Televisión Azteca. En este sentido, Corazón Films durante los últimos años se ha mantenido como uno de las distribuidoras más importantes en México en términos de ingresos, aunque por encima de ella se encuentran las Majors estadounidenses y Videocine.

En los términos de su cuota de mercado, durante 2012 obtuvo el 6% del total de los ingresos de distribución, así como el 7% de asistencia y de pantallas, y por último, el 6% del total de copias y el 6% de estrenos. En el caso específico de la distribución de películas mexicanas, durante el mismo año obtuvo el 10% del total de ingresos y asistencia, ocupando un 5% de pantallas a partir de la distribución de un 5% de copias, y contando con el 3% del total de estrenos mexicanos, como señala el Anuario Estadístico de Cine Mexicano de 2012 (Imcine 2013: 58-59).

En el caso de Corazón Films, sus películas todavía hasta 2013 han sido comercializadas por Videocine, el brazo de distribución cinematográfica de Televisa. En este sentido, aparentemente la pretensión puede ser reducir riesgos e incrementar los beneficios, y al mismo tiempo, las alianzas y/o inversiones conjuntas con empresas como Televisión Azteca y Televisa, pueden desarrollar el poder de algunos medios de comunicación, al 'definir' no sólo la producción televisiva, sino también la distribución cinematográfica.²⁸

²⁶ Véase Diario Oficial de la Federación 2010.

²⁷ Véase Diario Oficial de la Federación 2011.

²⁸ Véase Schatz 2008: 14.

Este fenómeno, puede ser ejemplificado con *Una película de huevos* (Gabriel Riva Palacio & Rodolfo Riva Palacio, 2006) de Huevocartoon Producciones, la cual fue distribuida por Videocine, obteniendo ingresos por 142 millones de pesos en taquilla, que le permitieron ubicarse en el tercer lugar histórico para una película mexicana en términos de ganancias.²⁹ En este sentido, la explotación de una franquicia consolidada como Huevocartoon, puede significar que los factores económicos contribuyen a "reciclar ideas" para desarrollar secuelas cinematográficas de la saga, lo que al mismo tiempo puede tener implicaciones culturales.³⁰

Con respecto a Lemon Films, desde sus orígenes como productora, sus nexos con Televisa se desarrollaron a partir de que su primera película, *Matando cabos* (Alejandro Lozano, 2004),³¹ fue distribuida por Videocine obteniendo 60 millones de pesos en taquilla, lo que en cierta forma les ha permitido posicionarse en el mercado, particularmente para desarrollar un modelo de producción que implica la obtención de fondos para varios proyectos con aportaciones de diversos inversionistas.³² En este caso, la segunda parte de la exitosa *Kilómetro 31* (Rigoberto Castañeda, 2006), durante 2012 recibió aportaciones de aproximadamente 13 millones de pesos a través del Eficine.³³

5. Observaciones preliminares

A partir de lo descrito anteriormente, el modelo de producción más empleado por la mayoría de la productoras cinematográficas en México, es la estrategia de recurrir a los fondos de inversión del Imcine, donde específicamente en el caso del Eficine, participan grandes corporativos de telecomunicaciones que cuentan con amplias posibilidades económicas para promocionar sus películas y los medios para desarrollar una amplia distribución en todas las ventanas.

En este sentido, las diferencias entre *majors* e *indies* en el caso mexicano son más grandes, aunque de hecho, la producción independiente como tal es casi inexistente, puesto que la mayoría de las películas producidas en México dependen de los fondos proporcionados por el Imcine. Por lo tanto, la extensión corporativa ha permeado y establecido ciertas reglas, no sólo para el desarrollo de proyectos cinematográficos, sino también en los procesos de distribución y de promoción. Por lo tanto, "las inequidades del mercado de exhibición cinematográfica en México" señaladas por Cazals (2013: s.p.), pueden tener cierto grado de veracidad como marco de referencia inicial de este fenómeno.

²⁹ Véase Forbes Staff 2013.

³⁰ Véase Wasko 2008: 44.

³¹ Véase De la Fuente 2004.

³² Véase Gutiérrez 2011.

³³ Véase Diario Oficial de la Federación 2013.

A este respecto, las películas que cuentan con un bajo presupuesto para su distribución, pueden estar clara desventaja con respecto a una película apoyada por Televisa ó Telmex. Asimismo, los criterios de un exhibidor sobre una película pueden depender de factores 'discrecionales', donde pueden existir ciertos privilegios que pueden afectar a algunos productores. Finalmente ante lo expuesto, se incrementan los procesos de concentración, donde los corporativos de telecomunicaciones, mantienen el control de las formas de entretenimiento a partir de financiar el desarrollo de contenidos específicos, debido a que son elementos fundamentales para el mantenimiento de la estructura de producción y distribución en un contexto digital (Schatz 2008: 39).

Bibliografía

- ALBARRÁN TORRES, César: (2009): 'Paradas continuas: hormona adolescente. Entrevista con el director mexicano Gustavo Loza'. En: *Cine Premier.com.mx*, 15 de octubre. <http://www.cinepremiere.com.mx/paradas-continuas-hormona-adolescente.html> [02.01.2014].
- ALBARRAN, Alan B. (2004): 'Media Economics'. En: John D. H. Downing et. al. (eds.): *The SAGE Handbook of Media Studies*. Thousand Oaks: Sage Publications, 291-307.
- ALVARAY, Luisela (2008): 'National, Regional, and Global: New waves of Latin American Cinema'. En: *Cinema Journal*, 47, 3, 48-65.
- BEER, David / Roger Burrows (2013): 'Popular Culture, Digital Archives and the New Social Life of Data'. En: *Theory, Culture & Society*, 30, 4, 47-71.
- DE LA FUENTE, Anna Marie (2004): 'Televisa makes lemonade'. En: *Variety*, 1 de marzo. <http://variety.com/2004/film/news/televisa.makes-lemonade-1117901000> [30.01.2014].
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2008): 'Informe sobre el monto erogado por concepto del estímulo fiscal previsto en el artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, durante el ejercicio fiscal de 2007', 5 de marzo. <http://imcine.gob.mx/eficine-226.html> [02.01.2014].
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2008): 'Informe sobre el monto erogado por concepto del estímulo fiscal previsto en el artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, durante el ejercicio fiscal de 2007', 5 de marzo. <http://imcine.gob.mx/eficine-226.html> [02.01.2014].
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2010): 'Informe sobre el monto erogado por concepto del estímulo fiscal previsto en el artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, durante el ejercicio fiscal de 2009', 25 de febrero. <http://imcine.gob.mx/eficine-226.html> [03.01.2014].
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2011): 'Informe sobre el monto erogado por concepto del estímulo fiscal previsto en el artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, durante el ejercicio fiscal de 2010', 23 de febrero. <http://imcine.gob.mx/eficine-226.html> [09.01.2014].
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (2013): 'Informe sobre el monto erogado por concepto del estímulo fiscal previsto en el artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, durante el ejercicio fiscal de 2012', 25 de febrero. <http://imcine.gob.mx/eficine-226.html> [02.01.2014].
- FAULKNER, Robert / Andy Anderson (1987): 'Short-Term Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood'. En: *American Journal of Sociology*, 92, 4, 879-909.
- FERNÁNDEZ, J. A. (2011): 'Fernando de Fuentes cuenta cómo convenció a Warner para producir Don Gato y su pandilla en Anima Estudios Mexico', *Canal 100.com.mx*, 7 de

noviembre. http://www.revistapantalla.com/telemundo/entrevistas/?id_nota=11063
[09.01.2014]

FONDO DE INVERSIÓN Y ESTÍMULOS AL CINE (Fidecine) (s.t.): 'Lista de Largometrajes apoyados 2002-2013'. <http://www.imcine.gob.mx/fidecine.html> [03.01.2014].

FONDO PARA LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA DE CALIDAD (Foprocine) (s.t.): 'Largometrajes Cinematográficos aprobados para recibir apoyo 1998-junio de 2013'. <http://www.imcine.gob.mx/foprocine.html> [05.01.2014].

FORBES STAFF (2013): 'Las 15 películas mexicanas más taquilleras de la historia'. En *Forbes*, 19 de julio. <http://www.forbes.com.mx/sites/las-15-peliculas-mexicanas-mas-taquilleras-de-la-historia> [29.01.2014].

FUERTES, M. (2010): 'El caso de la cinematografía mexicana: impuestos para el cine'. En: Ramón Zallo / Ángel Badillo (eds.): *Mercado y políticas de cultura y comunicación en el mercado global*. Salamanca: Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) / Universidad de Salamanca, 39-53.

GARNHAM, Nicholas (1995): 'Political Economy and Cultural Studies: Reconciliation or Divorce', *Critical Studies in Mass Communication*, 12, 1, 62-71.

GOMERY, Douglas (1989): 'Media Economics: Terms of Analysis', *Critical Studies in Mass Communication*, 6, 1, 43-60.

GRUPO FÓRMULA (2012): 'Una maravilla reestreno de 'Días de Gracia': Gout', 29 de junio. www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=253382 [25.09.2012]

GRUPO TELEVISA (2013): 'Estados Financieros'. En: Ídem: *Reporte Anual 2012*. <http://www.televisa.com/inversionistas-espanol/reportes-anales> [28.12.2013]

GUTIÉRREZ, Vicente (2013): 'Inequidades del mercado de la exhibición cinematográfica en México'. En: *El Economista*, 23 de abril. eleconomista.com.mx/entretenimiento/2013/04/23/existen-inequidades-mercado-exhibición-cine-mexico [29.04.2013].

GUTIÉRREZ, Vincente. (2011): 'Hacer cine sí es un buen negocio: Billy Rovzar'. En: *El Economista*, 3 de enero. <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2011/01/03/hacer-cine-buen-negocio-billy-rovzar> [30.01.2014]

http://inversionistas.qualitas.com.mx/quinv/images/pdf/Key_fin_data/Reports/BMV_anual_report/inf_anual_bmv_2012.pdf [28.12.2013].

IMCINE (2010): *Informe de Actividades 2009*. <http://www.imcine.gob.mx/informes-imcine.html> [02.01.2014]

IMCINE (2012a): *Anuario Estadístico de Cine Mexicano de 2011*. México: Imcine.

IMCINE (2012b): *Análisis y diagnóstico del Eficine*. México: Imcine.

IMCINE (2013): *Anuario Estadístico de Cine Mexicano de 2012*. México: Imcine.

INBURSA (2013): 'Reporte Anual 2012 Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V'. <http://www.inbursa.com/Rein/infoanual.html> [28.12.2013].

JÖCKEL, Sven / Thomas Döbler (2006): 'The Event Movie: Marketing Filmed Entertainment for Transnational Media Corporations'. En: *The International Journal on Media Management*, 8, 2, 84-91.

KESLASSY, Elsa / John Hopewell (2011): 'It's taken sales Rights to Gout's World Cup soccer-set thriller'. En: *Variety*, 12 de febrero. <http://variety.com/2011/film/news/kinology-finds-grace-1118032123> [03.01.2014]

MCLEAN Rachel / Oliver, Paul G. / Wainwright David W. (2010): 'The myths of empowerment through information communication technologies. An exploration of the music industries and fan bases'. En: *Management Decision*, 48, 9: 1365-1377.

PÉREZ TOLEDO, Roberto (2003): 'Magos y gigantes, de Andrés Couturier y Eduardo Sprowls'. En: *Cómo hacer cine*, 18 de diciembre. http://www.comohacercine.com/articulo.php?id_art=522&id_cat=3 [08.01.2014]

PODALSKY, Laura (2008): 'The Young, the Damned, and the restless'. En: *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 49, 1, 144-160.

Reporte Anual 2012.

SCHATZ, Tom (2008): 'The Studio System and Conglomerate Hollywood', en Paul McDonald / Janet Wasko (eds.): *The Contemporary Hollywood Film Industry*. Singapur: Blackwell Publishing, 13-42.

SCHNEIDER, Ben Ross / David Soskice (2009): 'Inequality in developed countries and Latin America: coordinated, liberal and hierarchical systems'. En: *Economy and Society*, 38, 1, 17-52.

SCHNEIDER, Ben Ross. (2009): 'A comparative political economy of diversified business groups, or how states organize big business'. En: *Review of International Political Economy*, 16, 2, 178-201.

WASKO, Janet (2008): 'Financing and Production: Creating the Hollywood Film Commodity'. En: Paul McDonald / Janet Wasko (eds.): *The Contemporary Hollywood Film Industry*. Singapur: Blackwell Publishing, 43-62.

YOUNG, James. (2008). 'Distribs take heed after H'w'd backs top films'. En: *Variety*, 30 de octubre. <http://variety.com/2008/film/features/mexico-12-1117994997> [02.01.2014]

Reseña

Ana Cecilia Santos

(Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)

Trinidad Barrera (ed.) (2013): *Por lagunas y acequias. La hibridez de la ficción novohispana*. Frankfurt a.M. et al.: Peter Lang, 323 páginas.

Trinidad Barrera nos presenta en este volumen una recopilación de trabajos que giran en torno a la prosa híbrida de la Nueva España y que nos acercan un corpus interesante de textos de ficción, algunos clásicos, otros poco estudiados o incluso desconocidos. La mayoría de estas contribuciones fueron presentadas en el Congreso Internacional *Obras de ficción en la prosa novohispana*, el cual tuvo lugar en la Universidad de Sevilla en diciembre de 2011 y que contó con reputados especialistas españoles y extranjeros abocados a la literatura novohispana.

Al analizar con detenimiento las tres secciones en las que se divide este volumen, resalta el orden que ha elegido la editora para presentarnos un conjunto de catorce artículos que son en sí mismos eclécticos, tanto por el género al que pertenecen las obras estudiadas, como por la disciplina desde la cual se las aborda.

La primera sección reúne cuatro artículos que analizan textos muy poco conocidos de finales del periodo novohispano, sobre los cuales quedan aún muchos aspectos inciertos para interpretar y debatir. El volumen abre con un estudio sobre *La heroína mexicana*, una novela corta recientemente editada, escrita probablemente por Francisco de Paula Urbizu. Trinidad Barrera sitúa la obra en el contexto de la crisis mexicana de 1808, en un momento histórico en el que México es amenazado por una invasión inglesa y lucha a su vez por su independencia. La protagonista de la obra es vista como un símbolo del pueblo mexicano, capaz no solo de defender la soberanía española frente a los ingleses, sino además de gobernarse sola, lo que estaría perfilando ya un espíritu de emancipación e independencia más que significativo, por estar encarnado en una figura femenina y picaresca.

José Pascual Buxó estudia un manuscrito de finales del siglo XVIII, de autor anónimo, que lleva por título *Segunda parte de los soñados regocijos de la Puebla*. Se trata de un texto que resalta por su gran ironía y por la crítica ilustrada de la censura que sufren los espectáculos teatrales por parte de la Iglesia, tanto en la Nueva España como en Europa. El manuscrito se inserta así en un debate sobre la licitud moral de los espectáculos teatrales y constituye

básicamente "una defensa del arte teátrico" (p. 38), si bien guarda aún muchas otras sorpresas para el que decida estudiarlo.

El artículo de José Carlos Rovira trata, a diferencia de los dos anteriores, de un texto que fuera publicado ya en la Nueva España a finales del siglo XVIII, a saber *La portentosa vida de la muerte* de fray Joaquín Bolaños. Así y todo, el texto no deja de ser un "enigma literario" (p. 45) sobre el cual aún hoy puede seguirse debatiendo. Lo enigmático del texto no residiría tanto en el esclarecimiento de su género (¿obra de ficción o tratado moral?), sino en su fascinación por la emblemática. En efecto, Bolaños estampó en su libro dieciocho grabados de Francisco Agüera, haciendo así dialogar los preceptos del dogma cristiano con imágenes de la muerte. Lo que hace Rovira a partir de esta co-obra es proponer una serie de "conjunciones asociativas" (p. 51) que permiten interpretar el texto a la luz de las imágenes que lo acompañan y que constituyen el gran potencial simbólico de esta obra.

Por último María Isabel Terán Elizondo examina la obra muy poco estudiada *Sueño de sueños* de José Mariano Acosta, cuyo manuscrito fue dado a conocer por primera vez en 1945. Muchos interrogantes rodean a este texto, tanto en lo que respecta a su publicación y circulación, como a la vida de su autor. Lo que más sorprende a Elizondo es empero la manera en la cual la intención explícita de la obra, a saber su utilidad moral expresada a través de una reflexión seria sobre la muerte, logra convivir con la crítica satírica, con descripciones grotescas de los personajes y con aquella dimensión fantástica inherente al sueño.

La segunda sección es la más larga del volumen y está subdividida en tres bloques que analizan tres novelas pastoriles ya clásicas del período novohispano. La tesis conductora de esta sección es la presentación del género pastoril como "fundacional" en la "constitución de un imaginario social americano" (p. 112), según las palabras de Gema Areta Marigó. Se ve a la luz de las diferentes contribuciones que este género asume en la Nueva España características propias, ya sea en su adopción de temas religiosos, en su relación con la realidad circundante o en su capacidad de encauzar una búsqueda de identidad propiamente criolla, llegando así a perseguir una finalidad política.

El primer bloque está dedicado al estudio de la obra de Bernardo de Balbuena, el *Siglo de Oro en las selvas de Erifile*, publicada en 1604 pero compuesta probablemente veinte años antes. La novela deja traslucir el amor prohibido y atormentado del autor hacia su amiga Isabel del Tovar. Marigó subraya en su artículo el "alegorismo autobiográfico" (p. 99) de esta obra, en la cual se establece un diálogo entre la intemporalidad propia al mito pastoril y la irrupción de un presente en el que Balbuena aparece camuflado para ocultar la transgresión, evadir la censura y expresar su pena amorosa. Esto le permite a la autora poner de manifiesto

un interesante proceso de "desmitificación" (p. 113) inscrito en la novela pastoril. La contribución de Eduardo Hopkins Rodríguez pone el acento en la metáfora del agua, omnipresente en toda la obra y cargada de múltiples simbolismos, desde los más convencionales como son lo puro y lo dinámico, hasta alcanzar una significación personal: el agua como vector de una búsqueda de identidad que lleva al narrador de las aguas subterráneas de México a aquellas de su ciudad natal en España, haciendo entrar en la trama no solo elementos de la historia personal de Balbuena, sino actuando además de nexo y unión entre los dos mundos. También el artículo de José Antonio Mazzotti acentúa este viaje subacuático del narrador entre la *urbs* mexicana y las orillas del Guadania, en el que se erige un ideal armónico a partir de las virtudes de ambos polos consideradas como equivalentes. Pero el análisis de Mazzotti aporta además una lectura 'glocalizadora', en la cual se pone de relieve la finalidad política de la obra de Balbuena, más allá de la estética: resaltar la importancia de un "espacio central" mexicano dentro del "escenario global e imperial" constituido por la Magna Hispania (p. 148), finalidad que volveremos a encontrar en la segunda obra estudiada en esta sección.

El segundo bloque reúne cuatro artículos que versan sobre la obra *Los sirgueros de la Virgen*, escrita por el Bachiller Francisco Bramón en 1620 y aparecida poco después de que el papa Paulo V prohibiera en 1617 poner en duda públicamente la teoría inmaculista. Beatriz Aracil, Beatriz Barrera Parrilla y Jaime Martínez sostienen que el aspecto más llamativo de esta obra es cómo incorpora al género pastoril la temática devota, sirviéndose para ello del recurso narrativo de la 'relación'. La fiesta religiosa aparece así en un espacio novelesco que no deja de ser pastoril, si bien el clásico amor profano que suele desencadenar los grandes lamentos del protagonista es sustituido aquí por el amor sagrado hacia la Virgen María. Enmarcada por una trama se introduce la relación de una fiesta religiosa que obliga a replantearse desde una nueva perspectiva los cánones del género pastoril marcados por las dicotomías campo vs. ciudad y ficción vs. realidad. Hay fragmentos que hacen referencia a una fiesta mariana que efectivamente tuvo lugar en 1618, y otros que cuentan incluso el mal desarrollo que tuvieron dichos festejos. Por otro lado, el protagonista no es un pastor sino un hombre de ciudad que, si bien busca la calma del campo, no deja por ello de alabar la ciudad culta. Tanto para Aracil como para Martínez se crea en la novela un espacio híbrido, entre lo bucólico y lo urbano, dentro del cual los personajes "juegan a disfrazarse con ropajes pastoriles" (p. 237), para discurrir sobre temas teológicos y académicos. Por último, cabe destacar que a la manifiesta finalidad religiosa se une también una política, aquella de destacar la importancia de la ciudad de México y de la cultura criolla. Giuila De Sarlo agrega

con su investigación un eslabón interesante en el proceso de la valoración de lo criollo, al hacernos descubrir un documento inédito en el cual Bramón obtiene un permiso de exportación de su obra, no para enviarla a España, sino a Lima, el otro centro letrado importante de Hispanoamérica. Se desprende así el interés de Bramón de insertarse en un contexto cultural criollo 'supernacional' y continental, prescindiendo completamente de la metrópoli, tal como ya venía sucediendo asimismo en el ámbito del comercio intercolonial.

El tercer bloque está dedicado a la obra poco conocida del obispo Juan de Palafox, *El Pastor de Nochebuena* (1644). Miguel Zugasti y Ana Sánchez Acevedo destacan el "giro literaturizante" (p. 269) que constituye la singularidad de este texto, vale decir la adopción deliberada de recursos estilísticos como la alegoría o las imágenes oníricas en tanto vehículos persuasivos y por ende lícitos para expresar dogmas cristianos y moralizar. El soporte ficcional, sin embargo, se diferencia de las tramas pastoriles clásicas porque el protagonista no se encuentra envuelto en un conflicto sentimental, sino que realiza un camino de iniciación por un universo alegórico en busca del conocimiento. Además de su riqueza literaria, las contribuciones se interesan en el contexto novohispano en el cual surge la obra, la rapidez con la que fue redactada y publicada, el éxito que obtuvo mayormente en Europa, y los interrogantes que esto aún representa para los estudiosos de Palafox.

La última sección, compuesta de un sólo artículo, retoma la constante que se ha ido viendo en los trabajos precedentes, a saber el proceso de desmitificación que nos lleva de la ficción a los elementos de una realidad que se intenta plasmar, si bien distorsionada y disfrazada. Antonio Lorente Medina nos presenta un estudio minucioso de la obra *Infortunios de Alonso Ramírez*, analizándola a la luz de un nuevo documento que afianza la hipótesis de que se trata aquí de una obra autobiográfica (llevada al papel por Sigüenza, a partir del relato del mismo Alonso Ramírez) y no de una ficción novelesca, tal como la crítica mundial, en su afán de encontrar la primera novela hispanoamericana en el período colonial, ha querido afirmar.

Por la originalidad de los textos estudiados y el amplio espectro de hipótesis y conjeturas que incitan, este volumen se enmarca en una verdadera "cruzada de rescate" del patrimonio literario novohispano de México, retomando la expresión de Buxó (p. 26). Sabiendo dosificar lo académico con los relatos anecdóticos sobre la vida y obra de los autores novohispanos, y haciendo además alusión al asombroso itinerario recorrido por los manuscritos, algunos rescatados de viejos archivos de monasterios, otros quedando incluso por encontrar, el presente libro despierta el interés no sólo literario sino además sociológico y político en un período fundamental de la historia mexicana.

Reseña

Chiara Donà

(Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)

José Ramón Ruisánchez Serra (2012): *Historias que regresan. Topología y renarración en la segunda mitad del siglo XX mexicano*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 200 páginas.

José Ramón Ruisánchez Serra, creador, investigador y profesor de literatura latinoamericana de la Universidad de Houston, se propone en este libro explorar el concepto de renarración del pasado a través de las historias en los textos de ficción. La literatura logra de esta manera opacar la historia oficial, ya que privilegia otras voces, ofrece otra perspectiva, más sesgada, y enriquece la producción de la memoria.

El autor señala que los textos objeto de su investigación no se pueden considerar ni novelas históricas, ni "metaficciones historiográficas" (en el sentido de L. Hutcheon). Se trata de textos que han sido producidos dentro de un espacio temporal no muy lejano al de la narración, pero en vez de ser una mera descripción de una época, ofrecen otro enfoque del pasado, resignificando de este modo el presente, así como el imaginario nacional y la percepción de la nación.

El proceso de renarración descrito se lleva a cabo a través de un cambio de perspectiva: de cartográfica a topológica, es decir, el narrador se encuentra dentro del mundo descrito y participa activamente en él. De esta manera, el espacio, ya sea territorial, temporal, político o ciudadano, está sujeto a transformaciones constantes que resultan de las intervenciones de los sujetos en los diferentes entornos.

Ruisánchez ilustra este salto topológico a través del concepto de ciudad y de la oposición del binomio "lugar-espacio", propuesto por Michel de Certeau, el cual asocia el 'lugar' a la estabilidad, la rigidez, la inflexibilidad, mientras que el concepto de 'espacio' está asociado a la transformación y al replanteo. El 'lugar' representa entonces el sitio administrado de manera racional y ordenada desde el cual actúa el poder hegemónico, mientras que el 'espacio' significaría la subversión de este orden a partir de las prácticas cotidianas de sus habitantes.

El autor aplica las teorías de Walter Benjamin, Slavoj Žižek y Homi K. Bhaba como base para interpretar la dimensión temporal del salto topológico. Sobre todo se apoya en Žižek, en su convicción de que hay que regresar al pasado y renarrarlo para integrarlo al presente y

viceversa. También incorpora la noción de 'testigo', presentada por Primo Levi y retomada por G. Agamben en *Lo que queda de Auschwitz*. El autor demuestra además un amplio manejo de la teoría y la terminología lacaniana, quizás no asequible a todos los lectores.

Objeto de su investigación son siete libros claves de la literatura mexicana del siglo XX, relacionados entre sí de manera topológica, es decir, cada libro está atravesado por la lectura que de él hacen los autores de los otros libros y también todos los lectores. Los textos están ordenados de manera cronológica empezando por el más reciente, como si se tratara de un viaje hacia el pasado, que sin embargo siempre nos remite al presente. Los textos en cuestión son: *El disparo de Argón* (Juan Villoro), *Entrada Libre* (Carlos Monsiváis), *El principio del placer* (José Emilio Pacheco), *La noche de Tlatelolco* (Elena Poniatowska), *De perfil* (José Agustín), *La muerte de Artemio Cruz* (Carlos Fuentes), *Pedro Páramo* (Juan Rulfo).

El primer texto analizado es *El disparo de Argón* de 1991 en el cual Juan Villoro pone de manifiesto los cambios generados por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA) y que llevan a México a seguir las reglas del neoliberalismo impuestas por la globalización y por las normas del Tratado. Estos cambios generan también un reordenamiento espacial de la ciudad, que se vuelve acéntrica. Sin embargo, frente a los cambios debidos a la nueva lógica económica, se crean espacios de resistencia.

Las crónicas sobre los temblores de 1985 de Carlos Monsiváis ponen en evidencia la capacidad de los habitantes de la Ciudad de México de enfrentarse a las catástrofes naturales y a aquellas de naturaleza política, y de organizar una red solidaria allá donde el Estado falla. Estos textos nos permiten ver con claridad el presente, pero también releer hechos del pasado, como la matanza de Tlatelolco (1968), la explosión de la planta de Petróleos Mexicanos en San Juanico (1984), los 'disturbios' en Juchitán para defender los resultados de las elecciones de 1974. De estas conexiones salen a flote los silenciamientos sistemáticos por parte del Estado, los casos de corrupción, las responsabilidades. Así el pasado se reacomoda a través de nuevos hechos y se enriquece de significantes.

La noche de Tlatelolco de Elena Poniatowska, con su carácter polifónico, ha logrado desplazar las versiones oficiales sobre las protestas del año 1968. Asimismo, este acontecimiento crea una concepción espacial diferente, más dinámica, que se genera a través de los jóvenes en la calle, las marchas, la toma de espacios públicos para reclamar derechos. La Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco tiene, a raíz de los acontecimientos que allí sucedieron, otra semántica. Esto permite vislumbrar una nueva forma de percibir la ciudad y a sus habitantes y hacer una conexión con movimientos futuros (p.ej., los movimientos de

liberación como el lésbico-gay o los movimientos feministas, ecológicos, políticos de oposición).

En *El principio del placer* y en *De perfil* se narra desde la perspectiva de la adolescencia, pero de maneras muy distintas. Pacheco se centra, en el primer cuento que da nombre al libro, en la escritura de un amor imposible, del placer que genera el escribir sobre este amor y al mismo tiempo sobre la necesidad de reprimirlo por imposible. Jorge, el protagonista, escribe en un diario la historia de su amor por Ana Luisa, pero es una versión de los hechos que difiere totalmente de la de los otros personajes involucrados, ya que está atravesada por el deseo. Al descubrir que su amada tiene otro novio, Jorge debe enfrentarse a una realidad que lo obliga a reacomodar la historia y a renarrarse. En los otros cuentos la perspectiva cambia. En la edad adulta, el regreso del deseo reprimido funciona como una forma de activar la memoria.

José Agustín, desde la perspectiva, el lenguaje y las actitudes de una juventud irreverente, cuestiona toda forma de autoridad, empezando por la familia y anticipando los reclamos del movimiento de 1968. Al explicar el texto de José Agustín a través de *El grito de Antígona* de Judith Butler, el autor ve una reconfiguración de las relaciones sociales que empezaban a darse en la época objeto de su narración.

A pesar de que *La muerte de Artemio Cruz* de Fuentes no haya, según Ruisánchez, logrado el salto topológico, permite una relectura desde la posición de sujeto-testigo del protagonista. Al reflexionar sobre su existencia, Artemio Cruz se da cuenta de que su vida ha sido posible también gracias a quien ha muerto por él. Su yo se enriquece de los otros y él a su vez se hace testigo de los silenciados y de quien ya no existe.

Pedro Páramo de Juan Rulfo es el texto fundamental, la piedra angular de la literatura mexicana contemporánea, que ocupa un lugar simbólico dentro de los textos elegidos para el análisis. Se trata de la novela topológica por antonomasia, en la cual tienen cabida muchas voces. Juan Preciado llega a Comala sólo con la versión de su madre sobre Pedro Páramo, sin embargo, según se acerca a Comala, se van multiplicando las versiones. Juan Preciado no puede quedarse como mero espectador, necesita estar dentro del espacio de Comala para escuchar estas historias y Pedro Páramo no sería nadie sin las voces que narran su historia y la enriquecen. Esta manera de narrar ha modificado la literatura y ha contribuido también a que se haya repensado la forma de narrar la Historia, al incluir otras voces, al abrir nuevos espacios.

Ruisánchez nos invita a releer estos textos y a pensar en una reconfiguración del pasado a través de la literatura, vista como una forma de narración "contrahegemónica". Al renarrar el

pasado se generan cambios de perspectivas que modifican el presente. El lector tiene así una comprensión distinta de los lugares de autoridad, percibe las transformaciones de los espacios y de los actores que los ocupan, cuestiona el concepto de Nación y de lo mexicano. En este sentido los textos elegidos por el autor y su hábil análisis son muy esclarecedores.

Reseña

Yolanda Melgar Pernías
(Humboldt-Universität zu Berlin)

Claudia Gronemann / Cornelia Sieber (eds.) (2012): *Fiestas infinitas de máscara: actos performativos de feminidad y masculinidad en México*. Hildesheim et al.: Georg Olms Verlag, 209 páginas.

Tomando como punto de partida el concepto de *performance* desarrollado por Judith Butler, el trabajo editado por las catedráticas de estudios románicos Claudia Gronemann y Cornelia Sieber recoge una serie de contribuciones en torno a los mecanismos discursivos de la producción de género en México, lo que las editoras denominan "fiestas de máscaras femeninas y masculinas" (p. 7). Los artículos abarcan temas y motivos variados de interés para un público especializado y familiarizado con teorías predominantemente postestructuralistas. El volumen, el número 56 de la Serie TCCL ("Teoría y Crítica de la Cultura y Literatura") de la editorial Olms, ofrece en su conjunto un acercamiento riguroso al tema planteado y una excelente plataforma de reflexión a través de una multiplicidad de cuestionamientos teóricos y críticos.

El libro se abre con una introducción firmada por las editoras que esboza el trasfondo histórico de género en México. En tal planteamiento se hace un breve recorrido por los hitos de la conformación discursiva de género en el contexto mexicano, para lo que se invocan figuras tan fundamentales en este ámbito como las de Octavio Paz, Rosario Castellanos o Gloria Anzaldúa. La sección introductoria delinea a continuación los objetivos y la estructura del volumen, consistente en once ensayos que trazan un rico panorama sobre la producción del código de género en diversos contextos históricos y ámbitos mediales en México.

La contribución inaugural del libro la constituye la investigación de la catedrática Renate Kroll, quien examina la inscripción de las mujeres en el discurso masculino a través del análisis de los 'corridos' teatrales escritos en 1929 por las mexicanas María Luisa Ocampo, Chabela Villaseñor y Concha Michel. Su estudio demuestra convincentemente cómo en estas obras subyace un discurso doble que oscila entre la afirmación de los patrones de género convencionales y su desestabilización. En el siguiente ensayo Christopher F. Laferl investiga la codificación genérica subversiva de la producción musical del cantante, compositor y actor Agustín Lara, cuya construcción autobiográfica pone asimismo en escena una masculinidad

extravagante que corresponde a lo que el crítico califica como "diva masculina y cursi" (p. 38).

Los dos trabajos siguientes se ocupan del estudio de la obra de Frida Kahlo desde puntos de vista diversos. En el primero, Claudia Gronemann examina la problemática de la originalidad y lo performativo en la obra de la mexicana. En un primer plano, la investigadora reflexiona sobre los cuadros de Kahlo en el contexto de la exposición de su obra en el Kunst Museum Gehrke-Remund en Baden-Baden, que, sin disponer de ningún original, se sustenta sobre un modelo de presentación de una mexicanidad original en ausencia, y además, de una reflexión teórica sobre la forma de presentación y la relación con las estrategias de representación de la propia Kahlo. En un segundo plano, Gronemann estudia el posicionamiento de la estética de Kahlo desde el punto de vista de su traducción a un concepto de exposición adecuado a los principios estéticos de la artista. En el siguiente trabajo, Beatrice Schuchardt se centra en la investigación de las estrategias de apropiación de Kahlo y de su obra en el ámbito académico y en la cultura de masas. Su discusión abarca campos diversos: Breton y el surrealismo, los discursos biográficos de la historia y el arte, las adaptaciones cinematográficas de la vida de Kahlo como la construcción surrealista *Frida* (2002), de Julie Taymor, o la industria de la moda y la publicidad. Schuchardt argumenta que la complejidad y pluralidad de Kahlo y su obra, y la multiplicidad transcultural de la estética de masas en la que éstas se insertan generan espacios de resistencia que impiden su reducción a una simple apropiación uniforme.

El siguiente artículo de Annegret Richer nos lleva al siglo XVI a través de la obra histórica del empleado del gobierno colonial español Diego Muñoz Camargo, que en su relato de la migración del pueblo tarasco se refiere a las codificaciones de la vestimenta de esta comunidad. Estas enlazan con conceptos de género y constituyen para Muñoz el punto de partida para la construcción de la memoria cultural de este pueblo, en la que el drag – fenómeno ajeno a la tradición europea / cristiana de los géneros – desempeñó una función clave. Richter enfatiza la ambigüedad de la relación histórica de Muñoz Camargo con respecto a la cuestión genérica y argumenta que ésta es resultado de la compleja situación colonial que ocupa el sujeto de la enunciación.

La obra de Carmen Boullosa es el objeto de estudio en los dos siguientes trabajos de las catedráticas Erna Pfeiffer y Barbara Dröscher. En el primero, Pfeiffer analiza los juegos de máscaras múltiples característicos de la obra posmoderna de la escritora, en la que autores, narradores y personajes se disfrazan para entretejer una composición palimpséstica, intertextual y metaliteraria de marcado carácter subversivo. El segundo artículo muestra una

perspectiva teórica similar en el examen de la novela homenaje a Cervantes *La otra mano de Lepanto* (2004). Dröscher analiza la compleja máscara intertextual que constituye esta novela y demuestra, desde un ángulo comparativo con los textos cervantinos, la precariedad del cruce de fronteras y del reclamo de identidad que se efectúa en esta narración en el escenario de un mundo transcultural donde las relaciones de poder dificultan la fluidez y el triunfo identitario del sujeto marginal.

El monstruo como centro de representación de lo femenino es el tema de la siguiente contribución de Adriana López-Labourdette, que explora este motivo, frecuente en la literatura escrita por mujeres, en dos narraciones: una de Guadalupe Nettel y otra de Carmen Boullosa. La investigadora argumenta que la figuración de lo monstruoso en la indagación del sujeto femenino constituye una deconstrucción de las categorías de identidad que naturalizan las jerarquías de género. En líneas similares, la investigación de la desestabilización de los códigos sexuales y textuales es el objetivo de Krysztoff Kulawik en el siguiente artículo, que estudia algunos aspectos de la narrativa del escritor de ascendencia peruana Mario Bellatin, cuyo proyecto de "des-escritura" desenmascara y cuestiona los sentidos culturales legitimados por la tradición.

El estudio que sigue se centra en la exploración de la forma de representación satírica y crítica de los feminicidios ocurridos en la frontera entre México y los Estados Unidos en la magistral novela de Roberto Bolaño *2666* (2004). El autor chileno residente en México durante mucho tiempo arremete satíricamente en su obra contra el género literario policial y la narrativa romántica y gótica exponiéndolos como máscaras de una enraizada misoginia que da lugar a un hecho atroz y hasta hoy impune. En el último artículo, Cornelia Sieber cruza simbólicamente aquella frontera para examinar la representación de las protagonistas con trasfondo mexicano en el cine de Hollywood a partir de las películas *Real Women Have Curves* (2002) y *Spanglish* (2004) en el marco de la representación del actual debate estadounidense sobre los valores nacionales.

Los estudios que conforman este volumen tienen la virtud de proporcionar una exploración profunda y teóricamente coherente y bien fundamentada de la producción de género en épocas muy diversas y en medios tan variados como la literatura, la pintura, la publicidad, la música o el cine en el particular contexto de México. Desfila en ellos una fiesta infinita de máscaras femeninas y masculinas cuya construcción, deconstrucción y resignificación examinan los autores con erudición, perspicacia y rigor. Aparte de algunas faltas puntuales de lengua, el volumen ofrece en su conjunto una aportación muy valiosa al estudio crítico de los géneros en el contexto mexicano.

Reseña

Martin Baxmeyer

(Westfälische Wilhelms-Universität Münster)

Frank Leinen (ed.) (2012): *México 2010. Kultur in Bewegung – Mythen auf dem Prüfstand*. Düsseldorf: dup, 294 páginas.

Michael S. Roth escribió una vez: "The most powerful and subtle forms of forgetting are narrative memory and history".¹ En pocas ocasiones este hecho se puede observar tan claramente como en días de fiesta nacional, cuando en actos públicos se invita (o fuerza) a la población a recordar acontecimientos importantes de la historia de su país. En el año 2010, en México, se celebraron incluso dos acontecimientos históricos a la vez, ambos de enorme importancia para la identidad nacional: el comienzo de la Independencia de España (el famoso 'Grito de Dolores') en 1810 y el comienzo de la Revolución Mexicana en 1910. La actividad cultural durante este doble aniversario fue intensa y variada, pero también lo fueron los conflictos en torno a la representación e interpretación legítima del mítico pasado y a su posible significación actual. Contra la representación homogeneizante y estatal se alzaron varios *counter-narratives* (Homi Bhabha) que negaron a la autoridad política el derecho exclusivo de interpretar la historia nacional.

La publicación *México 2010*, editada por Frank Leinen, reúne contribuciones que en su mayor parte mayoritariamente fueron presentadas por primera vez en una conferencia pública en la Universidad de Düsseldorf. Analizan el complejo tema de los mitos políticos en México desde una triple perspectiva: primero, se presentan las narraciones dominantes y, ante todo, estatales sobre la Independencia y la Revolución. Estas narraciones establecían y establecen ambos acontecimientos, pero en grados variados, como mitos fundacionales del Estado mexicano en su forma actual y eliminan rupturas y conflictos sociales de su narración mítica. Después, estas narraciones son contrastadas con la historiografía crítica para poder identificar y, sobre todo, interpretar estas omisiones. Finalmente, un cierto número de contribuciones analiza las ya mencionadas 'contranarraciones', es decir, narraciones que por medio de la interpretación subversiva de la mito-historia nacional, (ante todo) quieren expresar una crítica fundamental a la realidad actual del Estado Mexicano e intentan establecer una idea alternativa de la identidad nacional. Aunque muchos de los autores de *México 2010* se refieran

¹ ROTH, Michael S. (2012): *Memory, Trauma and History, Essays on Living with the Past*. New York: Columbia University Press, p. 85.

a Benedict Anderson, el tomo en su conjunto parece orientarse más bien a las ideas de Roland Barthes: mitos y contramitos se encuentran en una situación de competencia permanente, hasta que quizás, un día confluyan en un nuevo mito unificador. Las contribuciones están muy bien compiladas. El lector se siente guiado de lo más general a lo más detallado y la obra entera parece ser una monografía regular. Y aún más, las contribuciones están elaboradas en una forma clara y accesible. Podrían fácilmente utilizarse en la enseñanza universitaria.

En las dos primeras contribuciones, Frank Leinen y Vittoria Borsó esbozan el campo de investigación: Leinen da una vista panorámica, inevitablemente corta, de los acontecimientos históricos de los años 1810 y 1910, discute su interpretación conflictiva, cuestiona por qué ciertos hechos –uno siente la tentación de llamarlos 'mitemas'– fueron eliminados del discurso y concluye con una presentación de la problemática situación social y política en el México actual. Borsó discute la cuestión de cuándo se fracturó definitivamente el discurso homogeneizante sobre la identidad nacional mexicana e identifica la masacre de Tlatelolco en 1968 como tal 'ruptura del discurso'. A partir de este momento, el 'Partido Revolucionario Institucionalizado' (PRI) perdió toda legitimidad como heredero de la Revolución Mexicana. En su argumentación, Borsó sigue, como muchos otros contribuidores, la teoría de Carlos Monsiváis, quien después de la masacre identificó una nueva forma de 'cultura popular' en México: una cultura explícitamente anti-estatal, una 'contracultura' que empezó a realizar proyectos de emancipación social, política e intelectual que perduran hasta nuestros días. Friedhelm Schmidt-Welle describe, en una contribución tan informativa como divertida, las fiestas oficiales durante el doble aniversario en México, pero sobre todo la omnipresencia de mitemas históricos en la cultura popular y de mercado: fotografías de la época de la revolución utilizadas como modelos para carteles publicitarios, billetes de tranvía con un *design* historizante, etc. Puede aclarar de esta manera que para una mayoría de la población, la idea de la nación indudablemente se manifiesta con mucha más fuerza en una cultura cotidiana, reinterpretada en un sentido nacional, que en unos saludos militares ante la bandera. Stefan Leopold ilustra las dificultades de la élite criolla del siglo XIX para crear una narración identitaria particular, distanciándose de España, mediante un análisis de la obra de Fray Servando Teresa de Mier, la 'bestia negra' de las autoridades coloniales. Servando simplemente volvió la hoja, declarando que en realidad Latinoamérica era el centro cultural, y España la periferia, habitada por seres extraños. Leopold comprende la obra de Servando como literatura protoposcolonial: se refiere ya a logros progresivos de la cultura europea para distanciarse de la dominación española. Yasmin Temelli presenta a dos mujeres publicistas prácticamente desconocidas de la época del Porfiriato: Laureana Wright de Kleinhans y Juana

Gutiérrez de Mendoza. Ambas, por medio de su actividad en la prensa, resistieron tanto al discurso nacionalista de su tiempo como al orden patriarcal de su sociedad. Juana Gutiérrez indudablemente fue la más radical: incluso mantuvo una polémica muy dura con el anarquista mexicano Ricardo Flores Magón. Temelli comprende la obra publicista de ambas mujeres como 'resistencia transversal' (Foucault), lo que quiere decir: una posición crítica articulada desde los márgenes del discurso. No sorprende que rápidamente tanto Wright de Kleinhans como Gutiérrez de Mendoza fueran eliminadas de la narración hegemónica sobre la Revolución Mexicana y de la historia nacional. En la siguiente contribución, Rafael Olea Franco identifica la novela de la Revolución Mexicana como otro mito nacional. No obstante, la gran heterogeneidad de las obras ubicadas bajo este lema, hace que la novela de la Revolución se convirtiera con el curso de los años en una verdadera seña de identidad mexicana. Posiciones subversivas como la de Mariano Azuela, que después de la publicación de su novela *Los de abajo* fue tratado como un verdadero 'asesino de mitos' (aún hoy en día escritores izquierdistas como Eduardo Galeano no han perdonado a Azuela su 'herejía' contra la narración heroica sobre la Revolución) finalmente fueron integradas en una narración nacionalista y homogénea. El caso de Azuela ilustra muy bien cómo las contranarraciones pueden ser integradas en una narración dominante. Jean-Marie Lassus analiza la literatura contemporánea y su estrategia de ironización de los mitos nacionales en la obra de Manuel Scorza y Jorge Ibarguengoitia. En la contribución de Karl Hölz, la forma de resistencia más bien intelectual y estética se convierte en resistencia política. Analiza dos cartas abiertas del Subcomandante Insurgente Marcos a Carlos Fuentes y Carlos Monsiváis y discute las estrategias narrativas en ambos textos. Hölz puede mostrar que, sobre todo en la carta a Monsiváis, Marcos presenta el movimiento zapatista como emanación y consecuencia de esta misma 'cultura popular' subversiva de la que ya hemos hablado. Marcos cruza la frontera del campo literario y confronta a dos intelectuales importantes con las consecuencias políticas de su propio trabajo. Al mismo tiempo, les invita a participar de forma más activa en la resistencia de los zapatistas, lo que ambos no querían hacer. La situación de la población indígena es identificada como otra omisión importante de la narración mítica, tanto como el deseo del movimiento mayoritariamente indígena de los zapatistas de participar en una nueva nación futura y alternativa: "Nunca más un México sin nosotros". En otra contribución, Frauke Gewecke describe con mucho detalle las identidades heterogéneas, conflictivas y fracturadas de los mexicanos en las actuales provincias del sur de EE. UU., que una vez formaron parte del territorio mexicano. Estos conceptos identitarios eran muy pragmáticos. Establecían fronteras culturales clasistas e incluso racistas y tenían poco que ver con la idea

de la unidad nacional. Guido Rings concluye la obra con una contribución sobre la autorrepresentación filmica de los chicanos en algunas exitosas películas actuales de EE. UU. Lo que sorprende es la ausencia casi total de toda crítica de la situación (muy problemática) de los chicanos, que una vez dominó la producción cinematográfica de directores chicanos durante los años sesenta y setenta. Hoy, directores como Gregory Nava presentan la vida de su propia comunidad como algo exótico y prácticamente no cuestionan el conjunto de la cultura dominante.

Sin excepciones, las contribuciones a *México 2010* tienen un nivel científico muy alto. Discuten el tema con mucho detalle y desde una multitud de perspectivas: política, literatura, historia, sociología, cine, prensa, etc. Lo que se echa en falta en este libro es una definición preliminar del controvertido e irisado concepto del mito, sobre todo en un contexto político. Esto se traduce en que a veces se puede tener la impresión de que para algunos autores los 'mitos' no son más que sinónimo de 'mentiras': herramientas exclusivamente represivas en las manos de los gobernantes que se pueden 'derrumbar' con un mejor conocimiento de la verdadera historia. Paradójicamente, estas mismas contribuciones ilustran que la fuerza y el funcionamiento de los mitos políticos no se terminan, de ninguna manera, cuando se identifican sus 'incongruencias'. Muchas de las 'contranarraciones' discutidas en la obra tampoco son más que 'contramitos', incluso cuando intentan deconstruir los mitos nacionales por medio de una ironía mordaz. Esto nos lleva a otro aspecto problemático de la obra. Quizás hubiera sido mejor discutir el concepto de 'cultura popular' de Monsiváis con una distancia crítica más pronunciada. Porque cada cultura es, ante todo, un sistema de comunicación, en el que el acto de *encoding* y *decoding* ocupa un lugar central. La admiración de Monsiváis por la 'cultura popular' hace pensar en ideas idealistas comparables a las de Fiske y otros autores e ignora el hecho de que ningún signo cultural puede ser 'subversivo' por naturaleza. Un simple acto de *decoding* diferente en un nuevo contexto, por ejemplo, en una nueva situación política, puede cambiar profundamente su contenido. La integración de *counter-narratives*, como la de Azuela, en una narración estatal que presenta la Revolución Mexicana como una prueba definitiva del heroísmo nacional es solo 'un' ejemplo. No obstante, *México 2010* es una publicación muy recomendable y una contribución importante a la investigación de la historia de los mitos nacionales en México.