

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS

“Francisco García Salinas”

Unidad Académica de Ciencia Política



La Reforma de Telecomunicaciones en México (2013-2014): regulación y resistencias de los poderes fácticos

Tesis que para obtener el grado de

Doctora en Ciencia Política

Presenta

Wendy Dinora Huerta Espino

Directores:

Dr. Jesús Becerra Villegas

Dr. Jairo Antonio López Pacheco

Zacatecas, Zac., Junio, 2019

Declaración de Autenticidad

Yo, Wendy Dinora Huerta Espino, declaro en honor a la verdad que este trabajo es de mi autoría. No ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Atentamente

Wendy Dinora Huerta Espino

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) le agradezco la beca recibida durante el Doctorado y el apoyo para la estancia nacional de investigación, los cuales me permitieron realizar esta tesis.

A mi asesor de tesis, Dr. Jesús Becerra Villegas, por su instrucción, colaboración y confianza durante el desarrollo de este trabajo de investigación así como por su acompañamiento y enseñanzas en mi proceso de formación como investigadora, tanto en la Maestría como en el Doctorado.

A los integrantes de mi comité de tutores: al Dr. Luis Rubio, por sus intervenciones siempre reflexivas, precisas y respetuosas y por ser parte de este grupo desde el principio hasta el fin; a la Dra. Sandra Hincapié, por sus enseñanzas y observaciones y por supuesto a mi cotutor, el Dr. Jairo Antonio López Pacheco, por ayudarme a ser más concreta y a mejorar el aspecto metodológico.

Al Dr. Salvador de León por recibirme en la estancia de investigación en la Universidad Autónoma de Aguascalientes y compartir conmigo sus conocimientos, experiencia y libros que fueron de gran ayuda para esta investigación así como para ampliar mi conocimiento en el ámbito de la Comunicación. Asimismo al Dr. Sergio Contreras, mi profesor universitario, colega y amigo, que me ha apoyado a lo largo de mi formación profesional y me ha hecho comentarios puntuales para el desarrollo esta investigación.

A los integrantes del Sínodo, les agradezco su disposición para leer este trabajo de investigación.

A la Unidad Académica de Ciencia Política por apostar en mi formación y darme la oportunidad de cumplir mi sueño de estudiar un posgrado, pero sobre todo por las enseñanzas y las experiencias a lo largo de mi estancia en la Maestría y el Doctorado. A todos mis profesores en esta institución: Víctor Figueroa, Eligio Meza, Leonel Álvarez (+), Jesús Becerra, Silvana Figueroa, Lorena Acosta, Héctor de la Fuente, Luis Rubio, Juan Carlos Orejudo, Uriel Márquez, Ernesto Menchaca, Cristina Recéndez, Jesús Moya, Manuel García, José Turriza, Jairo López, Sandra Hincapié y Fabián Ruíz, les expreso mi sincero agradecimiento, me llevo mucho de los conocimientos que me compartieron y su ejemplo de constancia.

A mis compañeros y amigos del mejor grupo que pude tener en el Doctorado: Flor, Ana, Esther, Tania, Minerva, Yolima, Lety y Pedro, gracias por su amistad, su apoyo y las experiencias compartidas. De cada uno me llevó no sólo un poco de sus temas de investigación, sino de su forma de asumir los retos y lograr sus objetivos.

A Irene, Gabriel, Damaris, Mary, Silvia y a todo el personal administrativo, por su apoyo en los trámites y su orientación para hacer más fácil mi estancia en esta Unidad.

A mi familia:

A Emma, por compartir sus cinco años de vida con esta investigación y por ser mi motor para terminar mis proyectos; a Alfredo, por su apoyo y paciencia durante el desarrollo de esta tesis, por sus consejos y por ayudarme a establecer prioridades cuando mi estrés me sobrepasaba; a mis padres, Rafael y Concepción, por apoyarme siempre durante mi formación académica y por enseñarme a trabajar con tenacidad, responsabilidad y ética; a mi hermana, Johana, por cuidar a mi hija y por “presionarme” para concluir este trabajo.

Índice General

Presentación	7
Problema de investigación	7
Pregunta de investigación	11
Hipótesis	11
Objetivo	12
Metodología	13
Estructura de la investigación	13

Capítulo 1

La Reforma de telecomunicaciones y radiodifusión en México: estado de la discusión y aproximaciones teóricas para su estudio	16
1.1 El estudio de la reforma de telecomunicaciones: entre lo deseado y lo pactado	17
1.2 Marco Teórico: aproximaciones conceptuales y modelo analítico para la investigación	22
1.2.1 Aproximaciones teóricas para el estudio de los medios de comunicación y su papel en los espacios de poder	24
1.2.2 Enfoque histórico-estructural y modelo analítico para la Investigación	45
1.2.2.1 Elementos del modelo histórico-estructural el análisis de los medios	45
1.2.2.2 Marco analítico para la investigación	48
1.2.2.2.1 Régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y telecomunicaciones	48
1.2.2.2.2 Poderes fácticos y su interdependencia con el poder político	55

Capítulo 2

Traectoria de conformación y concentración de las telecomunicaciones y la radiodifusión y en México (1878-2000)	62
2.1 Fase uno: Surgimiento de las telecomunicaciones y la radiodifusión bajo el régimen privado y el apoyo estatal (1878-1940)	63

2.1.1 Orígenes de la telefonía en México	63
2.1.2 Surgimiento de la radiodifusión y del grupo dominante en el sector: beneficios para el régimen político	65
2.1.3 La imposición del modelo privado frente a la política de nacionalización	67
2.2 Fase dos: Conformación de monopolios y una estructura concentrada en la radiodifusión y las telecomunicaciones (1941-1980)	70
2.2.1 Telmex, monopolio telefónico privado	71
2.2.2 El origen monopólico de la televisión y su alianza con el poder político	72
2.2.3 El impuesto de 12.5 % a radiodifusores y el intento estatal por regular el sector	77
2.2.4 La participación estatal en Telmex y la creación de Televisa	78
2.3 Fase 3: Reprivatizaciones, surgimiento y concentración de los nuevos servicios de telecomunicaciones (1989-2000)	83
2.3.1 La venta de Telmex y la regulación de las telecomunicaciones	84
2.3.2 Tv Azteca: el duopolio y las nuevas necesidades	88
2.3.3 Concentración de los nuevos servicios de telecomunicaciones por los actores dominantes	92

Capítulo 3

Concentración mediática y la influencia de los poderes fácticos (2000-2013). Continuidades y desafíos: la Reforma de telecomunicaciones 2013-2014	97
3.1 Continuidades y profundización de la concentración en la estructura de propiedad de las telecomunicaciones y la radiodifusión (2000-2012)	98
3.1.1. Estrategias de alianzas y relaciones políticas: el apoyo de los gobiernos panistas a los poderes fácticos: (2000-2012)	98
3.1.2 Estrategias económicas y administrativas-empresariales: la persistencia de la concentración en la convergencia digital	112

3.2 La Reforma de Telecomunicaciones 2013-2014: marcos normativos y amenazas a la trayectoria de concentración	118
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Capítulo 4

Conflictos por la implementación de la Reforma de Telecomunicaciones: efectos de las resistencias de los poderes fácticos	132
4.1 Ejes de conflicto en la implementación de la reforma: resistencias e influencias de los poderes fácticos a partir de su interdependencia con el poder político	133
4.1.1 La tarifa cero de interconexión y la resistencia de América Móvil ante la competencia: recursos políticos y jurídicos	138
4.1.2 La concentración de la televisión restringida y el respaldo de la regulación: la utilización de recursos jurídicos y políticos	141
4.1.3 Derechos de las audiencias subordinados e intereses empresariales: recursos políticos y discursivos	148
Conclusiones	159
Referencias	165
Anexo	209

Índice de Cuadros y Figuras

Capítulo 1

<i>Cuadro 1.1</i> Aproximaciones teóricas para el estudio de la interdependencia entre las estructura mediática y el poder político	44
<i>Cuadro 1.2</i> Componentes del enfoque histórico-estructural para el análisis de los medios de comunicación	46
<i>Cuadro 1.2</i> Componentes del enfoque histórico-estructural para el análisis de los medios de comunicación	47

<i>Cuadro 1.4</i> Categorías y dimensiones de análisis	61
Capítulo 2	
<i>Cuadro 2.1.</i> Fase 1: Surgimiento de las telecomunicaciones y la radiodifusión bajo el régimen privado y el apoyo estatal (1878-1940)	70
<i>Cuadro 2.2.</i> Fase 2: Conformación de monopolios y una estructura concentrada en la radiodifusión y las telecomunicaciones (1941-1989)	82
<i>Cuadro 2.3</i> Fase 3: Reprivatizaciones y concentración de nuevos servicios de telecomunicaciones (1989-2000)	95
Capítulo 3	
<i>Cuadro 3.1.</i> Políticas estatales que beneficiaron a los grupos dominantes de la radiodifusión y las telecomunicaciones durante los gobiernos panistas (2000-2012)	165
<i>Cuadro 3.2</i> Aproximado de participación de actores dominantes en los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión (2009-2012)	117
<i>Cuadro 3.3</i> Principios normativos de la reforma constitucional que amenazan la concentración del sector de telecomunicaciones	122
<i>Cuadro 3.4</i> Disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para garantizar derechos de usuarios y audiencias y fomentar la competencia del sector	125
<i>Figura 3.1</i> Gasto en publicidad oficial en los gobiernos panistas (2000-2012)	108
Capítulo 4	
<i>Cuadro 4.1.</i> Regulación asimétrica establecidas por el IFT al actor preponderante en el sector de telecomunicaciones	135
<i>Cuadro 4.2</i> Regulación asimétrica establecidas por el IFT al actor preponderante en el sector de radiodifusión	136
<i>Cuadro 4.3</i> Recursos y continuidades de los conflictos derivados por la implementación de la Reforma de Telecomunicaciones y	157

Radiodifusión 2013-2014

<i>Figura 4.1.</i> Presencia de Televisa en el mercado de televisión por cable (por medio del cual se ofrecen servicios de telecomunicaciones de triple play) al tercer trimestre de 2014	143
<i>Figura 4.2.</i> Presencia de Televisa en el mercado de Tv Restringida al Primer Trimestre de 2015	144
<i>Figura 4.3.</i> Índice de concentración de Televisa del Primer trimestre de 2014 al tercer trimestre de 2015	145
<i>Figura 4.4.</i> Gasto ejercido en publicidad oficial por el gobierno de Enrique Peña Nieto	155

Presentación

Problema

En un sistema mediático mexicano caracterizado por una alta concentración de la propiedad de medios, la Reforma de telecomunicaciones y radiodifusión, creada entre 2013 y 2014, pretendió generar condiciones de competencia económica para fomentar el desarrollo económico y beneficiar a los usuarios y audiencias con más calidad, más servicios, menores precios y la protección de sus derechos en el ámbito de la comunicación e información. Sin embargo, a un lustro de la aprobación de la reforma, observamos que ésta no sólo ha incumplido los objetivos para los que fue establecida, sino que, por medio de algunos de sus lineamientos fundamentales, se han profundizado la tendencia de concentración de la propiedad y la imposición de los intereses privados a los sociales.

El crecimiento de la concentración mediática no es un problema exclusivo de México sino que se enmarca en un contexto internacional en el que las condiciones estructurales reflejan una tendencia a la integración de compañías de medios a los grandes grupos de comunicación globales que han adoptado estrategias de fusión con los sectores financiero y de telecomunicaciones. Además de eso, la aplicación de la reforma, en los términos en que fue planteada, se ha enfrentado a la resistencia de los grupos que dominan las telecomunicaciones y la radiodifusión a nivel nacional, los cuales han influido para transformar el sentido original de ésta en uno que les sea más favorable. Por ello, es pertinente analizar la manera en que, en un contexto histórico-estructural concreto, han procedido los principales grupos mediáticos para resistir la aplicación de la reforma y evitar ser regulados en los términos normativos planteados originalmente.

Como punto de partida debemos señalar que la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión (2013-2014) y las resistencias a su aplicación

por parte de los grupos que dominan el sector de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México, constituyen el problema de esta investigación. La reforma, que establece el nuevo marco regulatorio para el sector mediático mexicano, surge en un entorno global que mantiene el modelo del libre mercado que ha dominado la economía desde la década de los ochenta del siglo XX. Sin embargo, la tendencia reciente ha hecho énfasis en el discurso de la competencia en la estructura económica, la cual, paradójicamente, se ha caracterizado por la consolidación grupos económicos y conglomerados que dominan los mercados de telecomunicaciones y radiodifusión.

Por su parte, los modelos democráticos adoptados en el ámbito político han propiciado el multipartidismo en los procesos electorales y en el ejercicio gubernamental y legislativo. También han dado paso a una mayor participación de organizaciones civiles en el debate público, mientras que los actores empresariales han incrementado su influencia en el espacio político y por ende en las políticas regulatorias.

En cuanto a la mediatización, la convergencia tecnológica ha modificado la naturaleza de la competencia con el surgimiento de redes que facilitan la entrada de nuevos jugadores en el mercado y la transformación de la estructura de mercado de la industria (Flores Roux y Mariscal, 2010). Ello ha incidido en la generación de nuevas formas comunicativas, basadas en los avances tecnológicos y en el uso de nuevas redes de transmisión y plataformas que prometen mayor diversidad y calidad en los servicios de telecomunicaciones y una forma comunicativa más horizontal. Dicha tendencia hacia la horizontalidad comunicativa propicia la interacción social, la colaboración y la creación de contenidos alternos, dejando atrás el modelo vertical y unidireccional de los medios tradicionales.

A pesar de estos cambios, en México se ha mantenido la trayectoria de concentración de la propiedad en el sector mediático, la cual inició en la segunda mitad del siglo XX cuando el Estado mexicano fomentó la fusión de las empresas que competían tanto en el mercado de telecomunicaciones como en la televisión comercial. Ello dio lugar a los dos monopolios que durante décadas han dominado

las telecomunicaciones y la radiodifusión y que además, durante el régimen político de partido hegemónico, mantuvieron una relación estrecha con el Presidente y el partido oficial.

Ni la alternancia política ni la entrada de más competidores en el mercado mediático mexicano afectaron la creciente concentración y acumulación de recursos de los grupos dominantes, América Móvil y Televisa. Las reformas privatizadoras de los años noventa, que promovían una economía abierta y de libre competencia, no afectaron los monopolios ni garantizaron servicios más accesibles para los usuarios (Mariscal y Rivera, 2007; García G., 2004 y Ordoñez y Bouchain, 2011).

En esas condiciones de concentración, América Móvil, propietario de las telefónicas Telmex y Telcel, tenía, entre 2010 y 2012, una participación aproximada de 85% en el mercado de telefonía fija; de 70% en telefonía móvil y 76.9% en servicios de internet (Huerta y Gómez, 2013; The CIU, 2009 y OCDE, 2012). Esa condición monopólica se funda en la propiedad de las redes de infraestructura y conexión cedidas por el Estado mexicano durante la privatización de Telmex. Y esa falta de competencia, a consideración de la OCDE (2012), tiene efectos negativos en la economía nacional debido a los altos precios de los servicios y el pobre desarrollo de la infraestructura.

El sector televisivo mexicano, caracterizado por la concentración y por estar ligado estrechamente al sistema político mexicano (Pareja, 2010), ha estado encabezado en las últimas dos décadas por el duopolio conformado por Televisa y Tv Azteca, aunque la primera dominaba el mercado, durante el periodo señalado en el párrafo anterior, al tener el 63% de la audiencia y contar con el 52% de las estaciones de televisión radiodifundida (Huerta y Gómez, 2013 y The CIU, 2009).

Además, durante la etapa del gobierno calderonista y en medio de la adopción de la convergencia digital en el sistema mediático, América Móvil y Grupo Televisa se confrontaron por dominar el nuevo escenario convergente, en el que la unión de las telecomunicaciones y la radiodifusión y la oferta de nuevos productos aceleraría sus condiciones de reproducción, toda vez que la digitalización les generaría una mayor rentabilidad (Toussaint, 2014b). Ambos

buscaban el control de la estructura de las telecomunicaciones en México en las próximas décadas (Larrosa, 2011).

El regreso del PRI a la Presidencia y el pacto con los principales partidos políticos para crear una serie de reformas pro competencia fueron el marco para realizar una reforma profunda al sector. Pero esta reforma obedecía también a los cuestionamientos sociales hacia la concentración del sistema de medios así como a la presión de organizaciones sociales y académicas y la presión internacional que demandaban una nueva regulación.

La reforma constitucional que se aprobó en 2013, con el apoyo de los principales partidos, y su ley secundaria de 2014 tenían como objetivos principales: el fortalecimiento de los derechos vinculados con la libertad de expresión e información; la adopción de medidas de fomento a la competencia en el sector, y la generación de condiciones para incrementar la calidad de los servicios. El discurso en torno a dichos propósitos planteaba que al generarse condiciones de competencia económica se beneficiarían los usuarios y audiencias con más calidad, más servicios, menores precios y la protección de sus derechos en el ámbito de la comunicación e información.

En cambio, según señala el párrafo inicial de este documento, a cinco años de la aprobación de la reforma, sólo se han profundizado la tendencia de concentración de la propiedad y la imposición de los intereses privados a los sociales. Esto debido a la presión de los grupos mediáticos en la fase de la elaboración de la reforma para presionar, negociar y acordar en defensa de sus intereses. Mientras que la aplicación de algunas disposiciones del nuevo marco regulatorio se ha enfrentado a la resistencia de los actores que dominan las telecomunicaciones y la radiodifusión en el país, los cuales han influido para transformar el sentido original de ésta en uno que les sea más favorable.

La consecuencia de que la reforma no se haya aplicado en los términos en que fue pensada y aprobada, es que los grupos mediáticos dominantes tengan, pese a las medidas impuestas, grandes márgenes de maniobra para controlar y participar de forma vertical, horizontal y cruzada en los medios y las telecomunicaciones (Gómez, 2015).

Ante el problema señalado, esta investigación pretende observar cómo han procedido los principales grupos mediáticos para resistir la aplicación de la reforma y evitar ser regulados en los términos normativos planteados originalmente. En ese sentido, analizamos las condiciones que han impedido la aplicación de la reforma de una manera efectiva y cómo, lo que parecía ser una solución a los problemas de concentración, se transformó en un marco regulatorio favorable para los grupos económicos que han dominado el espacio mediático mexicano.

Pregunta de investigación

Esto nos lleva a plantear la siguiente pregunta de investigación: *¿Qué factores explican el que la Reforma en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, que pretendía mejorar las condiciones de competencia económica y proteger los derechos sociales en el ámbito de la comunicación, haya derivado en el favorecimiento de actores que históricamente han concentrado el espacio mediático en México?*

A partir de reconocer la condición económica de los medios de comunicación en la estructura social pero también su efecto político y simbólico en las luchas por el poder, observamos que existe una relación de interdependencia con el Estado, el cual ha contribuido a establecer una determinada estructura mediática, mientras que ésta se vuelve fundamental para el ámbito político y la vida social. En esa medida, el sector puede usar su posición en los espacios de poder no sólo para apoyar al orden social dominante sino también para alcanzar sus propios intereses. Así, los grandes grupos de comunicación han acumulado una diversidad de recursos económicos, políticos e ideológicos-simbólicos, que constituyen su capital específico (así lo denomina Bourdieu) para la negociación y presión en los espacios de poder.

Hipótesis

Nuestra hipótesis a la pregunta de investigación plantea:

La trayectoria histórica de conformación y concentración del sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México permitió que los actores que dominan el sector se constituyeran como poderes fácticos, los cuales, por medio

de una red de intereses económicos y políticos, resistieron la aplicación de una reforma que, normativamente, amenazaba su condición dominante y su concentración de la propiedad. Para lo anterior, los poderes fácticos mediáticos implementaron un repertorio de recursos políticos, jurídicos y discursivos a fin de desarticular el sentido de la reforma y reproducir sus históricas condiciones dominantes dentro del sector.

Este argumento es el hilo conductor que entrelaza el desarrollo de los cuatro capítulos que componen la investigación.

Objetivos:

La investigación tiene por objetivo principal:

Explicar los factores por los que la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión no modificó la trayectoria de concentración de la propiedad y, por el contrario, terminó por beneficiar a los actores dominantes.

Como objetivos específicos planteamos:

- 1) desarrollar un marco teórico metodológico que nos permita profundizar en las condiciones económicas, políticas e ideológicas del sistema mediático para, a partir de ello, explicar cómo se da la interdependencia entre el poder político y los medios de comunicación y la influencia de dicha relación en la creación de una estructura mediática determinada (concentrada);
- 2) analizar la trayectoria histórica de concentración que siguieron los grupos dominantes de las telecomunicaciones y la radiodifusión en su origen, desarrollo y consolidación;
- 3) explicar la persistencia de la trayectoria de concentración pese al nuevo contexto político y tecnológico, en el cual surgió la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión, y
- 4) exponer las estrategias y recursos movilizados por los grupos dominantes para resistir las regulaciones, derivadas de la reforma, que amenazaban su trayectoria de concentración.

Metodología

Situamos nuestro análisis desde una perspectiva que llamamos histórico estructural porque analiza la estructura mediática dentro de estructuras económica(s) y política(s) determinadas, que retoma las dimensiones económica, política e ideológica-simbólica de los medios y que encuentra sus zonas de articulación con el poder político a través de poner el acento en los actos específicos en que se da la interacción de los medios y Estado.

Metodológicamente realizamos un análisis de trayectoria histórica de la conformación y concentración de las telecomunicaciones y la radiodifusión y de los poderes fácticos mediáticos, el cual nos permitió tener herramientas explicativas sobre las razones de la reproducción de dicha tendencia en una coyuntura determinada (La Reforma de telecomunicaciones). Para ello acudimos a un muy amplio conjunto de fuentes primarias y secundarias para nuestro análisis: textos especializados, documentos oficiales, documentos de organizaciones no gubernamentales, prensa e información estadística de organismos públicos. Finalmente, reconstruimos la resistencia generada por los poderes fácticos y las consecuencias de los principales ejes de conflicto, a partir de una cronología, basada en prensa, entre los años 2013-2018 (Ver Anexo). Este procedimiento nos permitió identificar actores, recursos, estrategias y efectos de la resistencia de los poderes fácticos, siempre desde nuestras categorías analíticas y en relación a la estructura de propiedad y concentración del sector.

Estructura de la investigación

En el primer capítulo presentamos un balance de los estudios en torno a la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión planteando que es necesario profundizar en las condiciones estructurales de las telecomunicaciones y la radiodifusión y en la interdependencia de los actores económicos y el poder político para su reproducción. Asimismo realizamos una revisión de las aproximaciones teóricas sobre las dimensiones económica, política e ideológica de los medios de comunicación y sobre el modo en que establecen interacciones complejas con el poder político que posibilitan una red de mutuos beneficios. A

partir de esta discusión nos suscribimos a un enfoque histórico estructural y establecemos un marco analítico conformado por las categorías: 1) régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y las telecomunicaciones y 2) poderes fácticos mediáticos y su interdependencia con el poder político. Este marco teórico nos permitirá dar una explicación a la persistencia de la concentración y mercantilización en los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión, desde una perspectiva de las estrategias y los recursos que implementan los poderes fácticos para mantener y reproducir sus privilegios.

En el segundo capítulo analizamos la trayectoria que siguieron, en su origen, desarrollo y consolidación (1889-2000), los grupos dominantes en la estructura de propiedad y concentración de las telecomunicaciones y radiodifusión en México. A partir del marco analítico establecido, explicamos que, desde su construcción, estos sectores tendieron a la concentración de recursos, estrategia respaldada por la política estatal, en razón de los beneficios que ambas partes obtuvieron del modelo comunicativo monopólico y funcional al régimen político. De igual manera, observamos que, a lo largo de su desarrollo, estos grupos han estado dotados de recursos económicos, políticos y discursivos para influir en el ámbito estatal y obtener marcos regulatorios favorables.

En el tercer capítulo explicamos que la trayectoria de concentración se mantuvo en el periodo 2000-2012 a pesar del nuevo contexto político y tecnológico generado por la alternancia política y los avances de la convergencia digital, fortaleciendo a los poderes fácticos mediáticos en el ámbito público. Ante una estructura de telecomunicaciones y radiodifusión concentrada y la notable influencia de los poderes fácticos mediáticos, la reforma de telecomunicaciones prometió dar fin a los monopolios. Los actores empresariales, con suficientes recursos acumulados en su trayectoria, presionaron y cabildearon para que el marco regulatorio afectara mínimamente el *statu quo* de la estructura de concentración y propiedad del sector. En ese sentido, exponemos que esta influencia provocó contradicciones entre la reforma constitucional y la Ley secundaria que beneficiaron la trayectoria de concentración de los actores dominantes.

En el cuarto capítulo explicamos cómo los actores dominantes, en su condición de poderes fácticos, generaron resistencias hacia las disposiciones regulatorias que, normativamente, pretendían limitar la concentración de la propiedad. Hacemos énfasis en las estrategias y recursos de influencia movilizados frente al poder político, así como en los aspectos trascendentes de la reforma que fueron anulados para generar una regulación favorable a los intereses de los poderes fácticos mediáticos. A partir del análisis de los tres principales ejes de conflicto y resistencia por parte de los actores empresariales (tarifa de interconexión cero, concentración de la televisión restringida y los derechos de las audiencias), concluimos que los poderes fácticos resistieron con efectividad a las pretensiones de transformación institucional por medio de la movilización de recursos jurídicos, políticos y discursivos. Esta resistencia reforzó, contrario a lo esperado, la tendencia hacia la concentración del sector y la influencia de los actores preponderantes en la definición de los marcos de regulación de la propiedad de las telecomunicaciones y radiodifusión en México.

Cerramos con un apartado de conclusiones generales, en la que retomamos la pregunta de trabajo y señalamos que, efectivamente, la estructura de propiedad concentrada en las telecomunicaciones y la relación de interdependencia entre el poder político y los poderes fácticos existentes en México, influyeron de manera decisiva en los resultados de la regulación que el Estado creó y quiso aplicar en el sector mediático. En ese sentido, la investigación contribuye a la discusión sobre los procesos de concentración mediática al profundizar en el análisis de una tendencia histórica de concentración que se reproduce a pesar de los cambios políticos, tecnológicos y regulatorios. Asimismo, aporta un análisis sobre los resultados concretos de la aplicación de la reforma de telecomunicaciones en tres de las principales disposiciones regulatorias y, a partir de las resistencias e influencia de los poderes fácticos mediáticos, explica los cambios regulatorios que desdibujaron el sentido original de la reforma.

Capítulo 1

La Reforma de telecomunicaciones y radiodifusión en México: estado de la discusión y aproximaciones teóricas para su estudio

En el primer apartado de este capítulo se hace un balance de los principales estudios en torno a la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión en México, señalando que hay un gran énfasis en el análisis de las características normativas, así como en las estrategias de negociación política que se dieron para llevar a cabo la reforma en una coyuntura determinada. Planteamos que es necesario profundizar en las condiciones estructurales de las telecomunicaciones y la radiodifusión y la interdependencia de los actores económicos y el poder político para su reproducción.

En el segundo apartado realizamos una revisión de las aproximaciones teóricas sobre las dimensiones económica, política e ideológica de los medios de comunicación y en cómo a partir de éstas se establecen interacciones complejas con el poder político que posibilitan una red de mutuos beneficios en la relación entre los medios de comunicación, consolidados como actores económicos y productores de mercancías simbólicas, y el poder político que necesita de ellos para establecer condiciones de reproducción del sistema capitalista y para su legitimación. Asimismo nos suscribimos a un enfoque histórico estructural y establecemos un marco analítico conformado por las categorías: 1) régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y las telecomunicaciones y 2) poderes fácticos y su interdependencia con el poder político.

1.1 El estudio de la Reforma de telecomunicaciones: entre lo deseado y lo pactado

La reforma de telecomunicaciones y radiodifusión, a pesar de su reciente publicación, ha tomado importancia como objeto de estudio en el ámbito de las ciencias sociales. La reforma trasciende las fronteras llanamente normativas y tiene gran importancia para la economía, la política y la comunicación en México. Además, la variedad de dimensiones y problemas que atañen a la reforma permite analizar aspectos puntuales que pueden ir desde un debate sobre las nuevas formas regulatorias pro competencia, hasta el tipo de derechos de los usuarios que ésta defiende. No debe perderse de vista que la totalidad de la reforma obedece a una tendencia estructural que requiere de un análisis sobre sus causas y propósitos, al tiempo que permita comprender los cambios o las inercias suscitados en el sector de las telecomunicaciones convergentes a raíz de las nuevas regulaciones.

Los principales objetivos de la reforma fueron: 1) el fortalecimiento de los derechos vinculados con la libertad de expresión e información; 2) la adopción de medidas de fomento a la competencia en el sector y, 3) la generación de condiciones para incrementar la calidad de los servicios (Sánchez G., 2014 y Rincón, 2014). Debido a las profundas transformaciones legales que incluyó la reforma constitucional, los primeros trabajos académicos se concentraron en los aspectos generales y normativos de la misma (Esteinou, 2013; Sánchez R. R., 2014 y Rincón, 2014). Luego de la aprobación y publicación de la Ley secundaria en el año 2014, se generaron estudios más específicos sobre el proceso de discusión y elaboración de la normatividad en el Congreso de la Unión (Sánchez G., 2015 y 2014 y Sosa G., 2016), las contradicciones entre ambas normas (Esteinou, 2015a; Esteinou, 2015b, Levy, 2014 y Ramírez, 2015), las regulaciones específicas para determinados grupos económicos (Sosa P., 2016), así como aspectos y conceptos concretos para el sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión (Tovar, 2015).

En términos generales, podemos clasificar los aportes de la literatura en torno a tres ejes-problemas: 1) fortalecimiento de derechos, 2) fortalecimiento de la competencia y eliminación de la concentración y 3) estrategias de negociación de actores.

En el primero, un conjunto de estudios ha señalado que la reforma, en su fase constitucional, amplió las garantías para los mexicanos respecto al acceso a servicios de radiodifusión y telecomunicaciones (Amador y Giles, 2016; Arellano, 2013; Solís, 2013 y Esteinou, 2013). Específicamente se señala que la reforma es explícita en buscar mejores condiciones para el ejercicio de un conjunto de derechos que permitirían, en teoría, una democratización de la información y mejores garantías para los usuarios¹.

A pesar de la inclusión de derechos, se advierten diversas contradicciones entre la reforma constitucional y la Ley secundaria. Al respecto los estudios han resaltado: 1) la diferenciación, incluida en la Ley secundaria, entre usuarios de servicios de paga en las telecomunicaciones y audiencias de servicios gratuitos para la radiodifusión lo que provoca la aplicación de algunos criterios legales distintos en la protección sus derechos (Sánchez G. 2016); 2) las discriminaciones a medios de uso social que violentan los derechos humanos (Álvarez, 2014); 3) la inadecuada aplicación y actualización del derecho de réplica que mandata la Constitución (Esteinou, 2016b) y, 4) la contradicción por la inclusión de ciertos lineamientos en la Ley secundaria, como la geolocalización, que implica un riesgo a la privacidad de los usuarios de telecomunicaciones, dada la obligación de compartir su información con las autoridades ante una presunta situación de inseguridad pública (Arellano, 2013). Además de estas contradicciones, un

¹ Se hace referencia a derechos como a) el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, a la banda ancha y a los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión; b) al libre acceso a la información plural y veraz; c) a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión; d) A la libertad de expresión, a la información y derecho de réplica; e) a recibir servicios de radiodifusión en condiciones de competencia y calidad; f) a la transparencia publicitaria en la información; g) a un servicio de radiodifusión pública nacional; h) a programación infantil protegida y h) a contar con medios públicos con independencia editorial y con participación ciudadana.

aspecto fundamental es que toda la reforma parte del supuesto según el cual, el cumplimiento de las garantías establecidas por ésta dependerá, casi exclusivamente, de la “competencia” generada en las telecomunicaciones y la radiodifusión (Álvarez, 2014).

En el segundo eje, un conjunto de estudios ha subrayado otro de los objetivos de la reforma: impulsar la competencia para superar la concentración de los mercados. No obstante, los diversos textos han observado la ineficacia de la legislación para alcanzar sus propios fines por diversos motivos. En principio, desde las perspectivas económicas que discuten la regulación, se observa una mayor rectoría del Estado en el rediseño institucional del órgano regulador que coexiste con una fuerte presencia del capital privado, aunque concentrada en una perspectiva de competencia estática (disminución de tarifas) y no dinámica que promueva la innovación tecnológica como mecanismo de competencia (Mariscal, 2014). Asimismo, se ha considerado que la inclusión de determinados conceptos legales², tanto en la reforma constitucional como en la Ley secundaria, crea incentivos contrarios a la inversión en redes y a la competencia (Tovar, 2015).

Algunos estudios señalan que la definición de “agentes preponderantes” (que serán sujetos a una regulación asimétrica para superar esa condición) por sector (de telecomunicaciones y radiodifusión), y no por servicios (radiodifusión abierta, televisión de cable, telefonía), generará una mayor concentración del mercado (Tovar, 2015). En ese planteamiento coincide la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación al considerar que la regulación asimétrica contribuye a que prevalezca el problema de concentración en el sector convergente de las telecomunicaciones y la radiodifusión (Sosa P., 2016), al tiempo que se reproducen las prácticas monopólicas, anticompetitivas y el incremento del poder y la influencia de la industria en el espacio político (Esteinou, 2016a).

² Tales como *insumo esencial*, *la regulación asimétrica*, *la desagregación y compartición obligatoria de infraestructura*.

Asimismo, desde el enfoque de la Economía Política de la Comunicación se plantea que la Ley secundaria representa la continuidad de la estrategia neoliberal, iniciada en la década de los noventa del siglo XX, de privatización, liberalización y entrada de capitales extranjeros en el ámbito de las telecomunicaciones y la radiodifusión (Quibrera, 2016 y Gómez, 2015). Además, la Ley secundaria consolida el ámbito de lo privado sobre lo público (Arroyo, 2016), al enfocarse en la reorganización de los mercados (Noguez, 2015).

En el tercer eje, un grupo de estudios ha revisado el proceso de negociación entre los actores de los ámbitos político, económico y social. En ese sentido se analiza la postura de los grupos de poder mediático frente a la reforma constitucional, argumentando que la estrategia del gobierno de Enrique Peña Nieto, de alianza con la oposición mediante el Pacto por México, impidió que dichos consorcios rechazaran la reforma (Sosa G., 2016). Esta interacción entre los poderes Ejecutivo y Legislativo fue relevante para la negociación de las reformas y predispuso la disciplina partidaria que posibilitó la concreción de los cambios constitucionales (Smith, 2016).

Además, se considera que las condiciones de negociación de los actores influyeron en los contenidos contradictorios de la reforma constitucional y la Ley secundaria. En la primera fase, el consenso político entre el Poder Ejecutivo y las fuerzas políticas representadas en el Legislativo fortaleció al poder público frente a los poderes económicos para lograr la inclusión de disposiciones que pretendían regular a las empresas y garantizar derechos constitucionales (Sánchez Rivera, 2014 y Toussaint, 2014). En cambio, en la etapa secundaria el Pacto por México había llegado a su fin y en la elaboración del proyecto de iniciativa de ley participaron funcionarios del gobierno federal y representantes de la industria mediática, quienes favorecieron la continuidad del modelo de mercado basado en el oligopolio de la radiodifusión. Al relajar la regulación en este sector, se postergó un modelo de servicio público en la radiodifusión mientras se mantuvo un modelo regulatorio más estricto para las empresas de telecomunicaciones (Esteinou, 2015).

Como se puede apreciar, los estudios referidos consideran, por una parte, los problemas relacionados con los objetivos de la reforma: ampliación de derechos y fomento a la competencia; y por otra parte, hacen referencia a los procesos de negociación entre los actores políticos, abordando algunos puntos específicos de la reforma para indagar sobre sus posibilidades y limitaciones en un mercado convergente concentrado. De esta manera, los estudios marcan un continuo análisis que va, de “lo deseado” en la reforma a lo realmente “pactado” en la Ley secundaria, evidenciando las contradicciones entre ambos momentos. Ahora bien, es necesario preguntarse ¿por qué se da esa contradicción? ¿Se reduce el problema de la concentración del sector a un proceso de negociación coyuntural? ¿Cómo entender que la tendencia a la concentración del sector se reproduzca a pesar de las intenciones del cambio constitucional original? Al respecto podemos señalar que la existencia de la concentración del mercado mexicano se explica poco desde la relación de interdependencia entre el poder político y económico.

Por lo tanto, consideramos que es necesario abordar, desde una perspectiva histórica estructural, las condiciones que permiten la interdependencia entre el poder político y económico en México y que ayudan a explicar la tendencia hacia la concentración en el sector convergente de telecomunicaciones y radiodifusión, pese a la implementación de una reforma orientada a la competencia.

1.2 Marco teórico: aproximaciones conceptuales y modelo analítico para la investigación

El régimen de acumulación capitalista en general, y el sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión en particular, han virado en las últimas décadas hacia la financiarización, la globalización y el aprovechamiento de los recursos tecnológicos (Boyer, 2007/2004, Chesnais, 2003 y Neffa, 1999). Por otro lado, los avances tecnológicos basados en la convergencia digital de estos sectores, hacen necesario adecuar el modo de regulación, para que el régimen de acumulación permita que las empresas de comunicaciones tengan las condiciones adecuadas de operación y dominio en los mercados, garantizando la apropiación de ganancias. Por estas razones, en los diferentes contextos estatales el modelo de regulación y las formas institucionales se han adecuado para responder a los cambios y requerimientos de este sector (Wholers, 2008 y Aldana y Vallejo 2010).

Para entender la importancia de la regulación en el capitalismo, debemos considerar que éste, en tanto modo de producción que tiende a la crisis, ha conseguido periodos de estabilidad, los cuales se explican, según el regulacionismo francés, a partir del régimen de acumulación y el modo de regulación. Entendemos que la regulación de una relación social se refiere “a la manera en que ésta se produce a pesar de su carácter conflictual, contradictorio. (Lipietz, 1986, p. 244).

Esta noción de regulación parte de la existencia de un modo de regulación determinado, “que comprende a las formas institucionales que aseguran la reproducción de las relaciones sociales y en particular la adaptación entre producción y demanda” (De la Garza, 2001, p.41). De esa forma, la articulación en el capitalismo entre modo de regulación y formas institucionales permite que se configure un modelo de desarrollo, visto como “una forma de organizar el capital, de hacerlo funcionar” (Lipietz, 1994). En otras palabras, contrario a las tesis que hablan de la no intervención estatal, la regulación estatal ha sido siempre un elemento determinante para el funcionamiento del mercado y la economía capitalista en general.

Esta mención introductoria de los planteamientos de la Escuela de la Regulación Francesa nos ayuda a situarnos en una perspectiva general de la relación entre la economía y la política en la que las formas institucionales de periodos históricos concretos buscan garantizar las relaciones sociales de producción. En ese marco, los medios de comunicación también han formado parte de la estructura económica en sus diversos periodos históricos por lo que consideramos que es fundamental entender sus lógicas económicas, políticas y sociales a fin de establecer un marco conceptual que nos permita entender y profundizar en las relaciones de interdependencia y mutuo beneficio entre el poder político y la élite del sector comunicativo en México y sus efectos en la creación y aplicación de políticas comunicativas, más específicamente en la última reforma de telecomunicaciones y radiodifusión.

En ese sentido, pretendemos dar pie a una discusión teórica planteada en términos del reconocimiento de las condiciones materiales, políticas e ideológicas de los medios de comunicación como un primer paso para entender las relaciones de poder que se establecen entre éstos y la élite política. A partir de la observación sobre las aportaciones teóricas que buscan explicar el papel que ocupan los medios en la sociedad, podremos definir un marco analítico que nos permita, en el marco de dichas relaciones, dar una explicación a la persistencia de la concentración y la priorización de los intereses privados en los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión, a pesar de las reformas para fomentar la competencia y el fortalecimiento de los derechos sociales.

Para ello, partimos de un enfoque histórico estructural mediante el que observamos al sistema mediático en su dimensión estructural (económica), referente a su condición empresarial y su posición dentro de la economía capitalista, y la dimensión superestructural (político-ideológica), en la que, por medio de las representaciones sociales, forma parte de las instituciones en las que se dan las disputas por el poder. Por tanto, los medios de comunicación son primordiales en la reproducción capitalista pero también se han vuelto fundamentales en los ámbitos político y social por su capacidad para producir

representaciones sociales, las cuales representan una estrategia para la obtención del poder.

Este apartado lo presentamos en dos segmentos. En el primero partimos de las aportaciones y debates teóricos entre las escuelas críticas que enfatizan las cuestiones ideológicas de los medios de comunicación y las que buscan recuperar su papel económico y su relación con las estructuras de poder, sin dejar de dialogar con autores que, desde perspectivas diferentes al campo de la comunicación, plantean la complejidad y variedad de formas en que se da la incorporación de los medios en los espacios de poder, lo que nos ayudará a profundizar en cómo los medios usan sus recursos para influir en el espacio político. En la segunda parte, planteamos un modelo analítico, basado en un enfoque histórico estructural, que nos llevará a establecer dos categorías de análisis que nos permiten analizar las dimensiones económica, política e ideológica de nuestro objeto de estudio: 1) el régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y las telecomunicaciones y 2) poderes fácticos mediáticos y su interdependencia con el poder político.

1.2.1 Aproximaciones teóricas para el estudio de los medios de comunicación y su papel en los espacios de poder

Discutir sobre el lugar que ocupa el sistema mediático en la estructura social nos permite profundizar en la relación de interdependencia que se ha construido entre el poder político y los medios de comunicación, toda vez que éstos se han convertido en importantes actores económicos y al mismo tiempo han mantenido una condición ideológica y simbólica.

En ese sentido, con el propósito de analizar las lógicas económicas, políticas y sociales de los medios, la discusión que planteamos se inscribe en los corrientes críticas que han sido estudiadas en el campo de la comunicación como la Teoría Crítica, los planteamientos de Althusser, y la Economía Política de la Comunicación, pero también nos interesan las aportaciones que desde otros

campos de estudio, como la ciencia política y la sociología, observan la relación del sistema mediático con el poder. De esta manera buscamos entablar un diálogo entre perspectivas de análisis, que epistemológicamente no se contraponen, a fin de delimitar los alcances de su análisis y establecer un marco conceptual explicativo para nuestra investigación.

Los aspectos que, consideramos, han sido fundamentales en la discusión sobre el papel del sistema mediático se han orientado a las cuestiones políticas e ideológicas en la producción de significaciones sociales, mientras que en las últimas décadas, la discusión sobre su posición económica se ha vuelto más compleja dada su participación, cada vez más importante, en la estructura económica, ya sea en condiciones de propiedad privada y pública, o por su participación en la realización del ciclo económico de las mercancías. Más recientemente los análisis destacan la conformación de élites mediáticas, con un repertorio de recursos que le permiten tener una marcada influencia en los ámbitos económico, político y social.

Partiendo de esta premisa, podemos ver que el análisis de los medios ha tenido una trayectoria que, sin detrimento de los primeros trabajos que pusieron énfasis la función ideológica del sistema mediático, ha permitido tener visiones más amplias que la de considerarlos simples reproductores del sistema económico capitalista y que nos permiten analizar su centralidad en el sistema capitalista y su inserción en las luchas de poder. Así, la presentación de las aproximaciones conceptuales la planteamos de la siguiente manera: a) los medios de comunicación y la reproducción de la ideología dominante, b) Las lógicas económicas, políticas e ideológicas de los medios y c) la complejidad de las interacciones en las esferas de poder y el uso de recursos.

a) Los medios de comunicación y la reproducción de la ideología dominante

Las contribuciones en torno a la ideología que han hecho representantes de la denominada Teoría Crítica, Adorno y Horkheimer, así como la aportación de Althusser sobre los aparatos ideológicos del Estado tienen relevancia por visibilizar el papel desarrollado por las instituciones mediáticas en el mundo social,

el cual desde su análisis está determinado por la estructura económica. Sin embargo, como harán notar más adelante algunos teóricos de la Economía Política de la Comunicación como Murdock y Golding (1973), Garnham (1983) y Bolaño y Mastrini (2002), dichos autores no observaban todavía a los medios como parte del sistema económico sino como reproductores de la ideología económica política dominante.

Horkheimer y Adorno (1988), primeros representantes de la Teoría Crítica, también llamada Escuela de Frankfurt, la cual inició en Alemania en la víspera de la Segunda Guerra Mundial y posteriormente se desarrolló en Estados Unidos, argumentan que la racionalidad técnica, que da pie a la industrialización, obedece a las necesidades de los que dominan la economía. A partir de esa idea general, Horkheimer y Adorno adoptan una posición crítica sobre la industria mediática, conformada entonces por la radio, el cine y los medios impresos y aportan el concepto de *industria cultural*, al que dan una connotación negativa ya que representa la creación en serie. Es decir, la producción de bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas en que se fundamenta la industria cultural. Sin embargo, estos productos generados en el ámbito de la música, el cine y las revistas, no son para Horkheimer y Adorno sino una extensión de la dominación económica que además tiene la función de integrar al individuo en el *statu quo* y adormecer la conciencia política de los trabajadores en sus tiempos de ocio.

Como parte de esta crítica, argumentan que la industria cultural desplaza a la alta cultura, la cual es la única con capacidad disruptiva, de tal manera que la racionalidad técnica está al servicio del capitalismo: “la técnica conquista tanto poder sobre la sociedad, es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad misma. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo” (Horkheimer y Adorno, 1988, en línea).

Así, para Horkheimer y Adorno la función de los medios de comunicación en el sistema capitalista está enfocada en el consumo y en un decremento de la racionalización. Por ende, la dimensión social es intervenida y mediatizada por tecnologías que buscan crear nuevas necesidades (Laso, 2004). Y desde ese

sentido negativo, la huella de la industria cultural es la serialización, la estandarización y la división del trabajo en detrimento del arte, para favorecer “un arte integrado en el sistema” (Mattelart, 2005, p. 57).

El desarrollo conceptual de la industria cultural de Horkheimer y Adorno resulta fundamental para el análisis de los medios de comunicación que posteriormente harán otras corrientes teóricas críticas, como la Economía Política de la Comunicación, la cual, sin embargo, observa algunas limitaciones analíticas en los planteamientos de estos autores. Garnham (1983) al respecto reconoce la visibilidad que la Escuela de Frankfurt da a la superestructura y a la mediación pero considera que en la época del capitalismo monopolista, en la que ellos señalan la industrialización de la cultura, la superestructura se industrializa. Por tanto, no se trata de un superestructuralismo autónomo sino de que “la superestructura es englobada por la estructura” (p. 22).

Para Garnham (1983) los argumentos de Horkheimer y Adorno son exactos en el sentido de que los productos y empresas culturales son absorbidos por los grandes consorcios culturales y sometidos a la lógica del mercado, pero considera que más allá de esta falta de distinción entre estructura y superestructura en su análisis de la industria cultural, el problema principal es que no observan el carácter contradictorio de su objeto de estudio, quedando pendiente la necesidad de analizar las formas económicas de la producción simbólica (Bolaño y Mastrini (2002).

Desde una posición filosófica, Althusser (1988) también realiza una aportación importante sobre la condición superestructural de los medios de comunicación, a los que asume como parte de los aparatos ideológicos del Estado, que a su vez sirve a la clase capitalista. De esa manera, se produce el dominio de clase y se realiza la reproducción de las relaciones sociales para la perpetuación del capitalismo.

Althusser parte de la concepción marxista de totalidad social en cuya tesis la estructura de toda sociedad está constituida por niveles articulados por una determinación específica: la estructura o base económica, (unidad de fuerzas productivas y relaciones de producción) y la superestructura, que comprende dos

niveles o instancias: la jurídico-política (el derecho y el Estado) y la ideológica (las distintas ideologías, religiosa, moral jurídica, política, etcétera). Sin embargo, el autor trata de superar este carácter descriptivo y plantea dicha estructura desde la reproducción, es decir, indica cómo se realiza la reproducción en las relaciones sociales capitalista.

En la tradición marxista, el Estado es representado como “una máquina de represión que permite a las clases dominantes asegurar su dominación sobre la clase obrera para someterla al proceso de extorsión de la plusvalía (es decir a la explotación capitalista” (Althusser, 1988, en línea). Es un aparato de Estado y en esa medida tiene mecanismos para su funcionamiento. El objetivo de la lucha de clases gira en torno al poder del Estado (conservación o toma del poder del Estado) y de la utilización del aparato del Estado (alianzas de clases o fracciones de clases) que tiene el poder de Estado en función de sus intereses.

Para Althusser (1988), el aparato (represivo) de Estado comprende el gobierno, la administración, el ejército, la policía, los tribunales y las prisiones. Pero tiene además aparatos ideológicos, instituciones especializadas, entre los que se encuentran los medios de información (prensa, medios de radiodifusión), junto a otros (religiosos, escolar, familiar, jurídico, político, cultural).

Por lo tanto, en esta idea althusseriana los aparatos ideológicos de Estado obedecen a las estrategias políticas del aparato de Estado que a su vez son determinadas por el capitalismo, toda vez que el Estado responde a los intereses de la estructura dominante. Estas estrategias políticas se encaminan, desde el Estado, a establecer condiciones de reproducción. Y ante la cuestión de ¿cómo los medios de comunicación de naturaleza privada pueden ejercer dicha función? Althusser retoma la distinción gramsciana entre lo público y lo privado, que considera que ésta es propia del derecho burgués y por tanto no incluye al Estado pues éste, al ser el Estado de la clase dominante no es público ni privado. De esa forma, los aparatos ideológicos, aún si provienen del ámbito privado, funcionan con la ideología dominante, es decir el sistema de ideas y representaciones, por lo que “poco importa si las instituciones que los materializan son públicas o privadas; lo que importa es su funcionamiento. Las instituciones privadas pueden

funcionar perfectamente como aparatos ideológicos de Estado” (Althusser, 1988, en línea)³.

Sobre el énfasis que Althusser pone en los aparatos ideológicos del Estado como parte de la superestructura, Garnham (1983) señala que pese a lo sofisticado de sus argumentos, éstos no van más allá de una posición funcionalista de los medios. En tanto que Murdock y Golding (1973) consideran que en Althusser hay un planteamiento, de cierto modo simplista, que incluye a los medios en la “lista de compras del Estado Ideológico, junto con la religión, la educación y los partidos políticos” (en línea), por lo que consideran que no es suficiente con afirmar que los medios son parte del aparato ideológico del Estado, también es necesario demostrar cómo se produce la ideología en concreto.

Las aportaciones de Adorno y Horkheimer (1988) y Althusser (1988) resultan trascendentes porque en un marco histórico de masificación de los medios de radiodifusión, prensa y cine, hicieron visible, desde una posición crítica, la funcionalidad de éstos para los grupos dominantes, con lo cual contribuyeron a los desarrollos analíticos de la superestructura de la teoría marxista. No podemos subestimar la importancia de estos primeros estudios críticos frente a la ideología de posguerra que sostenía el libre flujo de información, impulsada por el pensamiento neoclásico. Asimismo su influencia en escuelas desarrolladas en América Latina como la dependencia cultural, o imperialismo cultural, el cual se desarrolló en las décadas 60 y 70 para plantear la existencia de “una imposición ideológica a través de los medios de comunicación y otros medios de producción cultural a fin de establecer los valores de una sociedad dominante en una determinada sociedad periférica o dependiente” (González y Vilorio, 2007, p.154). Es decir que, a través del consumo de productos culturales, el imperialismo

³ Según Althusser, los aparatos de reproducción del Estado: 1) deben garantizar la reproducción de las relaciones de producción, o sea las relación capitalistas y 2) Cada uno de los aparatos del Estado tiene su estrategia: el aparato político impone su ideología política (democracia, indirecta, directa); el aparato de información satura de información mediante la prensa, la radio, la televisión, con dosis diarias de nacionalismo, chauvinismo, liberalismo, moralismo, etc. (1988).

cultural busca imponer valores y cultura de los países desarrollados en los países receptores, los cuales adoptan de una manera pasiva los flujos informativos y los productos culturales extranjeros. Sarti (1979), no obstante señala que la teoría del imperialismo cultural comete el mismo error althusseriano de no considerar que la ideología es determinada en el proceso de producción, atribuyendo a los medios un papel casi autónomo de las relaciones sociales de producción.

Asimismo, al poner énfasis en las instituciones mediáticas como instrumentos para la reproducción de las condiciones estructurales y la dominación de clase, se rehúye el análisis de la relación entre lo económico y lo ideológico, y, según Garnham (1983), se deduce que los medios, ya sea de propiedad privada o control del Estado, son instrumentos ideológicos de dominio de la clase en el poder, y

semejante posición ignora tanto los efectos concretos de la subordinación de la producción y de la reproducción cultural a la lógica global de la producción capitalista de mercancías, como la especificación de las diferentes y cambiantes relaciones entre los niveles económico, ideológico y político en el marco del actual y concreto momento histórico (p. 20).

En ese sentido, no podemos desestimar que los momentos históricos cambiantes han hecho patente el protagonismo económico de los medios de comunicación y en la más reciente fase del capitalismo, el neoliberalismo, los grandes capitales han incrementado su posición en los sectores de la comunicación, la información y la cultura. De tal manera que en las últimas décadas los procesos económicos de expansión de las tecnologías de información y comunicación y los procesos políticos de desregulación y privatización de medios tradicionales y telecomunicaciones formaron parte del proceso de reestructuración capitalista (Bolaño y Mastrini, 2002).

De ahí, que algunos desarrollos teóricos más recientes aborden la condición económica, política y simbólica de los medios y planteen modelos de análisis más concretos a partir de profundizar en las relaciones de poder en las que éstos se insertan así como en la utilización de recursos y estrategias dentro

de las negociaciones, intercambio, presión y conflicto entre las fuerzas de poder.

Entre estas corrientes, que se inscriben en la tradición marxista, pero pretenden superar el énfasis en la dominación ideológica, destacan: los estudios culturales, que ante el determinismo de la dependencia cultural oponen una visión antropológica basada en cuestionar la dominación ideológica a través de la autonomía de la cultura popular y la Economía Política de la Comunicación, que plantea la necesidad de analizar las formas económicas de la producción simbólica y retomar las discusiones sobre las políticas de medios y organización democrática de la comunicación que se habían intentado discutir en el marco del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), al interior de la Unesco en la década de los ochenta (Bolaño y Mastrini, 2002). A continuación profundizamos en los planteamientos de esta última corriente.

b) Las lógicas económicas, políticas e ideológicas de los medios

El desarrollo de los medios masivos y la consolidación de grandes conglomerados mediáticos en el siglo XX implicaron la pertinencia de realizar un análisis más complejo en el estudio de los medios al considerar su función en la realización de los ciclos económicos de los diversos productos (primarios, financieros, de servicios, etcétera) pero también su propia condición de actores económicos en las relaciones sociales de producción. Asimismo, la creciente integración del capital a los procesos de producción cultural hizo imprescindible introducir la dimensión económica a los estudios de comunicación sin caer en el reduccionismo económico ya que se mantienen sus dimensiones políticas e ideológicas (Garnham, 1983 y Mastrini, 2017).

En ese sentido la Economía Política de la Comunicación se ha desarrollado a la par del crecimiento de la importancia de los medios de comunicación en la economía mundial en las últimas décadas y en un marco en el que el actual modo de producción capitalista otorga una dimensión central a la información. De tal manera que este enfoque resulta pertinente para el estudio de las condiciones

estructurales de los medios (propiedad, relación con el poder político) y los fenómenos actuales de concentración y convergencia de medios de radiodifusión y telecomunicaciones (Bolaño y Mastrini, 2002).

La Economía Política de la Comunicación se interesa en el estudio de la comunicación y los medios como productos de las industrias capitalistas, al plantear que las industrias de comunicación forman parte de la estructura capitalista (Murdock, 2006; Smythe, 1977 y Garnham, 2000). Por lo tanto estudia particularmente las relaciones de poder que constituyen la producción, la distribución y el consumo de bienes simbólicos (Mosco, 2006 y Bolaño y Mastrini, 2002). Es decir, el mundo subjetivo de lo simbólico unido al mundo objetivo de la mercancía (Galindo, 2008). En ese sentido, esta corriente rompe con el abordaje de los medios de comunicación únicamente como aparatos ideológicos reproductores de la dominación capitalista al observar cómo los medios están constituidos en el sistema capitalista (Murdock, 2006).

Los medios ya no son vistos como simples vehículos para la aceleración del proceso de acumulación de capital y como máquinas de reproducción de la ideología dominante (aunque preservan su dimensión ideológica) sino como industrias que contribuyen en la configuración de la economía actual, y por tanto son ellas mismas empresas capitalistas (Bravo, 2015.). Desde luego, esta corriente no estudia sólo a los medios privados, también observa el desarrollo de los medios públicos y alternativos, aunque enfatiza las tendencias hacia la privatización y concentración en el sistema mediático (Becerra y Mastrini, 2017 y Del Valle et al, 2012). Este énfasis en la propiedad y dinámicas de control económico lo retomaremos más adelante en la construcción del modelo analítico de esta investigación.

Lo que por ahora queremos destacar es la aportación de la Economía Política de la Comunicación en el estudio de la interrelación del poder político y el sistema mediático, al entender que éste no se limita a repetir la ideología dominante ni ser parte de una lista de instituciones con las mismas funciones y papeles, pues si bien tienen un papel importante en la legitimación de un orden social desigualitario, “su relación con dicho orden es compleja y variable, y es

preciso analizar tanto lo que hacen como lo que son” (Murdock y Garnham, 1981, p. 46).

Para esta perspectiva, asumir la dimensión económica de los medios de comunicación no implica desechar su potencial ideológico, pero éste va más allá de ser aparatos reproductores de ideología ya que en sí mismos, las empresas de comunicación son productores de contenidos informativos y de entretenimiento, los cuales pueden conllevar una ideología. Al respecto Garnham y Murdock (1973) argumentan que los medios tienen una dimensión económica, basada en las relaciones sociales capitalistas, son propietarios, pero también producen, distribuyen y ponen en circulación productos y una ideología, compuesta por marcos interpretativos, conceptos, hechos y argumentos que se proyectan en la sociedad. Por lo tanto, si bien la dimensión económica es fundamental para la reproducción capitalista, la ideológica les da la oportunidad del control de la información o construcción de consenso, al ser los espacios en los que se difunde información económica y política.

En ese sentido, Murdock (2006) reitera que aunque integrado dentro de la base económica, el sistema de medios de comunicación de masas es también parte de la superestructura y por lo tanto juega un doble papel al reproducir las relaciones capitalistas de producción. Es decir, el sistema mediático:

completa el circuito económico en el que estas relaciones descansan y a la vez pone en circulación las ideologías que los legitiman. La segunda función no se puede reducir a la primera. De hecho, como algunos recientes estudiosos han subrayado, el éxito de la reproducción ideológica es una de las condiciones clave para la existencia continuada de relaciones predominantes de producción (p. 16).

Pero por otra parte, los medios en tanto empresas no pueden sustraerse a la relación con el poder estatal pues, tanto en el periodo histórico de intervención estatal como en la nueva fase del capitalismo donde la tendencia es hacia el libre mercado, el Estado soporta, de diversas maneras, los intereses de la economía y de las corporaciones de comunicación mediante una variedad de formas regulatorias y políticas de comunicación como el otorgamiento de recursos para

su operación o medidas proteccionistas ante intereses extranjeros (Wasko, 2006 y 2004). Por tanto, medios y Estado requieren mantener una estrecha relación dada la importancia que representa el apoyo estatal para garantizar la consolidación de los primeros y la legitimación y dominio político del segundo.

Al inicio del capítulo mencionábamos que de acuerdo al regulacionismo francés, el Estado crea ciertas formas institucionales que corresponden a un modo de regulación con lo cual se busca asegurar la realización de un modo de producción determinado. La corriente regulacionista, que plantea la existencia de periodos históricos determinados (régimen de acumulación fordista y régimen de acumulación posfordista), está presente en algunos trabajos de la Economía Política de la Comunicación, como en Garnham (1991), que plantea los cambios del modelo del pacto entre actores políticos, económicos y mediáticos en los diferentes regímenes de acumulación y modos de regulación en el capitalismo.

En su trabajo sobre el caso televisivo, que se refiere al caso británico pero tiene algunas similitudes con los países donde se implementó el modelo de televisión comercial, Garnham (1991) plantea que el modelo clásico de televisión, como instrumento de producción y consumo masivos, se basó durante treinta años en el equilibrio entre Estado, usuarios, anunciantes y emisoras. Es decir, que la televisión tuvo un lugar clave en el modelo de acumulación y regulación fordista y dicho pacto se construyó con base en la acción estatal: el Estado garantizaba la existencia de una infraestructura para la radiodifusión y un desarrollo tecnológico paulatino y ayudaba a crear audiencias masivas, que tenían el servicio televisivo de forma gratuita, y que eran esenciales para el *marketing* fordista. Mientras que la televisión, impulsaba el consumo de los productos fordistas y era un medio para la movilización política de masas y para la formación de la opinión pública, de la que dependían los políticos. Había pues un proteccionismo estatal a la industria televisiva a cambio de proporcionar acceso a la clase política dominante y a la propaganda del Estado.

Tras la crisis y reestructuración del fordismo, este modelo dio paso al régimen de acumulación postfordista a partir de la década de los ochenta, basado en la desregulación, la privatización, la segmentación del mercado, rompiéndose

los vínculos entre las políticas de radiodifusión nacionales y los intereses de las industrias mediáticas y de telecomunicaciones, que justifican la privatización con la afirmación de que el consumidor tendrá más de donde elegir. En este nuevo modelo, los medios se vinculan al sector financiero, buscan los ingresos directos de los consumidores (restando protagonismo a la gratuidad de la radiodifusión) y exigen libertad a un Estado que antes simbolizaba el servicio de radiodifusión público. En el actual régimen de acumulación, las telecomunicaciones superaron a la radiodifusión a partir de la digitalización y los ordenadores, lo que da lugar a un mercado de la cultura y la información más segmentado y globalizado, mientras que el Estado regulador, establece formas institucionales, ya no para mantener un equilibrio entre consumidores y empresas, sino acorde a la idea de competencia y estándares de acceso a las redes de información (Garnham, 1991).

Observamos que el crecimiento de los medios ha ido a la par del desarrollo de la economía capitalista y en la fase actual, su condición de actores económicos es innegable y problemática en el sentido de que la concentración de la propiedad, y por lo tanto de la producción y distribución de bienes y servicios de comunicación que llevan en sí un ideología, está a cargo de un grupo reducido de empresas multimedia, que además tienen un estrecho vínculo con el sector financiero.

De acuerdo a Sierra (2009), la industria de la comunicación está hoy orientado por los intereses privados y la banca transnacional y las telecomunicaciones son parte vital de las estrategias financieras, de tal forma que la apropiación tecnológica es necesaria para hacer efectiva la expansión del capital. Por ende, el control de la tecnología es hoy uno de los principales instrumentos para el dominio económico mundial: “más aún, el control oligopólico de las nuevas tecnologías de la información constituye el principal factor de sostenimiento de las actuales relaciones económicas” (p.151).

Asimismo, en un contexto de convergencia tecnológica que da lugar a nuevos medios y plataformas de comunicación, se ha extendido el fenómeno de la concentración de la propiedad de medios y sistemas de telecomunicaciones y redes digitales a pesar de que hay nuevos actores mediáticos, dejando en

evidencia que ante la utopía de la diversidad lo que importa es quiénes son los propietarios de todas esas redes por donde se promueve la competencia de marcas y servicios (Becerra y Mastrini, 2017)

Podemos entender entonces que los medios de comunicación forman parte del sistema económico capitalista, por lo que se hace necesario partir de una perspectiva estructural para su análisis, que implicar observar las condiciones de propiedad y relación con el poder estatal sin evadir el reconocimiento de su condición simbólica y su capacidad de producción de sentido. En todo caso, el reconocer que los medios de comunicación existen y operan por medio de lógicas económicas, políticas e ideológicas nos permite tener una visión más completa, que buscaremos enriquecer con las aportaciones de los autores que revisaremos en el siguiente inciso, las cuales profundizan en el proceso de interacciones y uso de recursos que emplean los medios para insertarse en los espacios de poder.

c) Los medios de comunicación: interacciones en las esferas de poder y el uso de recursos

Pretendemos enriquecer el análisis teórico con aportes provenientes de la sociología y la ciencia política que, reconociendo la condición económica de los medios, plantean la influencia de éstos en los espacios de poder a partir de su condición de productores simbólicos. Es decir, no buscamos volver a la discusión de los medios como simples aparatos de dominación ideológica de la economía capitalista sino profundizar en cómo se dan las dinámicas de interacción en la lucha por el poder. Esto nos permitirá plantear, más adelante, que los medios emplean estrategias y recursos en la lucha por insertarse en los espacios de poder y ser partícipes de los acuerdos, negociaciones y confrontaciones en la totalidad social.

Debemos destacar en principio la aportación de Gramsci en el estudio de la construcción de hegemonía a partir de la ideología y la dirección cultural. En el planteamiento gramsciano, la hegemonía es construida por la clase capitalista dominante, sin embargo, también es posible construirla desde abajo, desde los

trabajadores y para ello la dirección cultural es fundamental. En este caso, haremos énfasis en la primera opción.

Gramsci (1981) plantea las relaciones de poder y la lucha por la hegemonía que permite que un bloque histórico conserve el control social⁴. La hegemonía se logra gracias a la ideología y a la dirección cultural dentro de la acción política realizada por una clase hegemónica, en la que coexisten grupos internos, que negocian para mantener la cohesión y con ello conservar el poder (Alvarez, 2016 y Lozano, 2006).

El planteamiento gramsciano ubica a la prensa, tanto en su condición privada como propiedad estatal, como parte de ese bloque hegemónico que busca imponer una ideología. En este razonamiento los medios, como integrantes del bloque histórico dominante, tienen también la capacidad para la negociación al interior de éste, pero sin negar su influencia pues todo va encaminado a mantener un sistema capitalista.

Desde un enfoque sociológico más actual, Thompson (2002) plantea una concepción de la ideología que profundiza en las relaciones simbólicas para establecer relaciones de poder. En ese sentido, las formas simbólicas transmitidas por los medios de comunicación, entre otras manifestaciones culturales, sirven para establecer relaciones de dominación en un contexto social determinado.

Sin negar la dimensión económica de los medios como organizaciones comerciales, que surgieron y se desarrollaron a la par del capitalismo y el Estado Moderno, el énfasis de Thompson está en la *mediatización* de la cultura moderna, lo que implica un mundo entrecruzado por redes institucionales de comunicación. Es decir que en las sociedades modernas en las que proliferan las instituciones y redes de transmisión, las formas simbólicas, entendidas como las acciones,

⁴ Con el *bloque histórico* Gramsci plantea que existe una relación entre la estructura (la economía) y la superestructura (la política y la ideología) en una formación económico-social, donde a las condiciones materiales de existencia le corresponden formas organizativas e ideológicas determinadas, que permiten la hegemonía de la clase dominante a nivel estructural sobre el conjunto de la sociedad (Thwaites, 1994).

gestos y rituales, textos, programas de televisión y obras de arte, se ponen a disposición de un número mayor de receptores.

Pero aunque persisten los medios culturales tradicionales, las formas simbólicas llegan a un mayor número de personas gracias a los medios electrónicos, los cuales tienen más visibilidad. Ello permite que los medios moldeen “los maneras en que se producen, transmiten y reabren las formas simbólicas en la sociedad moderna: como los modos en que los individuos experimentan acciones y hechos espacial y temporalmente alejados” (Thompson, 2002, p. XXVIII). Por tanto, su poder está en su capacidad de mediar los significados simbólicos que llegan a la sociedad pues si bien no rompen con la cultura tradicional, sí forman parte de su transformación y eso conlleva nuevas formas de interacción, o lo que se denomina, *impacto interaccional de los medios técnicos*⁵ (Thompson, 1998).

Dichas formas de interacción tienen efectos importantes toda vez que los medios pueden *representar* a personajes y grupos que, físicamente, están lejos de los receptores, dándoles visibilidad a estos actores en sus contenidos informativos, por ejemplo. Este aspecto ha sido un recurso para la clase política, ya que “en la era de la comunicación de masas, la política es inseparable del arte de administrar la visibilidad (oportunidades políticas y riesgos políticos” (Thompson, 2002, p. XXX). En esa idea, la política actual se representa bajo un estilo en el que la comunicación “es indispensable para el funcionamiento de la democracia masiva, en el sentido descendente -del político al electorado por medio de los medios- y en el sentido ascendente -de la opinión pública a los políticos- mediante los sondeos” (Wolton, 1998, p. 35).

Además, esa búsqueda de visibilidad, tanto en periodos electorales como en el gobierno, es fundamental para los políticos ya que da lugar a un tipo de colaboración cómoda en sociedades donde prevalece el sistema privado de

⁵ El impacto interaccional de los medios técnicos que plantea Thompson se da a partir de cuatro dimensiones: interacción a través del tiempo y del espacio, representación de otros que están en lugares distantes, respuesta a otros que se encuentran distantes y organización social de la actividad de recepción.

medios y donde “la tarea de dirigir la visibilidad de los líderes políticos consiste en controlar de manera indirecta, confiando menos en la censura abierta que en la cooperación mutua, el acceso y la autocensura de las organizaciones de noticias que tienen algo que ganar adoptando una actitud conciliadora” (Thompson, 1998, p. 187).

El poder se asocia a diferentes tipos de acción, pues las interacciones producidas por los medios no dan lugar a relaciones inmóviles sino a nuevas formas de acción e interacción en la que los fenómenos sociales pueden ser vistos como acciones con propósitos llevadas a término en contextos sociales estructurados. Es decir, dentro de un conjunto de circunstancias hay campos de interacción entre los que se dan relaciones de poder.

Según Bourdieu (2009), un *campo* se define de acuerdo a lo que está en juego y a sus intereses específicos. Para su funcionamiento es necesario que haya gente dispuesta a jugar, la cual deberá estar dotada de los *habitus*, el conocimiento y reconocimiento de las leyes del juego. Por lo tanto, la estructura de un campo “es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha o, si ustedes prefieren, de la distribución del capital específico que ha ido acumulado durante las luchas anteriores y que orienta las estrategias ulteriores” (p. 136).

El campo es entonces “un espacio social estructurado y estructurante compuesto por instituciones, agentes y prácticas” (Vizcarra, 2002, p. 57). Al interior de estos campos, los individuos ocupan posiciones de acuerdo a sus recursos, de tal forma que esa posición ocupada por los individuos en un campo o institución, está relacionada de acuerdo a Thompson (1998) con el poder, entendido como

la capacidad para actuar de acuerdo a los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados. Al ejercer el poder, los individuos emplean los recursos que tienen a su alrededor; los recursos son los medios que les permiten alcanzar sus objetivos. De ahí que mediante la acumulación de recursos de varios tipos, los individuos puedan aumentar su poder (p. 29).

Por tanto, una institución puede ofrecer una estructura para la acumulación y a partir de ello tener un cierto tipo de poder. Al mismo tiempo puede realizar diferentes tipos de actividad que le derivan en la posesión de otros recursos y por ende de poder (Thompson, 1998).

Retomando la estrecha relación entre el poder político y las industrias de la comunicación, Hallin y Mancini (2004) establecen un cierto paralelismo político, a partir de la interacción entre las élites mediática y política y las relaciones de poder inherentes a ello. Este paralelismo político ocurre, en mayor o menor nivel, aun en modelos políticos pluralistas y democráticos, con partidos en competencia por el poder y sistemas mediáticos que reflejan, incorporan y dan forma a dicho pluralismo, pero que también forman parte de la lucha por el poder:

En cada uno de ellos existen desigualdades estructurales en las relaciones estructuradas de las relaciones entre estos actores; algunos tienen mayor acceso a los recursos o están en una posición mejor que otros para ejercer su influencia. Los medios de comunicación no sólo forman parte de un proceso de competencia sino también de esta estructura de poder (p. 76).

En su análisis, que tiene como argumento central el paralelismo político, Hallin y Mancini, establecen tres modelos ideales de sistemas mediáticos comparados en las democracias consolidadas: modelo mediterráneo o pluralista polarizado, modelo del norte y centro de Europa o Democrático y Modelo del Atlántico Norte o Liberal⁶. No es la pretensión forzar este modelo analítico a

⁶ Hallin y Mancini (2004) plantean tres modelos ideales comparativos, que comprenden a 21 países de América del Norte y Europa, los cuales tienen las siguientes características: **Modelo Mediterráneo o pluralista pluralizado**. Se caracteriza por una prensa orientada hacia la élite con tiradas de medios impresos cortas e importancia de medios electrónicos. Libertad de empresa y formación de industrias mediáticas tardías. Alto paralelismo político ya que la prensa tiene interés primordial en temas políticos y existe instrumentación de medios por parte de gobierno, partidos políticos y empresarios industriales vinculados a la política. Profesionalización y autonomía periodistas limitadas. Disputas por poder y autoridad dentro de organizaciones. Intervención del Estado como propietario, regulador y fuente de financiación, aunque la capacidad de regular efectivamente sea limitada. Un papel importante de los partidos políticos tras transición a la democracia, continuidad del

nuestro tema de estudio ni ubicar al sistema político-mediático mexicano en algunos de estos modelos dado que éste tiene condiciones históricas y sociales específicas. Sin embargo, resulta útil señalar algunas características del modelo pluralista polarizado que reflejan la interacción del sistema mediático y el político. En ese sentido, destaca el alto paralelismo político del modelo en el que hay una alta instrumentación de los medios por parte de la clase política pero al mismo tiempo, pese al predominio de la industria privada, una intervención alta del Estado tanto como regulador como fuente de financiación, aun y cuando esa capacidad reguladora no resulta tan eficaz.

Asimismo, podemos mencionar una perspectiva en la que la interacción no se limita ya a las economías ni a los Estados nacionales, sino a las nuevas relaciones de poder enmarcadas en los cambios globales y tecnológicos. Castells (2009), señala que aun cuando las fuentes tradicionales de poder: violencia y discurso, coacción y persuasión, dominación política y enmarcado cultural no han cambiado, sí operan en un nuevo escenario condicionado por la articulación entre lo global y lo local y por la organización de la sociedad en redes.

En ese sentido, argumenta que, propiciadas por las redes centrales que estructuran la sociedad, hay relaciones de poder específicas para cada red: el monopolio de la violencia y la construcción de significado mediante los discursos,

clientelismo, y desarrollo débil de la autoridad racional-legal. En este modelo se incluyen España, Portugal, Italia, Francia y Grecia.

Modelo del Norte y Centro de Europa o Modelo Democrático Corporativo. Se caracteriza por un desarrollo temprano de libertad de prensa y la industria mediática, prensa política en coexistencia con prensa comercial, paralelismo político alto mezclado con profesionalización neutra y periodismo orientado a la información, tradición libertad de prensa e información y sistema de radiodifusión pública bajo modelo parlamentario o cívico/corporativo, representación de partidos aunque con autonomía profesional de prensa. Incluye a Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Países Bajos, Noruega, Suecia y Suiza.

El modelo del Atlántico Norte o liberal. Desarrollo temprano de la libertad de prensa y prensa de gran tirada; dominio de la prensa comercial; nivel de paralelismo político bajo y predominio de pluralismo interno, con excepción de la prensa británica que es altamente partidista. Profesionalización del periodismo importante aunque probable se limite más por presiones comerciales que por instrumentalización política. Periodismo orientado a la información. El papel del Estado es limitado en Estados Unidos (papel de mercado fuerte) pero importante en Gran Bretaña, Canadá e Irlanda en radiotelevisión pública y comercia

los cuales se fundamentan en dos recursos principales, la conexión y la programación.

La primera relación de poder correspondería inicialmente al Estado, pero dado que las redes son globales, el poder estatal encuentra límites a su capacidad coercitiva a menos que participe en redes con otros estados para, conservando su capacidad de intervención, reproducir la dominación institucionalizada del estado. Respecto al segundo elemento, los discursos de poder, Castells señala la capacidad de programación discursiva de actores de diversa índole (económica, política, privada) los cuales procesan los materiales culturales de las redes para la consecución de valores e intereses al interior de la red, lo que permite generar, difundir y poner en práctica los discursos que enmarcan la acción humana.

Estos discursos son posibles a través de una tecnología concreta: las redes de comunicación,

puesto que la mente pública -es decir, el conjunto de valores y marcos que tienen una gran visibilidad en la sociedad- es en último término lo que influye en el comportamiento individual y colectivo, la programación de las redes de comunicación es la fuente decisiva de los materiales culturales que alimentan los objetivos programados de cualquier otra red. Por otra parte, como las redes de comunicación conectan lo local y lo global, los códigos que se difunden en estas redes tienen un alcance global (Castells, 2009, p. 85).

Enmarcados en la globalización y los cambios tecnológicos en que los estados nacionales requieren adoptar estrategias para mantener la dominación institucionalizada, los sistemas de comunicación consolidan dos capacidades determinantes en las relaciones de poder: la conexión y la programación. Por lo tanto, los grandes conglomerados mediáticos se sitúan en una nueva esfera de conexión y de negociación con los intereses globales a la vez que mantienen su posición como generadores de discursos sociales. Tanto la conexión como la programación implican para los estados mantener una interacción estrecha con los actores mediáticos ya que estos son fundamentales para mantener la dominación política a partir del discurso.

En esta parte nos hemos aproximado a algunas de las perspectivas teóricas que estudian a los medios de comunicación y hemos observado las discusiones sobre sus condiciones materiales e ideológicas, lo que nos ha permitido entender las lógicas económicas, políticas e ideológicas en que se desarrollan. De igual manera, hemos observado que a partir de su doble condición, los medios se ha insertado en espacios de poder mediante su participación como actores económicos pero también al hacer uso de su capacidad para producir contenidos simbólicos que los sitúan en un marco privilegiado para interactuar con el poder político y así obtener beneficios para incrementar y mantener su poder.

En la siguiente, adoptando una perspectiva histórico estructural, buscaremos traducir esta discusión teórica a términos más concretos mediante el establecimiento de un modelo analítico, basado en la construcción de categorías que recuperan parte de estas discusiones, a fin de explicar las relaciones de interdependencia que contribuyen a establecer una determinada estructura mediática y la mediatización de los procesos políticos y sociales.

Cuadro 1.1 *Aproximaciones teóricas para el estudio de la interrelación entre las estructura mediática y el poder político.*

Autor/enfoque	Concepto	Argumento central
Horkheimer y Adorno, Teoría Crítica	Industria cultural y reproducción de ideología dominante	Creación de productos estandarizados que son extensión de economía e ideologías dominantes.
Althusser	Aparatos de Reproducción Ideológica del Estado,	Los medios forman parte de las instituciones del aparato de Estado, cuya función es la reproducción de la ideología económica dominante.
Economía Política de la Comunicación (Murdock, Garnham, Bolaño y Mastrini, entre otros).	Condición económico-ideológica de los medios	Doble dimensión de los medios: económica, para la reproducción capitalista e ideológica, para el control de información o construcción de consenso (lo que usan como recurso de negociación).
Gramsci	Hegemonía de Bloque Histórico;	La hegemonía de un bloque histórico es construida desde la ideología y la dirección cultural. Los integrantes del grupo hegemónico negocian entre sí por el poder.
Thompson	Mediatización	Los medios tienen capacidad de mediar los significados simbólicos situándose en un campo de interacción del poder.
Bourdieu	Campos	Relación de fuerzas entre los agentes de un campo en la lucha por el poder, los cuales conocen las reglas del juego y cuentan con un capital específico acumulado.
Hallin y Mancini	Paralelismo Político	Implica la instrumentación de los medios por parte del poder político y la intervención del Estado en el sistema mediático.
Castells	Redes y relaciones de poder	Estados y actores no estatales logran su dominio mediante dos fuentes de poder: la conexión (capacidad de negociación) y la programación de discursos.

Fuente: Elaboración propia a partir de: Adorno y Horkheimer (1988), Althusser (1988), Gramsci (1981), Garnham y Murdock (1973 y 1981), Bolaño y Mastrini (2002), Thompson (2000 y 1998), Bourdieu (2009), Hallin y Mancini (2004) y Castells (2009).

1.2.2 Enfoque histórico-estructural y modelo analítico para la investigación

En esta parte, presentamos los componentes del enfoque histórico-estructural para el análisis de los medios y planteamos el cuerpo analítico que nos permitirá dar una explicación a la persistencia de la concentración y el predominio de los intereses privados en los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión, a pesar de las reformas para fomentar la competencia y el fortalecimiento de los derechos sociales.

1.2.2.1 Elementos de análisis del modelo histórico estructural para el estudio de los medios

Sánchez R. (1991) plantea un enfoque histórico estructural⁷ para el análisis de los medios de comunicación que establece “algunos elementos para el análisis de los procesos históricos, sociales e institucionales que constituyen a los medios, de los que ellos producen y a su vez múltiples articulaciones y mediaciones” (pp.31-32). Dicho modelo establece cuatro elementos para un análisis sistemático: nivel de análisis, dimensiones, zonas de articulación y mediaciones, ya que parte de la idea de que el ámbito de la comunicación se conforma por conjunto complejo de elementos con múltiples dimensiones, relaciones y determinaciones mediadoras (Del Palacio, 2014).

⁷ Este enfoque se construye a partir de una perspectiva dialéctica ya que se busca dar una explicación a un problema material y a un sistema de interacciones, oposiciones, equilibrios/desequilibrios y superaciones (Sánchez R., 1991)

Cuadro 1.2 *Componentes del enfoque histórico-estructural para el análisis de los medios de comunicación.*

Componente	Qué es	Qué observa
Nivel de análisis	La escala de observación o construcción conceptual para un objeto de estudio.	-Micro, meso, o macro. -Organizaciones, apartados, sistemas y estructuras. -Temporalidad: coyuntura, corto, mediano o larga duración.
Dimensiones	Énfasis puesto en un aspecto determinado.	Política Económica Cultural Ideológica Tecnológica Organizacional Recepción
Zonas de articulación (articulaciones de los medios con la economía o la política)	Lugares sociales contruidos en los cuales existe una articulación de dimensiones y niveles	Estado de desarrollo económico =articulación dominante/dependiente en regiones económicas/políticas del sistema mundial (sistema/mundo). Forma de Estado/régimen/gobierno=sus relaciones histórico-estructurales y coyunturales con el proceso de acumulación de capital (papel del Estado en el proceso): formas/patrones/estructuras de asignación de recursos, regulación, participación estatal. Correlaciones de fuerza entre grupos político-económico-sociales en diferentes momentos del desarrollo de los medios.
Mediaciones	Conexiones causales contruidas por el analista cuando un proceso social es influido por otro. Es decir, las articulaciones de niveles que son operacionables en variables y factores observables	1) las históricas y estructurales (estructura social, estructura política, económica y cultural) 2) las institucionales y organizacionales 3) Las tecnológicas 4) Las expresivas

Fuente: Elaboración propia a partir de Sánchez R. (1991)

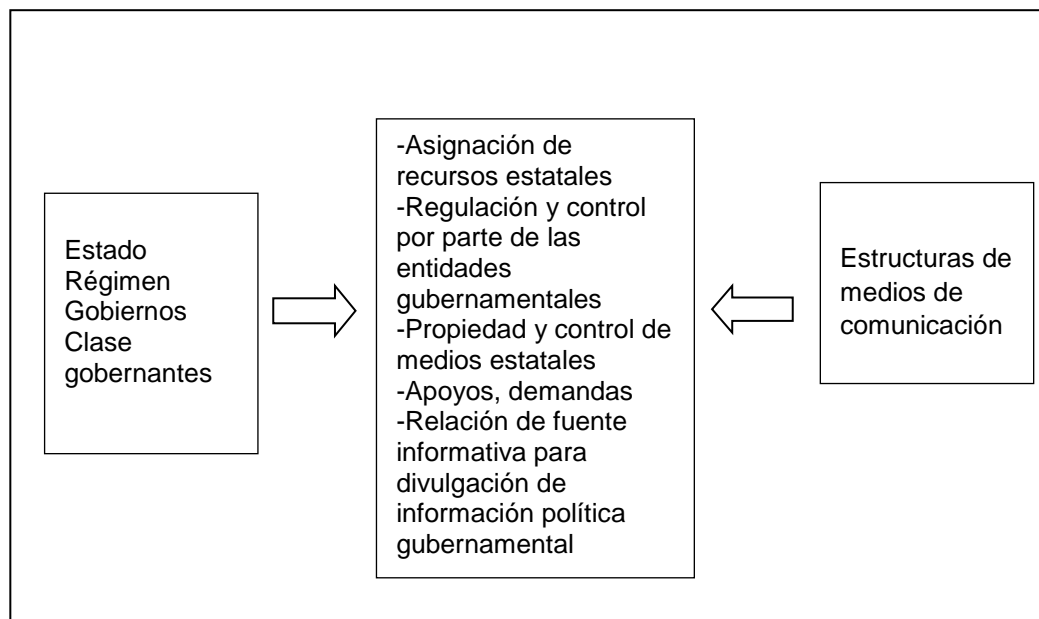
Vistos desde este modelo, los medios de comunicación se piensan como instituciones sociales y actores sociopolíticos que operan en el flujo socio histórico a partir de acciones individuales y de grupos, pero articuladas en una densa trama

con las estructuras de la sociedad: económica, política, cultural y social (Sánchez R. 2005).

Asimismo, el énfasis en el estudio histórico planteado por Sánchez R. invita a establecer condiciones históricas adecuadas a las dimensiones mediadoras a fin de poder dar una explicación a la interacción histórica. En ese sentido, asumimos que si bien nuestra investigación parte de una coyuntura específica, es fundamental la contextualización histórica ya que nos permite entender que en el modo de producción actual y las formas de organización social, los medios de comunicación surgen y tienen un papel específico que se hace preciso entender.

Con base en los componentes de este enfoque planteamos construir un modelo analítico de nivel macro con tres funciones: analiza la estructura mediática dentro de una estructura económica y una estructura política determinadas; retoma las dimensiones económica, política e ideológica simbólica de los medios y encuentra sus zonas de articulación con el poder político a través de poner el acento en los actos específicos o mediaciones, como los que se incluyen en el cuadro 1.3, para describir la interacción de los medios y el Estado.

Cuadro 1.3 Mediaciones: actos concretos en los que se visualiza la interacción entre el poder político y las estructuras mediáticas.



Fuente: Elaboración propia a partir de Sánchez R. (1991 y 2005)

1.2.2.2 Marco analítico para la investigación

Con base en la discusión teórica y en la adopción del modelo histórico estructural para el análisis de los medios que hemos realizado hasta este momento, plantaremos a continuación el cuerpo analítico que nos permitirá dar una explicación a la persistencia de la concentración y el predominio de los intereses privados en los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión, a pesar de las reformas para fomentar la competencia y el fortalecimiento de los derechos sociales. Para ello proponemos las categorías: a) régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y las telecomunicaciones y b) poderes fácticos y su interdependencia con el poder político.

1.2.2.2.1 Régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y telecomunicaciones

Al formar parte de la estructura económica, el tema de la propiedad de los medios de comunicación y las empresas de telecomunicaciones es una cuestión central en esta investigación. Por ello, acudimos principalmente al enfoque de la Economía Política de la Comunicación que estudia las cuestiones de propiedad a partir del concepto de industrias culturales,⁸ las cuales se refieren “al conjunto de ramas, segmentos y actividades industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 1988, p. 26). Por tanto, en su calidad de industrias capitalistas, son susceptibles de ser observadas a partir de su régimen de propiedad y estructura económica y su función ideológica.

⁸ Recordemos que el concepto *industria cultural* fue acuñado por los teóricos Adorno y Horkheimer en la década de los cuarenta del siglo XX para definir a la industrialización y la masificación de los productos creados por la prensa, el cine y la radio. El cambio más notable en la nueva concepción es la pluralización del término y el cambio de la connotación negativa por una más analítica.

Para esta investigación, planteamos la categoría *régimen y estructura de propiedad* a fin de establecer la naturaleza y forma de propiedad dominantes de los medios. En esa medida asumimos en primer lugar el concepto, propio del ámbito jurídico, de *régimen de propiedad* ya que permite identificar la naturaleza legal y las condiciones de operación de los medios de radiodifusión y de las telecomunicaciones. Para ello cabe referir que en un nivel técnico, estas industrias operan a partir de un recurso nacional: el espacio radioeléctrico, que es una porción del espectro electromagnético y “la base de tecnologías de comunicación tales como la difusión de radio y televisión, la telefonía móvil, las comunicaciones móviles o los radares” (García L., 2009). Por lo tanto, para funcionar, las empresas dependen de un recurso legal del Estado: el otorgamiento de concesiones a actores privados, públicos y sociales para explotar un bien público (Álvarez, 2013).

Históricamente, la asignación de frecuencias por parte del Estado, ha estado influenciada por dos modelos de gestión del espectro que implican una mayor o menor intervención estatal:

1) el tradicional de planificación/mando/control, bajo el cual, el espectro debe ser planificado y su uso estrictamente controlado por el Estado, estableciendo qué porciones del espectro se destinan a qué usos y con qué tecnologías, y otorgando esas porciones a aquellos agentes que cumplan con determinados requisitos. 2) El modelo basado en el otorgamiento de derechos de usos exclusivos cuyo elemento común con la gestión tradicional del espectro radica en el otorgamiento de derechos de uso exclusivos y la diferencia con el primero consiste en que el mecanismo de asignación pretende trasladarse desde el ámbito gubernamental al del mercado (García L., 2009).

De manera paulatina, el primer modelo ha sido desplazado por el segundo, el cual introduce criterios legales más acordes con la economía de mercado como la asignación directa o subasta del espectro y la comercialización de éste (García L., 2009). De acuerdo a las regulaciones estatales, las concesiones para el uso del espectro se otorgan con base en la tipología de régimen de propiedad compuesta

por la propiedad privada, la propiedad pública y la propiedad comunitaria de las industrias infocomunicacionales.

Entendemos la concesión como la figura legal mediante la que se ha desarrollado la industria privada “ya que permite la explotación comercial del espacio radioeléctrico” (Solís, 2009, p. 21). La concesión es definida “como la cesión temporal de su gestión, hecha por la administración pública a favor de un particular, a efecto de que este se encargue de ella, por lo cual percibe una remuneración, sometido a la regulación, control y vigilancia del poder de policía” (Fernández R., 2002, p. 177). Podemos señalar entonces que el régimen de propiedad privada de los medios surgió a raíz del esquema de concesiones otorgadas por el Estado, por lo que éste “moldeó la estructura de propiedad en los sectores de los medios de comunicación y telecomunicaciones” (Vidal, 2015, p. 125).

Por su parte, los medios públicos operaron a partir de otra figura legal, vigente hasta antes de la reforma constitucional de 2013: los permisos, mismos que se otorgaban a instituciones (gobiernos, universidades, el Congreso Federal) y establecían el uso de recursos estatales para su operación (Solís, 2009). Los medios comunitarios, cuya cobertura se basa en el desarrollo comunitario y cultural, tampoco tenían el respaldo de una figura jurídica que les reconociera hasta antes de la reforma (Solís, 2009).

A nuestra categoría incorporamos esta noción de *régimen de propiedad* en razón de que nos permite realizar una revisión socio histórica de la conformación de las industrias de comunicación y telecomunicaciones. Sin embargo, la sola revisión de este concepto resultaría parcial y limitada por su carácter normativo, por lo que consideramos que es necesario construir una categoría analítica más amplia y agregar la noción de *estructura de los medios de comunicación* a fin de dar una explicación en términos más concretos.

El concepto *estructura de propiedad* ha sido utilizado en los trabajos de la Economía Política de la Comunicación para explicar la conformación de los sistemas de medios de comunicación y las telecomunicaciones así como los procesos de concentración en estos sectores (Mastrini y Becerra, 2006 y 2011 y

Huerta y Gómez, 2013). También ha permitido presentar un panorama sobre la estructura de los medios y telecomunicaciones en su carácter global, regional o nacional (Birkinbine et al, 2016; Reig, 2011 y McChesney, 1998).

En la estructura de propiedad de medios de comunicación y telecomunicaciones encontramos una primera dimensión que se refiere a la ordenación concreta del sistema de medios de comunicación en dos aspectos: la estructura de los medios de comunicación en tanto industrias culturales y la estructura interna de poder de las unidades empresariales (Almirón, 2006). Asimismo se entiende “cómo una serie de elementos articulados, interconectados y organizados de tal forma que la alternación de uno de ellos tendrá efectos sobre el conjunto “(Reig, 1998, p. 19).

De acuerdo a su desarrollo histórico, pueden ubicarse cambios importantes respecto a la propiedad de las industrias mediáticas, principalmente las audiovisuales, particularmente en América Latina, donde la propiedad y control, en la fase de surgimiento y consolidación, se estructuró a partir de familias con figuras patriarcales fuertes (Sinclair, 1999). A raíz de la internacionalización de los mercados, desde la década de los ochenta, los hijos de dichos patriarcas retienen el control familiar sobre los grupos pero aplican nuevas formas de administración acordes a la globalización que siguen una tendencia hacia la dispersión de los capitales y la fragmentación de la propiedad de medios, principalmente en cuatro tipos: estatal, familiar, corporaciones y social (Mastrini y Becerra, 2001 y Mastrini, 2013).

En una segunda dimensión puede observarse la conformación de industrias en términos de su presencia espacial. Para conceptualizar el sistema de medios McChesney (1998 y 2002) propone una tipología de tres niveles basada en la existencia de Grandes grupos tradicionales, Grupos dominantes de mercados regionales y Grupos dominantes de mercados domésticos nacionales y subregionales⁹. La tendencia hacia la creación de grupos mediáticos y la

⁹ Según la tipología de McChesney, en los Grandes Grupos Tradicionales se ubican empresas que operan en todo el planeta a partir del mercado estadounidense como

utilización del término permite “dar cuenta del gigantismo, de la diversidad de productos, de la competencia, de la complejidad de la organización interna y de la transnacionalización de sus estructuras productiva y distributiva” (Miguel, 1993, p. 29).

Una tercera dimensión de análisis de la estructura de los medios de comunicación y las telecomunicaciones se relaciona con la concentración de la propiedad y permite analizar la acumulación de recursos y la forma de integración de los operadores y las empresas (Bravo, 2011).

Garnham y Murdock (1973) señalan que la actual estructura concentrada de las industrias mediáticas es la última etapa de una serie de cambios organizativos en su trayectoria histórica. Es decir, que todos los medios han tenido un ciclo similar: primero, la producción a pequeña escala o personalizada. Segundo, la expansión del producto cultural con la separación de la producción, distribución y comercialización. Tercero, la tecnología propicia la industrialización y el consumo se hacen a gran escala y de manera impersonal. Cuarto, el crecimiento de la industria es afectado por el aumento de costos y la disminución de los ingresos, por lo que entran en juego el fenómeno de la concentración, la cual se produce a partir de tres procesos interconectados que aseguran la reproducción de las empresas mediáticas: integración, diversificación e internacionalización.

De acuerdo a Garnham y Murdock (1973) la integración puede darse en dos formas: horizontal, que ocurre cuando las empresas adquieren unidades adicionales al mismo nivel de producción y vertical, cuando ocurre la adquisición de unidades de producción a diferentes niveles. Ambos tipos de integración se dan mediante fusiones y adquisiciones y en las décadas finales del siglo XX hubo un auge de la tendencia a la adquisición. De esta forma, la integración horizontal ha permitido a las empresas consolidar y extender su control dentro de un sector

General Electric, AT&T, Disney, Time Warner, Sony, News Corp., Viacom, Seagram y Bertelsmann); en los grupos dominantes de mercados regionales están Dow Jones, Comcast, The New York Times, The Washington Post, Hearst, McGraw Hill, CBS, Times-Mirror, Reader's Digest, Prisa y Reuters y en el tercer nivel, se ubican los grupos Televisa de México, Cisneros de Venezuela, Globo de Brasil y Clarín de Argentina.

particular y maximizar las economías de escala y recursos compartidos. En tanto que la integración vertical ha favorecido a las empresas que, teniendo intereses en un proceso de producción, extienden sus operaciones a otras etapas como el suministro de materias primas, la provisión de equipos, organización de la distribución. Con ello, reducen la vulnerabilidad de las empresas y aumentan el control del mercado.

En la tipología de la concentración de medios de Mosco (2006) la concentración horizontal implica que la empresa de una línea de negocio comunicativa adquiere un interés mayoritario en otra operación mediática que no está ligada con el negocio original, lo que da lugar a la propiedad cruzada de medios, es decir que la empresa tiene la propiedad de dos o más medios del mismo tipo en diferentes mercados (Jiménez y Muñoz, 2008). Pero la concentración horizontal también tiene lugar cuando adquiere o invierte en un negocio ajeno a los medios de comunicación (como cadenas hoteleras o hasta equipos de futbol), una característica que se ha vuelto común en las últimas décadas por parte de los grandes medios. En tanto que en la concentración vertical, Mosco coincide con Garnham y Murdock (1973), en que consiste en extender el control sobre el proceso de producción, lo que implica “las empresas de medios se han convertido en conglomerados trasnacionales que en la actualidad rivalizan, en tamaño y poder, con empresas de cualquier industria (Mosco, 2006, p. 70).

Siguiendo con las dimensiones de concentración de Garnham y Murdock, la diversificación se refiere a la participación de las industrias mediáticas en otras empresas a fin de dar ampliar sus servicios de ocio e información, lo que les permite aumentar sus ganancias y amortiguar los efectos de recesión en un sector particular. Así se ha generado un “patrón inmensamente complejo”, en el que las empresas mediáticas “están cada vez más entrelazadas a través de inversiones conjuntas, participaciones recíprocas y juntas directivas entrelazadas”. La tercera dimensión de la concentración, la internacionalización, abarca la exportación y la inversión en otros países por parte de las empresas de comunicación, las cual

desempeñan un papel cada más importante en la consolidación de grupos mediáticos regionales y globales.

Puede observarse que la concentración de la propiedad realizada por los grandes grupos mediáticos ha optado por la integración de empresas y productos de su mismo ramo y de otros sectores y a la participación en otras fases del ciclo económico como la distribución y comercialización, lo que les da la oportunidad de maximizar la colocación de sus productos. De igual manera acuden a la diversificación de productos y servicios para ampliar la cobertura del mercado y realizan diversas estrategias para la internacionalización de sus marcas ante un contexto cada vez más global, en el que los grandes conglomerados cubren la mayor parte del mundo.

Respecto a las razones por las que las empresas impulsan estrategias de concentración, Mastrini señala que se agrupan en dos tipos: económicos y político-ideológicos:

Los motivos económicos son: la búsqueda de economías de escala y de gama, expansión a nuevas ramas o sectores, el desarrollo en nuevos mercados, la exploración de potencialidades tecnológicas en base a la convergencia de soportes de producción y emisión de las industrias infocomunicacionales, la disminución de riesgos, el incremento de la solidez financiera, la reducción de costos laborales y de adquisición de insumos, principalmente. Los motivos político-ideológicos por su parte son: la voluntad de influir en la audiencia, en el poder político y en el aparato del Estado (Mastrini, 2013, p. 258).

Finalmente podemos señalar que la tendencia a la concentración en los últimos años indica la intención de las élites mediáticas por controlar la propiedad multisectorial de la comunicación pues se ha pasado de impulsar la estrategia de integración, diversificación e internacionalización en un sector exclusivo, sea radiodifusión, telecomunicaciones, financiero o informática, para dar paso a una propiedad convergente. Es decir, que las grandes empresas buscan controlar la propiedad y los servicios de convergencia a fin de garantizar su reproducción en una etapa económica en la que la información y la comunicación son

fundamentales y ello implica concentrar no sólo la estructura sino los usuarios, audiencias e ingreso, así como asegurar su influencia sobre el poder político.

La categoría expuesta y las dimensiones que la conforman (propiedad formal de los medios, presencia espacial y concentración de la propiedad) nos permitirán analizar la conformación de los grupos económicos dominantes en la radiodifusión y las telecomunicaciones del país así como los procesos que les han permitido una trayectoria de concentración del mercado. En tanto que la siguiente categoría nos permitirá mostrar la interacción de las élites mediáticas con el poder político y la red de mutuos beneficios.

1.2.2.2 Poderes fácticos mediáticos y su interdependencia con el poder político

En el apartado de aproximaciones teóricas observamos las discusiones respecto a las dimensiones económica, política e ideológica de los medios de comunicación y cómo su condición económica los sitúa dentro del grupo hegemónico en el poder, en el que es posible que se den alianzas, disputas y negociaciones, en tanto que su capacidad de mediación, basada en la producción de contenidos simbólicos, que pueden incluir una ideología, les da la oportunidad de establecer una interacción de mutuo beneficio con el poder.

Para presentar los recursos con que cuentan los grandes medios de comunicación a los que nos referimos en esta investigación para negociar e influir en los espacios de poder a fin de obtener beneficios que garanticen su propia reproducción, retomamos el concepto de *poderes fácticos* de la ciencia política. Esto nos permite asumir a las élites mediáticas como actores que, al igual que la clase política, cuentan con recursos acumulados para alcanzar sus intereses, de tal manera que están en condiciones de interactuar con los protagonistas del poder aprovechando su pertenencia al grupo hegemónico que ejerce el poder y a su influencia social.

Entonces, la construcción de la categoría *poderes fácticos y su interdependencia con el poder político* nos permite presentar, de manera concreta, a estas élites mediáticas como actores con un repertorio de recursos económicos,

políticos e ideológicos que han sido acumulados en su desarrollo histórico, con el respaldo del poder político, y que se han usado para la presión, negociación y acuerdo con el sector público. Estos poderes fácticos mantienen su espacio en la dinámica de reproducción capitalista y por ello contribuyen a mantener el *statu quo* en el que se desenvuelven, pero también tienen capacidad para resistir o negociar la acción política, cuando sus intereses se ven amenazados.

Un rasgo especial de las políticas de regulación de los medios de comunicación es que éstos han influido en los procesos de elaboración, aprobación o rechazo de las reformas y leyes, sobre todo cuando se sienten amenazados por un mayor control estatal. En ese sentido, los grandes grupos mediáticos son actores poderosos e influyentes, con capacidad de movilizar recursos políticos, económicos e ideológicos. Por eso, la relación e interacción entre el poder estatal y los representantes de los medios de comunicación es fundamental para entender los modos de regulación del sector y entender cómo los intereses privados prevalecen o no en estas transformaciones (Becerra 2015; Esteinou y Alva, 2009; Gómez, 2008; Hills, 1986; Streeter, 1996 y Smythe, 1957).

Al poder político le corresponde regular las estructuras mediáticas y de telecomunicaciones mediante la creación de políticas. Sin embargo existen mecanismos formales e informales que, de acuerdo a Des Freedman (2005), amplían la comunidad que participa en la formulación de éstas, y que además del Estado incluye a grupos de presión corporativos, *lobbies* y organizaciones no gubernamentales (ONG). Las regulaciones y políticas para las comunicaciones, que representan la relación formal entre el Estado y las empresas, resultan en muchos casos más favorables a éstas, relegando los intereses y necesidades sociales a un segundo plano. Una de las razones de lo anterior consiste en la influencia de los grupos económicos en la elaboración de iniciativas de leyes y reglamentos y en la omisión pactada de preceptos normativos. A su vez, este influjo, sólo puede entenderse en la medida que se observe el poder que estos grupos empresariales han adquirido desde la segunda mitad del siglo XX.

La capacidad que han adquirido los grandes grupos económicos para participar e influir en el espacio público se define bajo el concepto de *poder fáctico*.

En oposición al poder político *de jure*, otorgado por las instituciones, un poder *de facto* es aquel que surge “del despliegue de recursos privados, trátese de mecanismos como el cabildeo y la corrupción, o el simple uso de la fuerza” (Casar, 2009, en línea). Por tanto, el poder fáctico, ejercido por las industrias de comunicación es “el que se ejerce fuera de los ámbitos formales, que no coincide con el aparato del Estado” (Sánchez R., 2009, p. 196)¹⁰.

En las últimas décadas, la noción de poder fáctico ha tomado relevancia en un contexto de economía de mercado, incapacidad de los Estados para ejercer sus funciones y de debilitamiento de la idea democracia como el mejor sistema de organización política (Caputo, 2011). Y ante el incremento de su capacidad de influencia, Olvera (2012) define a los poderes fácticos como:

Aquellos actores sociales, políticos y económicos que constituyeron la columna vertebral del viejo régimen y que han sobrevivido a la alternancia política en campos decisivos de la política estatal, así como aquellos actores monopólicos de mercado que impiden la competencia en el mercado, cuyo poder es tan grande que pueden determinar el comportamiento fiscal y las políticas económicas del Estado (p. 114).

Asimismo, los poderes fácticos se consideran como “actores institucionales que se autonomizan y asumen poderes políticos más allá de sus atribuciones legítimas” (Garretón, 2009, p.12). Aunque hay una diversidad de definiciones sobre los poderes fácticos¹¹, la acepción es común y eso nos permite delimitar a

¹⁰ Antes de la utilización del concepto *poderes fácticos*, González C. planteó la existencia de poderes reales con gran influencia sobre los poderes formales. Estos “verdaderos factores de poder son: a) los caudillos y caciques regionales y locales, b) el ejército, c) el clero y d) los latifundistas y los empresarios nacionales y extranjeros (González C., 1965, pp. 42-43)”.

¹¹ Otros autores plantean definiciones que coinciden en la capacidad de estos actores para influir en el poder estatal: Para Garretón (2009), los poderes fácticos son “entidades o actores que procesan las decisiones propias de un régimen político, al margen de las reglas del juego democrático” (p.12). Para Peschard (2006), los poderes fácticos son aquellos que sin ser parte del cuadro institucionalizado del poder, tienen la fuerza para condicionar el ejercicio de la acción del Estado mexicano, cuando no para amenazarlo o neutralizarlo.

los poderes fácticos como actores que gozan de una gran capacidad para influir en las decisiones de ésta en virtud de sus recursos económicos, ideológicos, de fuerza o incluso simbólicos, con el objetivo de garantizar sus intereses.

Además, existe un cierto consenso sobre los actores que en la actualidad encajan dentro de los poderes fácticos: las grandes empresas, los medios de comunicación, el narcotráfico, las iglesias y el sindicalismo (PNUD, 2004 y Estefanía, 2007). Nos interesa abordar en todo caso el poder fáctico que pueden representar los grupos de medios de comunicación y telecomunicaciones, en su doble dimensión: son grandes empresas pero también prestan servicios de información y por ende tienen un poder ideológico, discursivo y simbólico para influir en las decisiones del poder político. Por tanto, son proclives a imponer sus fines (Trejo, 2012) de tal forma que pueden tanto aprovechar las reglas legales a su favor como incurrir en prácticas ilegales para influir en el ámbito institucional (Olvera, 2012).

En esos casos pueden vetar iniciativas de corte democrático (Olvera, 2012), excluir temas de debate en la agenda pública (Caputo, 2011), imponer una agenda propia (Martínez y Mora, 2011) y hacer aparecer sus intereses como legítimos y universales (Vázquez, 2010; Sánchez R., 2009 y Fernández C, 2007). Es decir, “son capaces, esos poderes reales, de limitar la autonomía y, en casos extremos, la soberanía del Estado” (Casar, 2009, en línea).

A diferencia de los grupos de presión que no siempre tienen los recursos para hacer efectivas sus demandas (Vázquez, 2010), los poderes fácticos cuentan con recursos económicos para influir en la creación de leyes. Y en el caso de los medios de comunicación, hay una relación muy estrecha con la concentración de la propiedad, que el propio poder político contribuyó a crear, y la retribución de los grandes medios a éste, pues “contribuyen más bien a establecer un orden gobernabilidad de corte *autoritario*, legitimando intereses y acciones de élites muy particulares, imponiendo decisiones de manera no participativa, aunque con la apariencia de consensuales y legitimadas” (Sánchez R., 2009, p. 200). Pero incluso los poderes fácticos no siempre presionan; también persuaden o sugieren sus intereses (Vázquez, 2010 y Sánchez R., 2009). Es decir que aprovechando la

exposición en sus propios medios, los propietarios de las grandes empresas mediáticas “actúan a través de discursos legitimadores para lograr la aceptación de las decisiones y por el cabildeo¹² para convertir un interés privado en agenda social y luego en agenda pública” (Vázquez, 2010, p. 113).

Existen diferentes prácticas y estrategias comunes a la acción de los poderes fácticos bajo diseños democráticos formales. La estrategia más visible seguida por los poderes fácticos es el cabildeo, entendido como “el proceso mediante el cual los grupos ponen en conocimiento de los tomadores de decisiones políticas o de los diseñadores de políticas públicas sus puntos de vista con la intención de influir en sus resoluciones” (Gómez V., 2008, p. 97). Además de la anterior, Des Freedman (2005) incluye otras prácticas informales que influyen en la elaboración de normatividades como las frecuentes conversaciones entre altos funcionarios políticos y los magnates de los medios de comunicación, que sin embargo son difíciles de demostrar analíticamente. Asimismo los poderes fácticos, en el ámbito de los medios de comunicación, han encontrado una vía legal para participar en la elaboración de las políticas mediante la incursión de sus representantes en los espacios de poder político, particularmente en el poder Legislativo, lo que les permite participar en la toma de decisiones sin exponerse (Sánchez G., 2014). En México, a esta incursión en el Poder Político se le ha denominado *telebancada*, por la inclusión de familiares y representantes de los medios de comunicación en los espacios legislativos.

Sánchez R. (2006 y 1991) plantea que otra articulación entre estas esferas se da a partir de la asignación, que puede ser incluso discrecional y arbitraria, de los recursos que están bajo el control del Estado, como la infraestructura, concesiones, patrocinios y subsidios. Por su parte, las empresas están sujetas a medidas de control como el pago de impuestos y aspectos laborales.

Otra dimensión, no menos importantes, de los medios como poderes fácticos, es su rol natural como emisores de información y cobertura noticiosa de

¹² Según Vázquez (2010), en la toma de decisión que involucra al poder legislativo hay dos procesos de cabildeo: uno para ingresar el tema a la agenda y otro sobre los integrantes de las comisiones dictaminadoras para evitar que la iniciativa se congele.

alto impacto. Sánchez R. (2006) plantea que, por una parte, las instituciones gubernamentales son fuente de información principal y por ese lado, está la posibilidad del control y el ocultamiento de la información. En ese sentido, el poder político proporciona información de carácter público por medio de boletines oficiales, exclusivas y filtraciones así como la selectividad informativa en términos de lo que se da a conocer y por cuáles medios. Incluso señala que la clase política ha preferido a la televisión, específicamente a las empresas más grandes ante la percepción de que tienen más penetración y confiabilidad en las audiencias. Por su parte, los medios tienen el poder para dar visibilidad a cierta información, instituciones y personajes así como coberturas sesgadas y selectivas.

Caracterizar las élites mediáticas como poderes fácticos con recursos económicos, políticos e ideológicos nos ayuda a explicar la relación de los grupos de medios y telecomunicaciones con el poder político y su capacidad de influencia en el espacio público, particularmente en la elaboración de leyes y normatividades. Por tanto, esa capacidad, representa una clave analítica para explicar por qué una regulación que buscaba promover la competencia y la incorporación de derechos sociales, ha permitido que se mantenga un estado de cosas que consiste en el privilegio a ciertos grupos económicos.

El camino teórico recorrido en este capítulo nos permitió plantear un modelo analítico compuesto por las categorías analíticas: *a) régimen y estructura de propiedad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones* y *b) poderes fácticos y su interdependencia con el poder político*. Ellas nos permiten observar que la tendencia hacia la concentración se relaciona con la forma de organización de estos sectores y con su capacidad de influencia y mutuo beneficio en el espacio político.

Asimismo, estas categorías se relacionan entre sí a partir de sus diversas dimensiones, lo que nos permite establecer una interacción dinámica entre ambas para contar con una perspectiva que incorpore los aspectos económico, político e ideológico, reflejados en la conformación del sector y en la relación de interdependencia entre el poder político y el poder económico.

Cuadro 1.4 Categorías y dimensiones de análisis

Categoría	Definición	Dimensiones	Qué permite observar
Régimen y estructura de propiedad de medios de radiodifusión y telecomunicaciones	Organización concreta del sistema de medios de información.	Propiedad formal de los medios y telecomunicaciones	Naturaleza legal (privados, públicos, comunitarios). Propietarios (organización interna).
		Presencia espacial	Grupos Globales Grupos regionales Grupos nacionales
		Concentración de la propiedad	Acumulación de recursos y su forma de integración (integración vertical, integración horizontal, propiedad cruzada).
Poderes fácticos y su interdependencia con el poder político	Actores que, sin formar parte de la esfera política, influyen en las decisiones de ésta en virtud de sus recursos económicos, ideológicos, de fuerza o incluso simbólicos, con el objetivo de garantizar sus intereses.	Recursos económicos	Inversión de las empresas Apoyo-cooptación económica hacia representantes del poder político
		Recursos políticos	Cabildeo Representación en espacios políticos
		Recursos ideológicos-simbólicos (Discurso legitimador).	Promoción de los intereses de del sistema político y la estructura económica Promoción de sus propios intereses (como legítimos y universales).

Fuente: elaboración propia

Una vez establecidas las categorías y dimensiones de análisis, se observará el caso mexicano en los siguientes capítulos a partir de la siguiente estructura metodológica: 1) El proceso del siglo XX que llevó al estado de concentración y gran poder de los medios de comunicación y las telecomunicaciones y, 2) Los cambios del sector que obligaron a la transformación de la regulación, pero donde se mantiene la trayectoria de concentración del régimen y estructura de propiedad dada la capacidad de esos poderes fácticos.

Capítulo 2

Trayectoria de conformación y concentración de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México (1878-2000)

En este capítulo analizamos la trayectoria que siguieron, en su origen, desarrollo y consolidación, los principales grupos en las telecomunicaciones y radiodifusión en México. Dicho análisis se presenta con base en dos categorías que se relacionan de manera dinámica: *régimen y estructura de propiedad* (en sus dimensiones *propiedad formal de los medios y telecomunicaciones, presencia espacial y concentración de la propiedad*) y poderes fácticos y su interdependencia con el poder político. Ello nos permitirá explicar que, desde su construcción, estos sectores tendieron a la concentración de recursos, estrategia respaldada por la política estatal, en razón de los beneficios que ambas partes obtuvieron del modelo comunicativo monopólico y funcional al régimen político.

Este proceso tuvo lugar “en el marco de las propias reconfiguraciones del orden económico capitalista a lo largo de más de 150 años” (Alva, 2015a, p.54), por lo que la creación y el desarrollo de la radiodifusión y las telecomunicaciones, además de las particularidades señaladas, siguieron las tendencias regulatorias internacionales. Razo y Rojas (2007), plantean tres etapas en el desarrollo de las telecomunicaciones: la primera, de finales del siglo XIX hasta la Segunda Guerra Mundial, cuando las primeras empresas surgen en un régimen legal privado e inversión extranjeras. La segunda, de los años cincuenta a finales de los años ochenta, correspondiente a la nacionalización y monopolio de las telecomunicaciones. La tercera, vigente desde la década de los noventa, consiste en reformas, reprivatizaciones y nuevas formas regulatorias. Retomamos dicha periodización para presentar la trayectoria de la conformación y concentración del sistema mediático mexicano en las siguientes fases: 1) Surgimiento de las telecomunicaciones y la radiodifusión bajo el régimen privado y el apoyo estatal

(1878-1940); 2) Conformación de monopolios y una estructura mediática y de telecomunicaciones concentrada (1941-1988) y, 3) reprivatizaciones, surgimiento y concentración de los nuevos servicios de telecomunicaciones (1989-2000).

2.1 Fase uno: Surgimiento de las telecomunicaciones y la radiodifusión bajo el régimen privado y el apoyo estatal (1878-1940)

El origen de la radiodifusión y las telecomunicaciones se enmarca en el proyecto de modernización, promovido por el Estado, que tuvo lugar desde finales del siglo XIX. La modernización impulsada por el gobierno porfirista se basó en la apertura a capitales nacionales y extranjeros para promover el desarrollo industrial en áreas estratégicas como ferrocarriles, petróleo, minería y electricidad, así como telegrafía y teléfono (Gilly, 1988; Ibarra, 1995; Olmedo, 1981 y Cárdenas, 1987).

La construcción del sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión tuvo su origen en un régimen jurídico de propiedad, preeminente privado, que el Estado definió mediante la figura de concesión (Vidal, 2015). La concesión, vigente desde el régimen porfirista, y refrendada en la Constitución de 1917, se refiere el acto por el cual se concede a un particular el manejo y explotación de un servicio público o la explotación y aprovechamiento de bienes del dominio del Estado (Fraga, 1984). Al ceder la explotación de las telecomunicaciones y la radiodifusión, el Estado sentó las bases para la conformación de una estructura mediática y de telecomunicaciones predominantemente privada.

2.1.1 Orígenes de la telefonía en México

Una vez establecido el régimen de propiedad, a partir de 1878 se realizaron las primeras conexiones telefónicas y se otorgaron concesiones para la prestación del servicio a empresas telefónicas extranjeras (Cárdenas, 1987)¹³ sin que existieran “lineamientos jurídicos, excepto los de acatar las leyes y reglamentos en vigor, que

¹³ El primer enlace telefónico se realizó el 13 de marzo de 1878 entre la Ciudad de México y Tlalpan. El 16 de septiembre de ese año, se instaló la primera línea telefónica que conectó El Castillo de Chapultepec y El Palacio Nacional.

poco o nada explicaban sobre las telecomunicaciones” (Ibarra, 1995, p, 108)¹⁴. En 1881 se emitió la primera legislación: la *Ley que establece las bases para la reglamentación del ferrocarril, el telégrafo y la telefonía*, que consideraba como vías generales de comunicación a los teléfonos que unían a los estados y municipios (Álvarez, 2007). Asimismo, el gobierno mexicano apoyó el avance de las telecomunicaciones mediante la instalación de infraestructura, concesiones y exenciones fiscales “como parte de una política de fomento a la inversión privada que acaparó a las comunicaciones como ramo clave en el desarrollo económico de México” (Ibarra, 1995, p.111).

Varias empresas prestaron el servicio telefónico en las diversas regiones del país, pero sólo dos, con capital extranjero, dominaron el mercado y absorbieron a operadores menores (Alva, 2015), conformando el duopolio que controlaría las comunicaciones de esa época, y que, décadas después, se uniría para crear Telmex (Aguirre y Ortega, 2005). Una de ellas, era la Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana (CTTM), conocida como La Mexicana y filial del corporativo Bell Telephone Company, el principal operador de Estados Unidos que luego se transformaría en la trasnacional American Telephone & Telegraph Company (AT&T). La CTTM obtuvo su primera concesión telefónica en 1888 y posteriormente se hizo de los derechos, concesiones y autorizaciones de invenciones y contratos de otras empresas telefónicas. Posteriormente, en 1924, fue adquirida por la International Telephone y Telegraph Co. (ITT). La otra compañía era Teléfonos Ericsson, S.A. (Mexeric), filial de Aktiebolaget L.M. Ericsson de Suecia, que tuvo su primera concesión en 1905. Ambas empresas signaron, a principios del siglo XX, un contrato con el gobierno mexicano en el que se estableció que ninguna tendría la exclusividad o el monopolio en la prestación del servicio (Álvarez, 2007).

¹⁴ Las primeras concesiones se otorgaron a Alfred Westrup Cía (1878), ML Greenwood (1881), Compañía Telefónica Mexicana (1881), Teléfonos Ericsson (1907), entre otras. El primer cliente fue la administración pública con una red telefónica que enlazó las comisarías de policía de la capital del país con la oficina del gobierno de la capital y las secretarías federales de Gobernación y Guerra. Luego se conectaron las filiales extranjeras de bancos y empresas y miembros de la élite económica y política del régimen porfirista.

2.1.2 Surgimiento de la radiodifusión y del grupo dominante en el sector: beneficios para el régimen político

Para la década de los veinte, mientras el mercado telefónico era dominado por un duopolio extranjero, el nacimiento de la radio, en su etapa experimental,¹⁵ se caracterizó por el respaldo estatal y la irrupción de un grupo de empresarios nacionales encabezados por Emilio Azcárraga Vidaurreta¹⁶. Dicho grupo contaba con recursos económicos y políticos para, desde entonces, influir en la legislación estatal a fin de garantizar sus intereses, principalmente comerciales (Fernández C., 1982; Mejía, 1985; Sánchez R., 1991, y Velázquez, 1983).

En un escenario político aún en reconstrucción, tras los conflictos revolucionarios, la radio empezó a tomar forma a partir de 1923, al pasar de la fase experimental a un *régimen de propiedad mixto basado en la existencia de estaciones públicas y privadas* (Velásquez, 1983 y Domínguez, 2012). Ello se dio a partir de un periodo de cabildeo, negociación y experimentación (Hernández L., 1996) entre diferentes facciones en el sector político y empresarios, ya que éstos buscaban imponer el modelo privado y comercial estadounidense en la radiodifusión mexicana pese a la existencia de las primeras estaciones públicas (Navarro, 2013).

El primer *recurso de presión* de los empresarios se basó en la formación de grupos como la Liga Central Mexicana de la Radio, donde los aspirantes a radiodifusores proponían una reglamentación jurídica que dejara establecido el carácter comercial de la radio privada (Fernández, 1982). Una vez avalado el sistema privado y comercial, el Estado otorgó las primeras concesiones radiofónicas (Mejía, 2007).

¹⁵ Los pioneros de la actividad radial experimental fueron: Adolfo y Pedro Gómez Fernández en la capital del país y Constantino de Tárvana, de Monterrey, (IMER, S/F).

¹⁶ Azcárraga era representante en México de la compañía México Music Co., filial de la Radio Corporation of America (RCA,) que vendía fonógrafos y discos. También estaba ligado a miembros de la burguesía porfiriana como el banquero Patricio Milmo, con cuya hija se había casado (Sánchez R., 1991).

Uno de los concesionarios pioneros, Raúl Azcárraga Vidaurreta, lanzó, en 1923, la estación comercial CYL en sociedad con el periódico *El Universal* y atrajo a su hermano Emilio al negocio (Velázquez, 1983), quien en 1930, fundó la XEW con el apoyo de la compañía estadounidense RCA (Alva, 1988). Azcárraga creó la XEW “como un negocio, como una institución cuyo objetivo, más que científico, cultural o educativo, es económico” (Mejía, 2007, p.5) y aunque surgieron muchas otras estaciones, comerciales y oficiales, la XEW se convertiría en la más importante del país y de América Latina (Fernández C., 1982). En 1938, Emilio Azcárraga fundó la XEQ, integrada a la cadena Columbia Broadcasting System (CBS). Con estas dos cadenas, Azcárraga comenzaba a controlar la radiodifusión privada, además de representar los intereses de las cadenas estadounidenses en México (Navarro, 2013).

Por otra parte, para el poder político, la radio era eficaz en la difusión de propaganda, de tal manera que se asignaron radiodifusoras, bajo el *régimen público*, a dependencias, partidos políticos afines al gobierno y organizaciones gremiales que transmitían información gubernamental, mensajes políticos e ideológicos a la par de programación cultural (Domínguez, 2012)¹⁷. En 1929 el presidente Plutarco Elías Calles creó el Partido Nacional Revolucionario (PNR), para unificar a los grupos revolucionarios y centralizar el poder (Córdova, 1994). En su estrategia de centralización del poder, el PNR “utilizó a la prensa para el proceso corporativo del sistema” (Karam, 2000) y en el caso de la radiodifusión, empleó su estación de radio, la XEFO, para la propaganda política durante la fase de liderazgo callista y apoyó los primeros experimentos de la televisión como parte de un ambicioso proyecto propagandístico basado en la centralidad de los medios electrónicos (Mejía, 1998 y Páramo, 2002). En sentido, el partido planeaba “la

¹⁷ La radiodifusora del Partido Cívico Progresista transmitió, en 1924, la primera intervención de un candidato en campaña, Plutarco Elías Calles. La Confederación Regional Obrera Campesina (CROM) también tenía una estación y sus sindicatos afiliados “contaban con un receptor y bocinas en sus locales, donde se reunían los obreros a escuchar las pláticas que se ofrecían a través de este medio, las que se alternaban con números musicales o de entretenimiento” (Domínguez, 2012, p. 100).

creación de un modelo de televisión de partido que sirviera a sus fines proselitistas” (Hernández Lomelí, 1996, p. 7). No obstante, como se verá a continuación, los empresarios radiodifusores y los conflictos al interior del grupo político dominante influyeron en la construcción de un modelo televisivo privado, y no en uno de corte estatal, el cual se integró a la estructura corporativa del régimen de partido único por medio de la alianza con los empresarios.

2.1.3 La imposición del modelo privado frente a la política de nacionalización

Los conflictos al interior de la élite política posrevolucionaria derivaron en la expulsión de Calles y su grupo del gobierno en 1935. Tras el rompimiento del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940) y Calles, el PNR sentó las bases del corporativismo mexicano al institucionalizar a los sectores obrero y campesino en torno al proyecto cardenista mediante la creación de la Confederación de Trabajadores de México (CTM), en 1936, y la Confederación Nacional Campesina (CNC) en 1938 (Pereyra, 1979 y Partido Revolucionario Institucional, 2014, marzo 4). Asimismo, a partir de la promulgación de la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, en 1936, el gobierno cardenista promovió la incorporación del sector privado al proyecto de desarrollo nacional en una especie de corporativismo empresarial que sirvió para establecer una relación conveniente entre empresarios y Estado (Ibarra D., 2004). En 1938, Cárdenas creó el Partido de la Revolución Mexicana (PMR), que sustituyó al PNR como partido oficial y consolidó al corporativismo al afianzarse como intermediario entre el Estado y los sectores sociales, creando espacios de gestión y negociación (Zapata, 2004 y Shütze, 2009).

De acuerdo a la definición clásica de Schmitter el corporativismo es el sistema de representación de intereses en el cual, las partes constitutivas están organizadas dentro de un número limitado de categorías singulares, obligatorias, jerárquicamente ordenadas y funcionalmente diferenciadas, reconocidas o autorizadas (si no creadas) por el Estado, a las que les concede un deliberado monopolio de representación, dentro de sus respectivas categorías, a cambio de seguir ciertos controles en su selección de líderes y articulación de demandas y apoyo (1992,p. 77). En ese sentido, Shütze (2009) plantea la doble función del

corporativismo mexicano: “integrar a los diferentes sectores al proyecto posrevolucionario comprometiéndolos institucionalmente con el partido oficial y por otro lado, el partido oficial dejaba espacio para la negociación y la gestión que le facilitaba a la población la expresión de demandas y otros asuntos dentro de la estructura del Estado” (p.248).

El gobierno cardenista impulsó la ampliación del mercado interno, la nacionalización de sectores estratégicos y la protección de la industria nacional (Gilly, 1980). Aunque cabe señalar que las medidas adoptadas en las telecomunicaciones y la radiodifusión no llegaron a la nacionalización, como sí ocurrió en los ferrocarriles, la electricidad y el sector petrolero.

En el ámbito de las telecomunicaciones, Cárdenas alentó la unión paulatina de las dos compañías telefónicas que dominaban el mercado, CTTM y Teléfonos Ericsson, al señalarles, en 1936, la obligación de enlazar sus líneas y combinar sus servicios, puesto que los usuarios de una no podrían comunicarse con los usuarios de la otra (Álvarez 2013). Luego, promovió, la fusión corporativa entre ambas empresas, lo que no se logró en su administración (Aguirre y Ortega, 2005).

En el ámbito de la radiodifusión, Cárdenas canceló el proyecto de la televisión partidista (Hernández Lomelí, 1996), pero apoyó a los incipientes empresarios televisivos al facilitar los estudios de la radiodifusora del PMR, XEFO, para los experimentos del técnico Guillermo González Camarena, quien era colaborador de Emilio Azcárraga Vidaurreta y posteriormente sería promotor del modelo televisivo comercial (Mejía, 1998).

El gobierno cardenista planteaba una postura más intervencionista en el caso de la radio cuando, en 1936, proyectó el cambio de régimen jurídico de la radio privada, mediante un proyecto de expropiación y sustitución progresiva de las estaciones comerciales por un régimen estatal, el cual no maduró. Luego, pretendió establecer impuestos a los radiodifusores en la iniciativa de Ley de Vías Generales de Comunicaciones enviada al Congreso en 1937. Esta propuesta fue rechazada por Emilio Azcárraga, ya que afectaba sus planes de expansión, y finalmente se diluyó en el proceso legislativo (Fernández C., 2007)

La estrategia cardenista, aunque pudo tener indicios de dirección estatal en las telecomunicaciones y la radiodifusión, no produjo modificaciones al régimen de propiedad privada. Las escasas intenciones de una mayor participación estatal en la propiedad y la regulación enfrentaron la oposición del empresariado y en particular del que sería fundador de Televisa, Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien, desde entonces, se encargaría de evitar legislaciones que afectaran los intereses de su empresa (Fernández C., 2007).

Los gobiernos posteriores al cardenismo respondieron a una nueva lógica de poder que sustituía el caudillismo revolucionario por la institución presidencial y que profundizaba la interdependencia con el empresariado nacional. El Estado, a partir de la década de los cuarenta, se alió con las antiguas y nueva burguesías pero también con los capitales extranjeros en una coincidencia de intereses entre la clase política y las clases dominantes (González, 1979). Al promoverse la acumulación privada de capital, dejando de lado el proyecto nacional cardenista, la alianza entre el Estado y las fuerzas sociales se basó en la continuidad del corporativismo mediante la integración al poder político de organismos sociales, como sindicatos, organizaciones agrarias e incluso cámaras empresariales, lo que evitó la existencia de un pluralismo político (Pereyra, 1979). En ese marco de interacciones entre empresas y Estado, se afianzaría el carácter privado de la radiodifusión y las telecomunicaciones.

Cuadro 2.1. Fase 1: Surgimiento de las telecomunicaciones y la radiodifusión bajo el régimen privado y el apoyo estatal (1878-1940)

Categorías de análisis	Dimensiones analíticas	Radiodifusión*	Telecomunicaciones
Régimen y estructura de propiedad	Propiedad formal	Régimen mixto: privado y público	Régimen privado de propiedad
	Presencia espacial	Numerosas estaciones de radio en el país	Grupos Internacionales asentados en México (Bell-Ericsson).
	Concentración de la propiedad	Cierta competencia pero sólo una estación es la más importante (XEW)	Duopolio telefónico extranjero (Bell y Ericsson).
Poderes fácticos	Recursos económicos	Concesiones, infraestructura, publicidad, mercado.	Concesiones, infraestructura, ingresos, mercado.
	Recursos políticos	Organizaciones de radiodifusores.	Apoyo estatal normativo.
	Discurso legitimador	Derecho a propiedad privada	Modernización.

* En esta fase, la radiodifusión incluía únicamente a la radio.

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Fase dos: Conformación de monopolios y una estructura concentrada en la radiodifusión y las telecomunicaciones (1941-1980)

Derivado de las tendencias internacionales, el modelo económico adoptado en esta fase por el Estado mexicano era intervencionista y proteccionista (Camboni, 1989, p. 6). En el ámbito político, la transformación del PMR en el Partido Revolucionario Institucional (PRI), en 1946, y las políticas gubernamentales debilitaron a los sectores obrero y campesinos fortaleciendo a los grupos económicos (González, 1979). En dicho contexto, el Estado impulsó “la asociación con el capital extranjero y la acción económica gubernamental se encaminó a satisfacer los apetitos empresariales nacionales” (Novelo, 1989, p. 17). De ahí que la política proteccionista favoreció a la élite económica y al poder político, por su relación de interdependencia, mientras que los beneficios sociales sólo existieron en función de lo primero.

Bajo ese escenario se configuraron los dos principales monopolios comunicativos de México mediante: 1) la creación de Teléfonos de México y, 2) la

fundación de la televisión mexicana y la inmediata construcción del consorcio que daría origen a Televisa. El papel del Estado fue fundamental para la consolidación de estos sectores con un trayecto que, en esta fase, partió del fortalecimiento de la empresa privada (de 1940 a 1970) y derivó en un régimen de propiedad mixto, privada y estatal a partir de 1972, pero siempre con la predominancia de los actores privados monopólicos.

2.2.1 Telmex, monopolio telefónico privado.

Por varias décadas, la estructura del sector telefónico se basó en la existencia de dos compañías dominantes que competían entre sí, la CTTM y Teléfonos Ericsson, así como algunas empresas a nivel regional. Fue hasta 1947, por iniciativa de los propietarios de Ericsson y el respaldo del presidente Miguel Alemán, que se crearon condiciones para la fusión. Primero, la compañía Ericsson realizó negociaciones con el capitalista sueco, Axel L. Wenner-Green, a fin de convertirlo en socio de la nueva empresa y capitalizarse (Pérez y Tunal, 2003). Luego se creó Telmex, que absorbió la infraestructura, equipo y concesiones de Ericsson (Álvarez, 2007). También se incorporaron algunos empresarios mexicanos de tal manera que la composición accionaria de Telmex se conformó por Corporación Continental S. A., Empresa Ericsson, Bruno Paglialli, Octavio Fernández R. y José Joaquín César (Aguirre y Ortega, 2005). Posteriormente, Telmex adquirió, en 1950, la CTTM, que para entonces era propiedad de la firma estadounidense ITT, lográndose finalmente la fusión de las dos compañías (Ojeda, 2000).

Telmex absorbió a las compañías regionales, convirtiéndose en la principal empresa nacional (Ibarra, 1995). Ello implicó la formación de un monopolio natural, apoyado por el Estado, bajo la justificación, que entonces privaba en las telecomunicaciones de los países europeos, de que la existencia de un solo operador haría más eficiente el servicio y reduciría costos (Rozas y Rojas, 2010). Pero a diferencia del sector telefónico europeo, que era un monopolio estatal, mantenerlo como monopolio privado en México implicó la preeminencia del capital, predominante extranjero, que continuaba expandiéndose bajo la protección de las

leyes locales al haberse constituido como una empresa nacional (Pérez y Tunal, 2003).

La estructura interna de la empresa cambió a partir de que el Estado mexicano, que apoyaba a la clase empresarial mexicana, promovió que inversionistas nacionales adquirieran, el 20 de agosto de 1958, las acciones de los capitales extranjeros, Ericsson e ITT. La compra fue encabezada por Carlos Trouyet, Eloy Vallinay y Antonio Ruiz Galindo (Ibarra, 1995). En las décadas siguientes, Telmex se consolidó como un monopolio privado, con una estructura accionaria formada por un grupo de empresarios nacionales que tenían el control de 75 por ciento de las acciones (Briz, 2002). Eventualmente se fomentó la participación de los usuarios, quienes al contratar una línea telefónica podían adquirir acciones para capitalizar la empresa. El Estado, por su parte, facilitó la instalación de infraestructura para el mejoramiento del servicio telefónico (Ibarra, 1995).

2.2.2 El origen monopólico de la televisión y su alianza con el poder político

En la década de los cuarenta, la etapa experimental de la televisión iba dando paso a otra fase de negociación entre el poder político y los propietarios de radio que aspiraban a ingresar al ámbito televisivo (Fernández C. 2007). Los empresarios promovían el establecimiento de un régimen de propiedad privada y un modelo comercial, influenciado por el estándar estadounidense que se fundaba en el financiamiento publicitario y la programación producida por la empresa privada, a diferencia del modelo europeo en el que el Estado participaba tanto en la propiedad como en la producción de contenidos (Giordano y Zeller, 1999 y Hernández Lomelí, 1996).

Entre 1943 y 1949, presentaron solicitudes de concesión personajes de diversa índole, entre los que, de acuerdo a Domínguez (2011), estaban Cecilio Ocón, Gonzálo J. Escobar, Santiago Reachí, Julio Santoscoy, Alberto Rolland, Guillermo González Camarena, Rómulo O' Farril y Emilio Azcárraga y los norteamericanos Lee Wallace, David Young, y Lee de Forest, pionero de la radiodifusión. Asimismo, la cúpula de los radiodifusores persistió en su estrategia de presión mediante la creación de organizaciones para influir en la política

estatal. Estas asociaciones fueron “un mecanismo fundamental corporativo que negoció condiciones favorables con el gobierno, al que le convenía tener un solo interlocutor y donde generalmente se impusieron los intereses de los grandes radiodifusores” (Navarro, 2013, p. 40).

La Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR), surgida en 1941, buscaba influir en el modelo televisivo nacional (Fernández C. 2007). El primer presidente de dicha asociación fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien representaba a la parte hegemónica del sector ya que lideraba la radio y había logrado unificar a los radiodifusores en torno a lo promoción del modelo comercial. Desde esa posición, Azcárraga “aprendió el valor de combinar la estrategia de asociación, subordinación, presión y cabildeo político con inversión económica, incluso extranjera” (Navarro, 2013, p.38).

Expandiendo su estrategia, Azcárraga también creó la organización *Televisión Asociada*, conformada por los principales propietarios de radiodifusión de América Latina. El objetivo era formar un bloque y presionar a los gobiernos de la región para que aceptaran que la televisión tuviera un uso comercial (Mejía, 1985). Para ello se promovían la definición de este medio de difusión como un servicio de interés público, distinto al servicio público europeo, así como la naturaleza privada de la actividad radiofónica y el otorgamiento de licencias por tiempo indefinido (Fernández C., 2007).

Con la presión ejercida por el grupo de Azcárraga, la justificación técnica obtenida del análisis, instruida por el presidente Miguel Alemán Valdés, de los modelos televisivos vigentes: el estatal utilizado en Europa y el privado y comercial estadounidense, además de una evidente inclinación gubernamental, el modelo comercial para la televisión fue adoptado por el Estado mexicano mediante el decreto denominado *Normas técnicas que deberían observar para su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión*, publicado el 11 de febrero de 1950 en el Diario Oficial de la Federación (Mejía, 1998, p. 26). Definido el sistema televisivo, el Estado dio paso a la construcción de la estructura televisiva nacional, de régimen privado, a partir del otorgamiento de las tres primeras concesiones, entre 1949 y 1950.

Miguel Alemán otorgó, en 1949, la concesión del canal 4, XHTV, a la empresa Televisión de México S.A. de Rómulo O'Farril, empresario del sector financiero y quien unos años antes incursionó en el ámbito mediático con el periódico Novedades. El canal 4 inició sus operaciones el 1º de septiembre de 1950 con la difusión del IV informe de gobierno del presidente, considerándose el inicio formal de la televisión en México. En 1950, Guillermo González Camarena obtuvo la concesión para explotar el Canal 5 bajo las siglas XHGC y sus transmisiones de prueba iniciaron el 18 de agosto de ese año (Mejía, 1998).

Emilio Azcárraga Vidaurreta, pese al cabildeo realizado, fue el último empresario en recibir la concesión del canal 2, XEW TV, en 1950. Detrás de ello, estaría el interés del presidente Miguel Alemán Valdés, quien “sabía que debía estar en el negocio de la televisión, tanto porque ésta podía ser un arma política, como porque Azcárraga, quien desde 1939 luchaba por la concesión, había apoyado al candidato contrario a Manuel Ávila Camacho, posteriormente presidente de México y amigo de Alemán” (Páramo, 2001, p.110). En todo caso, Alemán, quien luego adquiriría una participación accionaria en el consorcio que daría lugar a Televisa, optó por respaldarse en O'Farril para no dar la concesión a su propia familia a fin de evitar un problema político (Páramo, 2001 y Fernández y Paxman, 2000).

El sistema televisivo privado y el modelo comercial, logrado gracias a la interdependencia entre el poder estatal y el económico, implicó beneficios mutuos. A la par de los obtenidos por el grupo dominante de la radiodifusión, mediante la presión y la negociación, el modelo televisivo resultaba funcional al Estado y eficiente para sus dirigentes (Robina, 1994). El caso alemanista indica también la utilización de su posición en la élite política para participar en el negocio televisivo (Fernández C., 1982). Por tanto Alemán obtuvo un doble beneficio al definir el régimen privado de la televisión: utilizar los contenidos televisivos para propaganda y lucimiento del partido hegemónico y la figura presidencial (basta recordar que su informe gubernamental inauguró la televisión mexicana) y convertirse en empresario televisivo.

En 1955 el presidente Adolfo Ruíz Cortínes avaló la fusión de los tres canales para crear una empresa, Telesistema Mexicano, S. A¹⁸., que coordinaría, bajo un sólo mando, a las tres concesionarias unificando recursos e infraestructura (Trejo, 2016, abril 11 y Olivares, 2002). De esta manera, además del predominio privado en el sector de la radiodifusión, el poder político validó la creación de un monopolio fáctico que orientaría el crecimiento televisivo hacia la concentración de recursos estatales (concesiones), tecnológicos, económicos y políticos.

Esta consolidación de los empresarios de la radiodifusión como importantes *poderes de facto* en el proceso político mexicano, se vio reflejada en la formulación de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT) en 1960, durante la presidencia de Adolfo López Mateos. Los radiodifusores dominantes, encabezados por Emilio Azcárraga, intervinieron en el proceso legislativo mediante sus organizaciones empresariales y la inclusión de sus representantes en los espacios de decisión política. La proximidad de Azcárraga con la burocracia gobernante, “creó las condiciones para que varios de los industriales de esa rama, o empleados de confianza, ocuparan puestos dentro de la administración o en cargos de elección popular postulados por el partido gobernante” (Navarro, 2013, p. 40). De esa forma, los empresarios “en el proceso de elaboración, dictaminación y discusión, contaron con el apoyo de legisladores como Rubén Marín y Kall, Moisés Ochoa Campos y José Guillermo Salas Armendáriz” (Mejía, 1985, p.28), logrando la modificación de algunos artículos que no convenían a sus intereses (Fernández, 1982).

En concreto, la *influencia* de los empresarios consiguió que, en la ley de 1960, se garantizara el derecho a la libertad de expresión para la radio y la televisión y se les otorgaran concesiones hasta por 30 años (Mejía, 1985). También lograron que la radio y la televisión pasaran de ser prestadoras de un

¹⁸En la estructura interna de Telesistema Mexicano, Emilio Azcárraga Vidaurreta fue designado presidente y Rómulo O’Farril, vicepresidente. Sus respectivos hijos, Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O’Farril Jr., fueron nombrados gerentes.

servicio público (como se les definía en la Ley de Vías de Comunicación de 1940) a prestadoras de servicio de interés público, lo que les permitía, sin intervención del gobierno, establecer tarifas publicitarias (Fernández, 2007).

Con el respaldo de la política estatal, Telesistema Mexicano se convirtió en el actor dominante del ramo a pesar de la creación, en 1959, de la primera estación pública, otorgada al Instituto Politécnico Nacional bajo la figura legal de permisionaria, el canal 11 XEIP (Reig, 2011, p.142)¹⁹. Este crecimiento, sin freno estatal, permitió que el grupo de Emilio Azcárraga tuviera participación en otros ramos y pasara, en muy poco tiempo, de ser un consorcio nacional a un *grupo regional* con intereses en mercados extranjeros. Es por ello que desde finales de los cincuenta, Azcárraga incursionó en el mercado televisivo estadounidense, donde creó las empresas Spanish International Broadcasting Company (SMC-Los Ángeles), que administraba la estación KMEX en Los Ángeles, y Spanish International Network (SIN), dedicada a proveer la programación de Telesistema Mexicano a la estaciones de habla hispana (Mejía, 1985 y Sánchez R., 1991).

Además, Azcárraga Vidaurreta incursionó, desde finales de los años sesenta, en las telecomunicaciones al crear la compañía Cablevisión,²⁰ pionera en el aún incipiente servicio de televisión por cable en el centro del país (Gómez y Sosa, 2014). Aprovechando parte de la infraestructura y contenidos de Telesistema Mexicano, Cablevisión funcionaba con una inversión mínima y sólo destinaba recursos para la compra de programas extranjeros (García, 1985). Su existencia y desarrollo se logró también en medio de la falta de reglamentación, ya que “el Estado, sin considerar la importancia de su explotación, creó el primer reglamento hasta finales de los años setenta” (García. 1985, pp. 119-120). Esta falta de acción estatal, permitió que el grupo de Azcárraga concentrara la televisión abierta comercial y la televisión restringida en la capital del país,

¹⁹ En oposición al régimen de concesiones, el permisionario no podía recibir recursos por publicidad y su operación se sujetaba al financiamiento otorgado por el Estado.

²⁰ El objetivo de Azcárraga era llegar a los hogares de personas con poder adquisitivo con la retransmisión de canales de televisión abierta, un canal en inglés y programación en español.

estrategia que persistiría en las siguientes décadas hasta cubrir el territorio nacional.

2.2.3 El impuesto de 12.5 % a radiodifusores y el intento estatal por regular el sector

Telesistema Mexicano operó como empresa monopólica durante más de una década y fue apenas el 24 de junio 1967 cuando el presidente Gustavo Díaz Ordaz, dando paso a un breve periodo de competencia en la televisión privada, otorgó dos nuevas concesiones. El canal 8 se concedió a la empresa Televisión Independiente de México (TIM), del regiomontano Eugenio Garza Sada, para transmitir en el Distrito Federal (Mejía, 1998). Esta señal, inaugurada con la transmisión del informe presidencial el 1 de septiembre de 1968, trató de restar público y publicidad a Telesistema Mexicano (Toussaint, 1998). Por su parte, la concesión del canal 13, XHDF, se otorgó a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, de Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras Radio Centro, y también comenzó transmisiones con el informe presidencial de Díaz Ordaz (Mejía, 1998). A diferencia de canal 8, canal 13 no pudo competir con Telesistema y tras cuatro años de operación fue vendido al gobierno (Olmos, 1998).

La relación de la administración de Díaz Ordaz y los empresarios radiofónicos fue contradictoria dada la aparente intención presidencial de generar competencia y ejercer una mayor regulación a través del incremento de impuestos a los radiodifusores. Sin embargo, la gestión gubernamental también implicó una mayor dependencia del poder político hacia los medios masivos para recuperar credibilidad en un momento de crisis social. En ese sentido, tras la acción violenta del Estado sobre los estudiantes en Tlatelolco, el 2 de octubre de 1968, el presidente necesitaba a los medios de comunicación para intentar mejorar su imagen (Robina, 1994). En esa lógica puede entenderse que el proceso de negociación del gobierno y los radiodifusores en la definición de un nuevo impuesto, haya producido una situación ventajosa para éstos.

Como antecedente, cabe mencionar que la *Ley de Impuestos para las empresas que explotan estaciones de radio y televisión*, de 1961, sólo establecía

que éstas debían pagar 1.25 % de sus ingresos brutos al Estado. Luego, en diciembre de 1968, se aprobó un impuesto del 25 % al pago total de los servicios prestados por las empresas que funcionaran bajo el régimen de concesiones federales, lo que incluía a la radio y la televisión. La alternativa que el Estado proponía a las compañías era colocar 49 % de sus acciones en un fideicomiso, en instituciones nacionales de crédito, a fin de que pudieran emitirse certificados de participación susceptibles de ser adquiridos por el público.

Los concesionarios rechazaron estas medidas y presionaron para revertirlas. Finalmente, el 1 de julio de 1969, tras meses de negociaciones, Díaz Ordaz emitió un decreto, que aceptaron los empresarios, en el que se agregó una tercera opción: el impuesto quedaría cubierto si las estaciones ponían a disposición del Estado, 12.5 % del tiempo de su programación para que éste lo utilizara. Las negociaciones fueron tan favorables para los radiodifusores, que ese mismo día, el presidente autorizó la expedición de nuevos títulos de concesión, para los empresarios que ya operaban radio y televisión por un tiempo adicional de 10 años (Mejía, 1985). Esta medida beneficiaba especialmente al grupo de Azcárraga ya que ratificaba la propiedad de los canales de televisión y sus estaciones de radio (Velasco, 1998-1999).

2.2.4 La participación estatal en Telmex y la creación de Televisa

La administración de Luis Echeverría (1970-1976) promovió una mayor intervención del Estado en la economía por lo que el gobierno adquirió participación social en diversas de empresas (Tello, 1978). El gobierno también buscó tener mayor influencia en la telefonía y en la televisión, aunque los resultados fueron ambiguos. Por un lado, Telmex, de ser una empresa privada se transformó en una compañía de capital mixto, mayoritariamente público. Por otra parte, en un proceso de presión-negociación con el empresariado, se creó un canal público y se realizó una infructuosa campaña de regulación que sucumbió ante el apremio de los concesionarios.

El 18 de agosto de 1972 se celebró el convenio, mediante el cual, el gobierno federal adquirió 51 por ciento de las acciones de Telmex, y con ello el control de la empresa; el 49 por ciento restante se mantuvo en manos de

inversionistas privados. De acuerdo a Rodríguez (1995), Luis Echeverría determinó la adquisición bajo el argumento de que el gobierno podía dirigir la industria ya que construyó la infraestructura de telecomunicaciones y sostenía su mantenimiento. Telmex se mantuvo como un monopolio telefónico que no se constituyó en una empresa pública. Su *régimen de propiedad pasó de privado a paraestatal*, con inversión mixta: privada y pública, y aunque a partir de ello, el Estado adquirió funciones de dirección, una parte continuó en manos de inversionistas privados.

En el ámbito de la radiodifusión, Echeverría pretendió ejercer un mayor control sobre la televisión privada, así como crear un canal operado por el gobierno. Para ello creó la Subsecretaría de Radiodifusión, dependiente de la Secretaría de Telecomunicaciones y Transportes, que entre otras cosas regularía las concesiones, sanciones y producción de programas (Fernández, 1982). En ese marco, el gobierno nacionalizó, de forma paulatina, el canal 13 con la adquisición inicial de 10% de las acciones del concesionario Francisco Aguirre. Luego, Alejo Peralta (quien se había incorporado a la sociedad en 1971), vendió su participación, 49%, al Estado. Echeverría presionó a Aguirre para que le vendiera el resto de las acciones y así contar con un canal estatal para transmitir los mensajes de gobierno y superar la crisis de credibilidad del gobierno a raíz de diversos acontecimientos (Olmos, 1998). Finalmente, el Canal 13 pasó a formar parte de la estructura estatal denominándose, primero, Canal Rural del Gobierno Federal, luego Televisión Cultural de México y más tarde, Televisión de la República Mexicana (TRM).

Ante este primer paso hacia la estatización y la intención del gobierno echeverrista de aprobar una nueva reglamentación que aumentaría el control sobre la programación y la publicidad (Fernández C. 1982), Telesistema Mexicano y Televisión Independiente se unieron, tras una competencia de apenas cuatro años (Sánchez R., 1991). De esa alianza se creó, el 28 de noviembre de 1972, Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa), presidida por Emilio Azcárraga Milmo. El 75% de las acciones de Televisa quedó en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25% restante correspondió a Televisión Independiente de México.

La fusión, sin objeción del gobierno, era aparentemente contradictoria al discurso echeverrista de ejercer mayor control sobre la industria radiofónica. En ese sentido, años después fue público que el propio Echeverría propició la unión de las empresas a cambio de un trato amigable con el gobierno (Proceso, 1980, Mayo 24).

La creación de Televisa evidenció la predominancia del régimen de propiedad privada por encima de la propiedad pública que se incorporaba a la estructura mediática, específicamente en el ámbito televisivo con los canales 13 y 22, estos últimos creados en los años ochenta (Olmos, 1998). Por tanto, a pesar del régimen de propiedad mixto, la televisión estatal se rezagó debido a condiciones técnicas, administrativas y políticas (Toussaint, 2009 y Trejo, 1985).

En el estudio de la concentración en la estructura mediática se considera que existe *concentración horizontal*, o *propiedad cruzada*, cuando una empresa posee medios de comunicación en distintos mercados y *concentración vertical* cuando controla los canales de producción y comercialización de un mercado particular (Mosco, 2006). La concentración de Televisa, para los años ochenta, correspondía ya a ambos criterios. Por una parte, tenía una concentración vertical al encargarse de los procesos de producción, comercialización y distribución de sus contenidos en México y el extranjero y de la comercialización de los productos mediáticos importados al país. Asimismo, desplegó una concentración vertical horizontal o propiedad privada al participar, y en muchos casos controlar, en otros mercados mediáticos como la televisión por cable, revistas y periódicos, radio, producción y distribución cinematográfica y producción discográfica. A ello se sumaba su participación en espectáculos, inmobiliarias, fútbol, entre otros (Trejo, 1988).

Una gran parte del poder de Televisa, se basó en esta concentración de recursos económicos y políticos, logrados gracias a su relación de interdependencia con el sector político. Este poder se fortaleció al desarrollarse como la única opción de entretenimiento e información en televisión abierta, pues por la nula o efímera competencia, adquirió un nuevo recurso: su influencia social. A pesar de presentar una visión frívola, estereotipada y

opuesta a la realidad nacional, aprendió a conquistar a los públicos con sus comedias, concursos, melodramas, el futbol y el cine nacional. En ese sentido, la programación de Televisa promovía una ideología favorable para el poder político, la cual “fascina porque se cree en ella. Pero cuando se analiza, saltan a la vista sus miserias. Se descubren sus estrategias, sus ideas; cómo entre todos sus programas se teje un discurso que propaga una visión del mundo” (Toussaint, 1985, p. 40).

Con sus noticieros, Televisa también acrecentó su capacidad de influencia tanto en el ámbito político como en el social. Al limitar y seleccionar la información que debía presentarse en pantalla, creó una “estructura de comunicación inequitativa y deformada, la cual lejos de satisfacer las necesidades de información conformó hábitos culturales e informativos degradados, pero funcionales a su propia expansión” (Gutiérrez E., 1985, p. 63). Así, el consorcio se apuntaló como el medio preferido de los mexicanos tanto para el entretenimiento como la información (Sánchez R., 1992), pese a que su “conservadurismo y defensa a ultranza del sistema político” (Toussaint, 1994, p. 129) evitó cuestionar al gobierno y promovió una imagen de país alejada de la realidad (Jiménez, 2010).

Este proceso indica la existencia de una estrategia pactada a partir de la interdependencia entre el poder político y los empresarios, la cual hizo posible la consolidación de un monopolio comercial televisivo, mientras que el poder político afianzaba su alianza con los empresarios. Ello le permitiría al gobierno y al partido hegemónico difundir lo que convenía a los intereses en la televisión privada pero también contar con un medio propio que afianzara su papel dominante en la política nacional.

Cuadro 2.2. Fase 2: Conformación de monopolios y una estructura concentrada en la radiodifusión y las telecomunicaciones (1941-1989)

Categorías de análisis	Dimensiones	Radiodifusión (Grupo dominante: Televisa)	Telecomunicaciones (Grupo dominante: Telmex)
Régimen y estructura de propiedad	Propiedad formal y organización interna.	Régimen mixto, predominantemente privado. Control y dirección patriarcal.	Régimen de propiedad privado (1947-1972). Régimen de propiedad mixto (paraestatal) (51% Estado-49%privado) a partir de 1972. Control y dirección del Estado a partir de 1972.
	Presencia espacial	Grupo Nacional-Grupo Regional	Grupo Nacional
	Concentración de la propiedad	Monopolio privado: Telesistema Mexicano (1955-1972)/Televisa (1972-1989) Concentración vertical (producción de contenidos, distribución y comercialización). Concentración horizontal o propiedad cruzada (cine, radio televisión restringida, video, revistas y periódicos, discografía).	Monopolio privado (1947-1972)/ Monopolio telefónico Paraestatal (1972-1989). Concentración vertical (redes de infraestructura, comercialización del servicio, líneas telefónicas, usuarios).
Poderes fácticos	Recursos económicos	Concesiones, infraestructura, publicidad, mercado.	Concesiones, infraestructura, ingresos y mercado.
	Recursos políticos	Organizaciones de radiodifusores. Cabildeo Representantes en espacios de poder público y burocracia Estrecha relación con el partido hegemónico y la figura presidencial	Cabildeo. Estrecha relación con el poder político.
	Discurso legitimador	Modernización, nacionalismo y Libertad de expresión.	La idea de Monopolio natural (para mejorar servicio) y nacionalismo.

Fuente: Elaboración propia

2.3 Fase 3: Reprivatizaciones, surgimiento y concentración de los nuevos servicios de telecomunicaciones (1989-2000)

Desde finales de los ochenta, los cambios en el régimen de propiedad y en la estructura mediática y de telecomunicaciones se originaron a partir de dos condiciones determinantes: por un lado, la sustitución del modelo interventor por el neoliberalismo y por otro, el paulatino desgaste del régimen político de partido hegemónico.

La recesión económica mundial derivada del agotamiento del modelo de intervención estatal agudizó los problemas económicos de México provocados por la deuda externa y la falta de productividad de las inversiones (Revueltas, 1996), la crisis fiscal estatal (Camboni, 1989) y la crisis petrolera (Novelo, 1989). Ante ello, las políticas neoliberales, promovidas por organismos financieros internacionales encontraron eco en los gobiernos mexicanos. Las recomendaciones se basaban principalmente en la reducción del gasto público, mayor libertad económica para los empresarios mediante la eliminación del control estatal a los precios, reducción de impuestos al capital, apertura a la inversión extranjera, una política cambiaria altamente flexible y la privatización de sectores económicos importantes (Anderson, 2003).

Asimismo, el PRI comenzó a perder su presencia hegemónica con la derrota en la elección al gobierno estatal de Chihuahua en 1986, la cual ganó el Partido Acción Nacional (PAN). Y aunque logró mantener el poder en la elección presidencial de 1988, la victoria de Carlos Salinas de Gortari (1888-1994) quedó en entredicho por las acusaciones de un fraude fraguado desde el Estado, con el respaldo empresarial, contra los candidatos de oposición, dando paso a una crisis de legitimidad, si bien ésta se diluiría una vez que avanzó el sexenio (Durand, 2004).

Salinas encabezó un proyecto de transformación neoliberal, que, bajo el discurso de modernización, impulsó una reforma del Estado en alianza con el sector empresarial, mismo que se benefició con la compra de las empresas estatales (Concheiro, 1996). Ello derivó en la privatización de empresas públicas en algunas de las áreas económicas en las que el Estado había intervenido de

forma activa (siderurgia, banca, telecomunicaciones, radiodifusión) y cuyo mayor efecto fue la concentración de la riqueza en unos cuantos empresarios nacionales (Harvey, 2007). El Estado, pasando de una fuerte intervención gubernamental a un papel público reducido (Mariscal y Rivera, 2005), promovió un capitalismo dirigido por el sector privado, en el que se establecieron condiciones para que “la participación dominante entre los inversionistas fuera mexicana” (Rivera E., 2007, p.14).

2.3.1 La venta de Telmex y la regulación de las telecomunicaciones

En su contexto internacional, la privatización del sector telefónico se justificó en las crisis económicas, la presión de organismos internacionales para la implementación de reformas en países en vías de desarrollo y el desgaste de la idea del monopolio natural (Razo y Rojas, 2007). También se argumentó el mejoramiento de las finanzas públicas y la inversión de capitales internos y externos en las telecomunicaciones (García A., 2004).

En México, el proceso de privatización inició el 18 de septiembre de 1989 con el anuncio del gobierno federal sobre la desincorporación de Telmex del sector público (Proceso, 1995, septiembre 17). Entre los interesados en adquirir la participación estatal estuvieron empresarios nacionales y extranjeros (Mariscal y Rivera 2007), aunque el gobierno salinista impuso como condición que todos los grupos interesados debían tener mayoría mexicana (Mariscal y Rivera, 2005). Lo que Rivera (2007) considera como un “ejemplo paradigmático de nacionalismo” fue, en todo caso, consecuencia de la relación de interdependencia entre el empresariado y el poder político.

En razón de lo anterior, el gobierno destinó recursos económicos, políticos y legales para fortalecer a la empresa y hacerla más atractiva a inversionistas nacionales. En primer lugar, realizó una reestructuración financiera de Telmex, basada en reducción de impuestos, elevación de las tarifas y disminución de la deuda, lo que beneficiaría al comprador. Mariscal y Rivera (2008) detallan que el impuesto especial que Telmex debía pagar al gobierno por cada uno de sus servicios se incorporó a los precios y se transformó en parte de los ingresos de la

compañía. Asimismo, las tarifas del servicio local se incrementaron entre 1988 y 1990, aumentando en 125% las ganancias de la empresa.

Una segunda medida consistió en resolver la oposición inicial del Sindicato de Telefonistas a la privatización de la empresa, luego de que los trabajadores protestaron y exigieron que se definieran los criterios y parámetros para participar y defender su empleo (Aguirre y Ortega, 2005). Se afirma que el propio Carlos Salinas se comprometió a evitar despidos masivos y permitir que los trabajadores adquirieran acciones de la empresa (Mariscal y Rivera, 2008). La negociación derivó en la modificación de las condiciones del contrato colectivo de trabajo, lo que provocó la reducción de las categorías salariales de 1000 a 140 a cambio de convertir a los trabajadores en socios, que adquirieron 4.4% de las acciones (Aguirre y Ortega, 2005 e Ibarra, 2005).

En tercer lugar, el Estado creó condiciones regulatorias para mantener el monopolio de Telmex durante algunos años más y fortalecerlo ante la entrada de la competencia. Para ello, en agosto de 1990, se otorgó a la empresa un nuevo título de concesión que privilegiaba a la empresa con un periodo de exclusividad en el servicio de larga distancia por siete años (Rivera E., 2007 y Silva, 2011). Este apoyo estatal contrastó con países como Brasil, Chile, El Salvador y Guatemala que liberaron el sector a la par de la privatización (Razo y Rojas, 2007). En tanto, en los países que, como México, tuvieron largos periodos de exclusividad, se caracterizaron por los altos precios para los usuarios en el servicio telefónico doméstico e internacional y han tenido más dificultades para crear un mercado competitivo (Wellenius y Townsend, 2005; citados en Razo y Rojas, 2007, p.14 y Rivera E., 2007).

Finalmente, el 13 de diciembre de 1990, la participación mayoritaria estatal de Teléfonos de México S.A. de C.V. se vendió, por 8 mil 600 millones de dólares, a la alianza conformada por Grupo Carso, la empresa estadounidense Southwestern Bell, la compañía France Cable et Radio, subsidiaria de France

Telecom, un grupo de accionistas mexicanos y el Sindicato de Telefonistas.²¹. Esta coalición jugaría un rol crucial en la privatización y en la reforma pues satisfacía “las demandas de los jugadores claves, el sector privado interno y los sindicatos” (Mariscal y Rivera, 2005, p.15).

Una vez que Telmex comenzó su nueva etapa, el 19 de enero de 1991 se designó al nuevo Consejo de Administración presidido por Carlos Slim Helú, quien, aunque poseía diversas empresas, iniciaba con ese nombramiento una trayectoria de *concentración de la propiedad* en el ámbito de las telecomunicaciones. Slim realizó numerosas adquisiciones de empresas privadas y estatales en quiebra o afectadas por la crisis de los años ochenta, siendo el paradigma del actor capitalista que se benefició de la desregulación estatal a partir de sus relaciones políticas²². Aún sin la mayoría accionaria, Slim logró el control de la empresa por acuerdo de los accionistas mexicanos que en conjunto tenían una participación 10.4 %²³. Posteriormente, Slim siguió una estrategia de recompra accionaria que paulatinamente le permitiría concentrar la estructura interna.

²¹ En la licitación para la acción Telmex se presentaron las ofertas de cuatro interesados: Acciones y Valores (una empresa de inversiones mexicana), GTE Corp., Telefónica de España y el grupo ganador, conformado por los arriba mencionados.

²² De acuerdo a Osorno (2015), Slim, en los ochenta, formó parte de la Comisión de Financiamiento y Patrimonio del PRI y acompañó en su campaña a Carlos Salinas. Iniciado el proceso de privatización fue invitado por el propio gobierno a participar en la licitación, según confirma Jaques Rogozinsky, quien fue el encargado de las privatizaciones en la administración salinista, “antes de la licitación de Telmex, de acuerdo con Rogozinsky, Slim dudaba mucho en participar. El propio Salinas de Gortari y el entonces secretario de Hacienda, Pedro Aspe, lo invitaron a que lo acompañara en una gira por Japón para hablar del tema durante el largo vuelo” (Osorio, 2015, p. 70). La relación cercana y ventajosa entre Slim y el gobierno de Salinas, redundó en un beneficio económico para el partido en el gobierno, ya el empresario “había donado grandes cantidades de dinero al PRI” (Expansión, 2017, Enero 27) al igual que otros empresarios favorecidos por la política salinista, como Emilio Azcárraga Milmo (Osorno, 2015, Toussaint, 1998 y Fernández y Paxman, 2000).

²³ La participación que adquirió del capital social de Telmex fue de 5.17 por ciento, mientras que Southwestern Bell adquirió 10 por ciento, France Telecom 5 por ciento, 4 por ciento los trabajadores de Telmex, y 5.23 por ciento correspondió a un grupo de accionistas nacionales que participaron a través de Grupo Carso, por cuenta de terceros El 70.6 por ciento estaba en las bolsas de México y Nueva York (Osorno, 2015).

Los beneficios al capital privado creados por el poder político en la regulación del sector se ven claramente definidos. En ese sentido, el apoyo estatal también consistió en garantizar que la adopción de los nuevos servicios tecnológicos (telefonía móvil e internet), comercializados a partir de la década de los noventa, beneficiaran a Telmex. Para ello, el nuevo título de concesión le permitía prestar los servicios de conducción de señales de voz, sonidos, datos, textos e imágenes; telefonía local y de larga distancia nacional e internacional; telefonía móvil en todo el país, con la única condición de que existiera otro operador, y servicios complementarios y de valor agregado (Crovi, 2009). Eso, como se verá más adelante, fue la base del conglomerado de telecomunicaciones, creado a partir de Telmex, que concentró el mercado de telefonía fija y móvil, internet y proporcionó, indirectamente, contenidos y televisión restringida²⁴.

Asimismo, después de cinco años de la privatización se aprobó, en junio de 1995, la Ley Federal de Telecomunicaciones, durante el sexenio de Ernesto Zedillo (1994-2000), la cual estableció, normativamente, la competencia en el sector mediante la adjudicación de concesiones a través de procesos de licitación del espectro radioeléctrico. Asimismo, se creó por primera vez una agencia reguladora, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) que comenzó a operar en julio de 1996. El organismo tuvo una función limitada al depender de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). Además, su injerencia se limitó al ámbito de las telecomunicaciones, sin facultad para reglamentar el sector de la radiodifusión (Culebro y González, 2013).

El proceso de privatización de Telmex evidencia la manera en la que la interdependencia entre el poder político y la clase empresarial determina las lógicas y políticas de regulación. El Estado creó las condiciones, antes y durante la venta, para que Telmex permaneciera, en los hechos, como un monopolio a pesar

²⁴ La incursión de Slim a la televisión restringida y al mercado de contenidos se ha dado mediante alianzas con otros grupos mediáticos y la producción de contenidos informativos en plataformas de internet.

de la nueva política de liberación y propició el crecimiento y consolidación de una nueva figura empresarial, Carlos Slim, en el sector de las telecomunicaciones.

2.3.2 Tv Azteca: el duopolio y las nuevas necesidades políticas

La política de privatizaciones incluyó a la televisión estatal, la cual había operado por dos décadas en medio de falta de recursos, inestabilidad administrativa, tensiones y conflictos laborales (Olmos, 1998). Los canales gubernamentales no eran imprescindibles para el poder político pues éste seguía dependiendo de los noticieros de Televisa, cuyo modelo de información era centralista, insustancial y excluyente pero sobre todo complaciente con la élite política, sin representar una amenaza al régimen político mexicano (Gutiérrez E., 1985 y Sánchez R. 1992).

Además, aunque el Estado había protegido a Televisa ante posibles competidores, el gobierno de Salinas adoptó el proyecto neoliberal de tal forma que el consorcio “no podía seguir siendo ser una empresa aislada de la competencia. Así que, cuidando de no dañarla en su control del mercado, poco a poco el Estado permitió el surgimiento de una competidora en su terreno fuerte, la señal aérea. Y de algunas otras en la televisión de paga” (Toussaint, 1998, p. 128-129).

Televisa, por su parte, había perdido credibilidad por su apoyo al partido oficial en el proceso electoral de Chihuahua en 1986 y la elección presidencial de 1988. En el primero, Televisa fue acusada por la oposición de asumir una postura a favor del PRI-Gobierno (Trejo, 1987). Mientras que en el proceso electoral presidencial dio un tratamiento privilegiado al candidato priísta, Carlos Salinas (alrededor del 85 por ciento del tiempo de la cobertura informativa) y descalificó a los candidatos de la oposición, Cuauhtémoc Cárdenas y Manuel Clouthier (Aceves, 2000).

Así que, el 14 de septiembre de 1990, la Secretaría de Gobernación anunció que se pondrían a la venta los canales 7 y 22. En abril de 1992 se informó que además se incluían el canal 13, el periódico El Nacional y la Compañía Operadora de Teatros (Cotsa). Finalmente el canal 22 salió del paquete de venta ante la presión de un grupo de intelectuales (Mejía, 1998).

Al igual que en Telmex, el gobierno incidió en el régimen y la estructura de propiedad de los canales estatales para favorecer a los futuros compradores, y en este caso, primero realizó la desincorporación de los canales 7 y 13 del Estado, pues muchas de sus repetidoras estaban bajo el régimen de permisionados, lo que impedía legalmente su venta. Para ello, el gobierno transformó Imevisión en Televisión Azteca, “una especie de paraestatal exprofeso” (Olmos, 1998, p. 25) a la que se le concesionaron 90 de las 152 repetidoras que tenía canal 13, (dejando la opción de concesionar las 62 restantes a otro actor) y 78 del canal 7.

La privatización se llevó a cabo después de un proceso de licitación de casi tres años, en el que participaron cuatro sociedades empresariales y del cual resultó elegido el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego, propietario de la cadena de artículos electrodomésticos Elektra²⁵. El 18 de julio de 1993, el gobierno informó que Radio Televisora del Centro, presentó la oferta más alta por el paquete: dos millones 500 mil pesos, 645 millones de dólares, lo que representaba 205 millones de dólares más de lo que pedía el Estado, que era 440 millones (Ortega, 1993, Julio 24).

La adjudicación a Salinas Pliego tuvo dos características importantes que evidencian el criterio económico del gobierno para definir al ganador: la gran diferencia, de más de 150 millones de dólares que éste ofreció sobre el competidor más cercano y el hecho de que era el único de los postores que no tenía experiencia en medios de comunicación (Gómez, 2004). Pero además, hay manifestaciones de una clara interdependencia entre el poder político dominante en la época y el ganador de la licitación.

²⁵ Los otros tres postores eran Corporación Medcom, representada por Adrián Sada y Clemente Serna Alvear; Proyecto Cosmovisión, por Javier Pérez de Anda, Francisco Aguirre Gómez y Javier Sánchez Campuzano y Geo Multimedia, por Guillermo, Karen y Daniel de Matteis. Por la experiencia en la radiodifusión de los anteriores, el grupo de Salinas parecía el que menos posibilidades tenía, sobre todo porque se había separado uno de sus principales accionistas, Francisco Aguirre, el primer dueño de canal 13, que se pasó a Proyecto Cosmovisión.

En primer lugar, hubo una relación de amistad entre el empresario y Raúl Salinas²⁶, hermano del presidente, quien le hizo un préstamo por 29.5 millones de dólares, utilizado en la compra de la televisora (Martínez J., 2003)²⁷. Asimismo Salinas Pliego, apenas recibida la concesión, manifestó que la política de la televisora ante el poder público no se basaría en criticar sino en contribuir a mejorar a la vez que exteriorizó su admiración por la política económica salinista ya que “nos ha puesto en el curso del verdadero progreso” (Ortega, 1993, julio 23, en línea). Por ello, la nueva televisora no representaría un obstáculo ni contrapeso informativo al régimen político. Incluso Tv Azteca se desarrolló en condiciones similares a Televisa, integrándose horizontal y verticalmente para abarcar diversos mercados mediáticos (Sánchez R., 2004).

Aunque avaló la creación de una nueva televisora privada, el poder público no cambió la tendencia de protección a Televisa mediante los recursos estatales. Por eso le otorgó las 62 concesiones que no se incluyeron en la venta de Tv Azteca, con las cuales creó la red nacional del canal 9, a partir de la infraestructura del canal 8 (Olmos, 1998). Aunque eso se entendió como un premio de consolación por no haberle permitido participar en la licitación, la presión y la capacidad de negociación de Televisa pudo notarse en el alargamiento del proceso (por tres años), que le daba un margen de crecimiento, y a que, de entre los solicitantes, Emilio Azcárraga probablemente prefería a Salinas Pliego, ya que su inexperiencia en el ramo no amenazaba su hegemonía (Fernández y Paxman, 2000).

La política estatal dio paso a un periodo de competencia formal en la televisión privada en la que Tv Azteca rivalizó con Televisa en dos de sus productos representativos, noticieros y telenovelas, y ésta, luego de la muerte de Emilio Azcárraga Milmo en 1997, emprendió una reestructuración interna y una

²⁶ Encarcelado por el gobierno zedillista por enriquecimiento ilícito y peculado.

²⁷ Salinas Pliego reconoció ante la prensa que el dinero proporcionado por Raúl Salinas era, inicialmente, una inversión en sus empresas y luego se transformó en préstamo al utilizarlo en la compra de Tv Azteca. También declaró que ningún empresario se negaría en ese tiempo a los negocios con el hermano del mandatario y que además era una distinción ser amigo del Presidente (Ortega, 1996, julio 6).

nueva estrategia de negocios. El nuevo presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Jean, sustituyó el liderazgo individual, ejercido por su padre y abuelo, por la dirección a cargo de un comité ejecutivo y una reestructuración en el área de noticieros, entre otras medidas (Guerrero, 2010).

En la estructura accionaria, la familia Azcárraga, tras la salida de los otros fundadores y la compra de diversas participaciones accionarias, había logrado el control de la empresa (Toussaint, 1998) ²⁸. Pero lo más sobresaliente de este nuevo periodo fue el, aparente, “fin de una forma de operación basada en sus nexos con el sistema político mexicano y en su forma personal de hacer negocios (...) Emilio Azcárraga Jean, impulsó una forma de dirigir acorde con los lineamientos e índices financieros internacionales pero también se desmarcó de las posiciones del PRI “(Gómez, 2004, pp.65-67). Al respecto hay que acotar que a pesar de este supuesto deslinde, Televisa mantuvo la relación con el poder político, independientemente del partido en el gobierno, y se fortaleció como un poder fáctico por su peso, cada vez mayor, en la política estatal (Sánchez R., 2009).

Pese a la competencia formal, Televisa y Tv Azteca se fortalecieron como un duopolio funcional a los intereses del poder político y como ejemplo de ello destaca la cobertura prioritaria a los candidatos priístas en las elecciones de 1994 y 1997 (Aceves, 2000). En la elección presidencial de 2000, el apoyo inicial al candidato priísta, Francisco Labastida, viró hacia el abanderado panista que se enfilaba al triunfo. La victoria de Vicente Fox inauguró una nueva fase de

²⁸ Rómulo O’Farril Jr. y Miguel Alemán Velasco renunciaron al Consejo de Administración el 21 de enero de 1991 (Rivera, 1991, enero 26). Las acciones de las familias O’Farril y Alemán fueron compradas por Azcárraga Milmo, antes de fallecer, con el apoyo del presidente Ernesto Zedillo (Fernández y Paxman, 2000.), incurriendo incluso en préstamos onerosos para mantener el nivel de ganancias (Toussaint, 1998). Tras la muerte de Azcárraga Milmo, su hijo Emilio emprendió un plan para mantener el control de la empresa con la compra a otros accionistas, como la familia Cañedo, y el desplazamiento de miembros de su propia familia y de las ex esposas de su padre. En esta etapa, Azcárraga Jean recibió el apoyo de los empresarios Asunción Arambúrozavala, entonces dueña de la Cervecería Modelo y Carlos Slim, que entraron como accionistas y posteriormente le revendieron su participación (Osorno, 2015).

alternancia electoral y un reposicionamiento de las empresas dominantes de la radiodifusión que, afianzadas como poderes fácticos, pasaron de “un trato de beneficios mutuos con el poder político (...) a procurar definir, de acuerdo con sus intereses y prioridades, las decisiones del propio gobierno en materia de comunicación social” (Trejo, 2011, en línea).

2.3.3 Concentración de los nuevos servicios de telecomunicaciones por los actores dominantes

El surgimiento de los nuevos servicios de telecomunicaciones, basados en las nuevas tecnologías, afianzó la tendencia a la concentración por parte de los mismos actores dominantes, Telmex y Televisa, que con el apoyo estatal y aprovechado su condición preponderante participaron en los mercados de televisión restringida, telefonía móvil e internet.

En el ámbito de televisión restringida, la tecnología permitió la existencia de tres sistemas ofertados por diversas empresas: televisión por cable, televisión de Súper Alta Frecuencia o vía microondas (MMDS) y Direct to Home (DTH) o satelital, los dos últimos surgieron a principios de los noventa, (Huerta Wong y Gómez, 2013). Televisa, que ya brindaba el servicio de televisión por cable en la capital del país con Cablevisión, inició, en 1996, la operación de Sky bajo el sistema DTH, en copropiedad con el conglomerado estadounidense News Corporation, la brasileña O’Globo y Tele Communications Internacional Inc. (TCI). Como propietaria de los contenidos de televisión abierta que se retransmitían en la televisión restringida y dueña de los derechos de eventos deportivos, como el Mundial de Fútbol, Televisa presionó a otros competidores, principalmente a Directv, provocando incluso su salida del mercado mexicano (Gómez y Sosa, 2010). De esa forma, Televisa tuvo, con Sky, el monopolio del servicio de la televisión satelital y una presencia importante en la televisión por cable.

Asimismo, la Ley Federal de Telecomunicaciones de 1995 cambió el régimen de concesionarios de televisión por cable al de operadores de cable, lo que les dio la posibilidad de ofrecer, además del video, otros servicios incipientes, como internet y telefonía por medio de su infraestructura (Gómez y Sosa, 2010). El Estado también otorgó canales de televisión restringida, lo que permitió a Televisa

crear, en 1995, la empresa filial Televisa Networks especializada en la producción, programación, distribución y comercialización de señales de televisión restringida. Es decir, que a los cuatro canales de televisión abierta (2,4, 5 y 9) se sumaban señales de televisión restringida²⁹, para los cuales la empresa producía contenidos específicos de música, deportes, noticias y entretenimiento que ofertaba a sus audiencias y a otros sistemas de televisión restringida a la vez que retransmitía programas y películas adquiridos a empresas extranjeras³⁰.

Por otra parte, la comercialización de la telefonía móvil y el internet fueron acaparados desde un primer momento por el Grupo Carso mediante los beneficios proporcionados por la regulación estatal y el aprovechamiento de la infraestructura y redes de Telmex. En 1984, Grupo Carso obtuvo la concesión para explotar la red de servicio radiotelefónico móvil en el Área Metropolitana de la ciudad de México. En 1980 lanzó la marca Telcel que inició su operación en la ciudad de Tijuana y se extendió, en 1990, al Distrito Federal y zona metropolitana (Crovi, 2007 y 2009).

Es preciso señalar que a la par de la creación de Telcel, el Estado estableció condiciones regulatorias que permitieron que esta empresa dominara el mercado. En 1991, el gobierno licitó las primeras frecuencias para prestar el servicio de telefonía, dividiendo al país en nueve regiones y, al espectro radioeléctrico, dentro de cada región, en dos bandas. La banda B se concesionó a Telcel en las nueve regiones, mientras que la A fue asignada a operadores distintos en cada región (Iusacell operó en la capital del país y zona metropolitana, mientras que en el norte estaban Cedetel, Norcel, Baja Celular y Movitel). Eso representó una clara ventaja para que Telcel ofreciera el servicio en prácticamente todo México pues además contaba con la infraestructura de la red de telefonía fija de Telmex (García A. 2006 y Escobar, 1999). Con ello, el consorcio de Slim se consolidó en una posición dominante tanto en la telefonía fija como en la móvil.

²⁹ Eco (1988) Telehit (1993), Ritmoson (1994), Bandamax (1996), De Película (1990), Golden (1991), TLNovelas (1993), Unicable (1996), entre otras.

³⁰ La negociación por la transmisión de sus canales de televisión abierta y televisión restringida se convirtió en una de las estrategias de presión de Televisa con otros operadores. La respuesta estatal a estos conflictos interempresariales serán uno de los puntos más importantes en la reforma de telecomunicaciones de 2013-2014.

A diferencia del resto de los servicios de telecomunicaciones, el inicio del uso social de internet estuvo más ligado al ámbito educativo que al comercial, ya que fueron las universidades, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), las que impulsaron y suministraron las primeras conexiones a la red a mediados de la década de los noventa (Gutiérrez, 2006 e Islas, 2011).

El interés económico de la industria privada de telecomunicaciones por internet creció a partir de la reprivatización del sector telefónico y la posibilidad de aprovechar la infraestructura de la red de éste para otorgar el servicio de conexión. En ese sentido, las posibilidades de crecimiento de internet estuvieron estrechamente relacionadas con la calidad de líneas telefónicas y con los niveles de digitalización de las mismas (Gómez Mont, 2000).

Aprovechando la propiedad de las redes de telefonía, Telmex fue uno de los primeros proveedores de servicios de internet a través de la marca Uninet en 1994. Un año después, cambió el nombre a Internet Directo Personal de Telmex y en 1996 adquirió, de la marca estadounidense IBM y Sears, el proveedor de internet Prodigy Communications, con lo que lanzó la marca Prodigy Internet de Telmex. En muy poco tiempo, Telmex, a pesar de la existencia de otros proveedores, se posicionó como el actor dominante en el servicio de internet gracias de su infraestructura de telefonía fija (Toriz, 2010).

La irrupción de las nuevas tecnologías no implicó un cambio en la estructura concentrada de propiedad del sector ya que los nuevos servicios de telecomunicaciones surgieron bajo un régimen privado que mantuvo una tendencia a la concentración a pesar de la visión pro mercado. El apoyo estatal y los propios recursos de los actores dominantes, posicionados ya como poderes fácticos, contribuyeron a mantener la trayectoria de concentración tanto con la privatización del sector telefónico y la televisión pública como en los nuevos mercados de telefonía móvil, la televisión restringida y el servicio de internet.

Cuadro 2.3. Fase 3: Reprivatizaciones y concentración de nuevos servicios de telecomunicaciones (1989-2000)

Categorías de análisis	Dimensiones	Radiodifusión (Grupo dominante: Televisa)	Telecomunicaciones (Grupo dominante: Telmex).
Régimen y estructura de propiedad	Propiedad formal y estructura interna	Régimen mixto, predominante privado. Control y dirección patriarcal hasta 1997. Dirección corporativa a partir de 1997.	Régimen privado a partir de la re privatización. Control y dirección unipersonal (Slim).
	Presencia espacial	Grupo Regional (México, EU, Centro y Sudamérica)	Grupo Nacional (hasta 2000).
	Concentración de la propiedad	Duopolio en televisión abierta	Monopolio privado del sector.
		Concentración vertical (producción de contenidos, comercialización y distribución). Concentración horizontal o propiedad cruzada (cine, televisión restringida, video, revistas, discografía).	Concentración vertical (redes de infraestructura, líneas telefónicas, usuarios). Concentración horizontal (telefonía fija, móvil, servicio larga distancia, internet).
Poderes fácticos	Recursos económicos	Concesiones, infraestructura, publicidad, mercado. Apoyo económico al partido en el gobierno para campañas.	Concesiones, infraestructura, ingresos y mercado de todo el sector. Apoyo económico al partido en el gobierno para campañas.
	Recursos políticos	Organizaciones de radiodifusores Cabildeo Representantes en espacios de poder público y burocracia. Estrecha relación con el partido hegemónico y la figura presidencial	Cabildeo Estrecha relación con el partido hegemónico y la figura presidencial.
	Discurso legitimador	Modernización, apertura y superación de crisis económica y política.	Modernización, apertura y superación de crisis económica.

Fuente: Elaboración propia.

En este capítulo hemos observado la trayectoria de conformación de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México en la que resalta la tendencia hacia la concentración por parte de los grandes consorcios mediáticos, la cual ha sido alentada por el poder político en el marco de una relación de interdependencia. Esto permitió el crecimiento y consolidación de dos grupos que dominaron la estructura mediática e influyeron de manera diversa en las políticas de comunicación del siglo XX.

Capítulo 3

Concentración mediática y la influencia de los poderes fácticos (2000-2012). Continuidades y desafíos: La Reforma de telecomunicaciones 2013-2014

En el capítulo anterior examinamos la trayectoria de conformación y concentración de las telecomunicaciones bajo el apoyo estatal. Esto permitió el crecimiento y consolidación de los grupos dominantes en el sector, a los que hemos caracterizado como poderes fácticos por su capacidad de influencia en el ámbito estatal. A partir del año 2000, las telecomunicaciones y la radiodifusión operaron bajo nuevas condiciones: el cambio del partido en el gobierno, los avances tecnológicos basados en la digitalización, la entrada de nuevos actores y una tendencia regulatoria internacional que promueve la competencia del mercado y el uso de servicios de comunicación convergentes³¹. Paradójicamente estos factores no modificaron la trayectoria de concentración del sector ni debilitaron la relación de mutua dependencia entre el poder político y el poder económico. Por el contrario, los grupos dominantes afianzaron su presencia en el mercado durante la primera década del siglo XXI con el apoyo del poder político por medio de regulaciones y resoluciones que les fueron favorables. En un marco de concentración del sector, la reforma de telecomunicaciones de 2013-2014 se planteó, en teoría, como una medida contra los monopolios y poderes fácticos.

En consonancia con lo señalado, en el presente capítulo abordaremos: 1) las continuidades en la trayectoria de concentración en el marco de un nuevo contexto político y tecnológico y 2) la aprobación de la Reforma en materia de

³¹ Servicios de voz, video y datos que se transmiten por una misma red de comunicación, mientras que antes de la digitalización, cada servicio requería su propia red.

telecomunicaciones 2013-2014 justificada en la promoción de la competencia frente a la concentración del sector.

3.1 Continuidades y profundización de la concentración en la estructura de propiedad de las telecomunicaciones y la radiodifusión (2000-2012)

La alternancia política ocurrida en el año 2000 con el triunfo del Partido Acción Nacional (PAN) implicó el fin de un régimen de partido único y el inicio de una nueva etapa de competencia electoral. En esta nueva fase, la hegemonía del PRI cedió ante un sistema político dominado por tres grandes partidos (PRI, PAN y PRD), entre cuyos efectos se destaca un mayor peso del Poder Legislativo y un proceso de negociaciones, interacciones y presiones entre las élites partidistas (Loaeza, 2008). Es decir, aumentaron los actores en el “juego político”: gobernantes y miembros de partidos, así como empresas y sociedad civil (Modoux, 2006). Pese a este nuevo contexto, persistió uno de los pilares del régimen priísta: la estrecha relación de la élite política con los consorcios mediáticos y de telecomunicaciones. Esta interdependencia permitió que los grandes grupos del sector se beneficiaran de las políticas estatales generadas durante los gobiernos panistas para mantener su dominio. A ello se sumó el aprovechamiento de las nuevas tecnologías por parte de los grupos económicos dominantes, Televisa y Telmex-Telcel, que incrementaron su participación en el mercado y tendieron a mantener la concentración de los nuevos servicios de telecomunicaciones convergentes. Estos dos factores se analizan en este apartado.

3.1.1 Estrategias de alianzas y relaciones políticas: El apoyo de los gobiernos panistas a los poderes fácticos (2000-2012)

Tal como ocurrió desde el segundo trienio del priísta Ernesto Zedillo³² (1994-2000), sus sucesores panistas, Vicente Fox (2000-2006) y Felipe Calderón (2006-

³² En la elección federal intermedia de 1997, el PRI perdió por primera vez la mayoría simple en la Cámara de Diputados, al obtener 231 escaños de los 500 que la integra. De acuerdo a Casar (2008), a partir de ello las coaliciones se hicieron necesarias para aprobar leyes ordinarias.

2012), no contaron con la mayoría en el Congreso, de tal manera que las relaciones entre partidos en el Congreso y el Ejecutivo se volvieron más complejas (Casar, 2008). Los triunfos de los partidos no priístas en los estados (para 2000 había 15 gobernadores de otros partidos) aumentaron las posibilidades de competencia electoral y plantearon nuevas relaciones con la figura presidencial (Modoux, 2006).

Desde luego, ambas situaciones incidieron en el ajuste de la relación entre el poder político y las empresas mediáticas, pues el PRI-gobierno dejó de ser el único interlocutor-negociador con los medios, ampliándose la interdependencia al resto de los partidos, principalmente el PAN y el PRD, que buscaban alcanzar triunfos electorales con el apoyo de los medios (Calleja, 2013). En esta relación, el poder político apoyó a los principales grupos mediáticos a partir de la creación de marcos institucionales que les fueran favorables. Por su parte, los medios le ofertaron espacios, en televisión, radio y prensa para propaganda partidista y gubernamental (Trejo, 2006).

Los grupos dominantes en la radiodifusión y telecomunicaciones, que para esta época habían acumulado recursos económicos y políticos para influir en el espacio público, aprovecharon los cambios políticos, la multiplicación de actores y los espacios cedidos por el panismo para aumentar su intervención en el ámbito público (Esteinou, 2008 y Villamil, 2015). Los propietarios mediáticos de las televisoras y del monopolio telefónico Telmex-Telcel mantuvieron sus relaciones con la élite política pluripartidista, así como sus estrategias de cabildeo y presión. Al implementar medidas corporativas para incrementar su presencia en el mercado de telecomunicaciones, estos grupos tuvieron una mayor concentración de la propiedad durante las administraciones panistas (2000-2012).³³. Además,

³³ Como podrá observarse en el siguiente apartado, Televisa y Telmex expandieron sus actividades comerciales en el sector de las telecomunicaciones con alianzas y adquisición de empresas de televisión restringida, redes e infraestructura de telecomunicaciones y servicios de internet. Por un lado Televisa, a través de la adquisición de empresas de televisión restringida e infraestructura (Cablecom, Cablevisión, Cablemás, Bestel), comenzó a brindar servicios de internet y telefonía fija mientras que Carlos Slim creó

emplearon, en mayor medida, los recursos legales ante las instancias reguladoras y autoridades judiciales para rechazar cualquier regulación estatal que pudiera limitar dicha concentración de la propiedad (Larrosa, 2011)³⁴.

Por su parte, la política estatal durante las administraciones panistas, ya fueran decretos presidenciales, legislaciones o resoluciones de órganos reguladores, favoreció directamente a Tv Azteca y Televisa, sobre todo a la última, en su expansión en el ámbito de las telecomunicaciones. Vicente Fox, benefició a las televisoras pese a que la Secretaría de Gobernación promovió, junto a diversos grupos sociales, la discusión de una reforma en el sector mediático (Lay, 2012). Basta recordar que en 2002, mientras se realizaba una mesa de diálogo sobre dicha iniciativa, el presidente emitió un sorpresivo decreto que reducía el tiempo oficial que los medios de radiodifusión estaban obligados a transmitir (Solís, 2009 y Lay, 2012). De esa manera, los concesionarios, que antes debían ceder hasta tres horas de programación al Estado, reducían el tiempo a 18 minutos en televisión y 35 minutos en radio. Esta política benefició a las empresas ya que tuvieron más espacios televisivos para comercializar y vender a la clase política, lo que, como veremos más adelante, influyó en un mayor gasto de las instancias estatales para publicidad en medios electrónicos.

Vicente Fox también apoyó a Tv Azteca en la toma violenta de las instalaciones de Canal CNI 40. Cabe recordar que tras un conflicto judicial, que inició en 2000 por el rompimiento de la alianza entre las dos empresas, Tv Azteca

América Móvil fusionando sus marcas Telcel, Telnoir, Infnitum y Telmex, además de aliarse con la empresa de televisión restringida Dish.

³⁴ A diferencia de lo que ocurría bajo el régimen priísta, la existencia de órganos reguladores, si bien limitados en sus funciones, y la presencia de algunas empresas competidoras, permitió una cierta vigilancia hacia el crecimiento de los principales grupos económicos. Ante los recursos e impugnaciones presentados por competidores de Televisa y América Móvil, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), la Comisión Federal de Competencia (Cofeco) y la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) debieron resolver si tales procesos fueron legales o alentaron la concentración. Sin embargo, Grupo Televisa y América Móvil utilizaron recursos legales para rebatir toda decisión contraria a sus intereses, cuyo efecto fue la obtención de resoluciones favorables y una mayor concentración.

obtuvo una resolución jurídica en diciembre de 2002, la cual consideró le era favorable. Con esa justificación, en la madrugada del viernes 27 de ese mes, un comando armado, bajo las órdenes de Tv Azteca, irrumpió con violencia en las instalaciones del Canal CNI 40, ubicadas en el Cerro del Chiquihuite, sometió a los trabajadores presentes y simuló la entrega de instalaciones de la televisora (Aguilar et al, 2002, Diciembre 28). La complicidad del Ejecutivo consistió en que en la víspera del asalto, “Fox aprobó tácitamente la intención de Salinas Pliego de acabar con la espera y ejecutar él mismo el laudo a su favor” (Aguayo, 2014, p. 87). Y después de varios días de silencio presidencial respecto a dicha invasión, Vicente Fox, al ser increpado, durante una reunión con medios, por el subdirector de Noticias de CNI Canal 40, Roberto López Agustín, respondió “¿y yo por qué?” (Proceso, 2003, enero 6).

Las televisoras además tuvieron una participación directa en la formulación de políticas públicas mediante la denominada *telebancada* al interior del Poder Legislativo (Aguayo, 2014). Por *telebancada* nos referimos al grupo de legisladores que, independientemente de los partidos políticos que los postularon, tienen vínculos con la industria de la radiodifusión, ya sea porque han formado parte, como propietarios, directivos o abogados, de empresas de comunicación o bien, defienden los intereses de éstas, principalmente de Tv Azteca y Televisa aunque también de otros medios nacionales y locales. En 2005, la presencia de legisladores afines a las televisoras, el cabildeo y la presión hacia los principales partidos políticos³⁵ permitió que, pese a la existencia en comisiones de algunas

³⁵ Para mayor información sobre los hechos ver Alva y Esteinou (2009), donde se detalla al proceso previo, durante y posterior a la aprobación de la Ley Televisa. Sobre la participación de Televisa en la creación de la ley resaltan hechos contundentes: la presentación de la iniciativa por parte del priísta Miguel Lucero, un diputado que, a decir de Trejo (2009) “nunca había presentado una iniciativa por sí mismo y solo había subido a tribuna para hablar de temas circunstanciales” (p. 75). El autor también señala que fueron despachos jurídicos contratados por Televisa los que elaboraron la iniciativa y Lucero sólo fue el medio para presentarla al pleno. En cuanto al cabildeo: 1) la reforma fue previamente pactada entre el PRI y su candidato presidencial, Roberto Madrazo con Televisa para aprobarla con presteza en la Cámara de Diputados, y 2), en la fase de dictaminación en el Senado, donde hubo un mayor rechazo a la iniciativa, Televisa y Tv

iniciativas de leyes de medios presentadas por legisladores panistas y perredistas con el respaldo de asociaciones civiles, se diera entrada y aprobación inmediata a la reforma de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Ley Federal de Radio y Televisión, conocida como Ley Televisa (Esteinou y Alva, 2009). Esta reforma, aprobada sin discusión en la Cámara de Diputados en diciembre de ese año, garantizaba el tránsito de las televisoras al ámbito de las telecomunicaciones sin tramitar nuevas concesiones y sin pagar una contraprestación al Estado y les permitía mantener el dominio en la radiodifusión, en detrimento de otros medios públicos y privados y por ende de los usuarios (Sánchez Ruíz, 2009). Es decir, permitía a los principales medios adaptarse sin costos a las nuevas dinámicas de las telecomunicaciones, manteniendo los privilegios históricamente adquiridos y garantizar, con una posición ventajosa, su participación en los mercados apuntalados por las nuevas tecnologías.

Hay que agregar que en su fase de discusión en el Senado, la reforma se aprobó en medio del proceso electoral federal de 2006. Aunque encontró un mayor rechazo entre senadores del PAN, PRD y algunos priistas, los cambios solicitados por éstos no se integraron y la Ley Televisa se aprobó en sus términos³⁶. La reforma se había impuesto a los partidos antes del inicio de los comicios como condición para respaldar mediáticamente a los candidatos presidenciales del PAN y el PRI (Lay, 2012 y Villamil, 2015). Así lo evidenció

Azteca cabildearon, incluso amenazaron, a los legisladores para evitar que la minuta se modificara. Además el presidente nacional del PAN, Manuel Espino, exigió a sus senadores aprobar la reforma en sus términos para apuntalar la campaña de Felipe Calderón (Becerril et al, La Jornada, 2006, Marzo 29).

³⁶ Algunos de estos senadores promovieron una acción de inconstitucionalidad de la Ley Televisa ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), la cual eliminó algunos de disposiciones como el pase automático de las televisoras a concesiones de telecomunicaciones, ya que, de acuerdo a la ponencia del magistrado Salvador Aguirre Anguiano, se promovía un régimen discriminatorio que beneficiaba sólo a las empresas de televisión. Sin embargo, esta fase dejó ante la opinión pública la imagen del sometimiento del poder político ante los poderes fácticos.

Santiago Creel³⁷, coordinador de los senadores panistas a inicios del sexenio calderonista:

La ley Televisa se aprobó en un clima de presión, ya que no se negoció, sino que se impuso como una acción previa a las elecciones presidenciales de 2006, “cuando los partidos estaban involucrados en una intensa campaña que requería los espacios televisivos” y ello dio como resultado una legislación “con muchos defectos” (Becerril, 2007, mayo 5, en línea).

El sexenio de Felipe Calderón inició en medio del conflicto poselectoral que cuestionaba el resultado de los comicios presidenciales de 2006, del aumento de la inseguridad y de una guerra declarada contra el narcotráfico (Meyer, 2015). Desde el inicio de su mandato Calderón implementó una política de militarización como estrategia de legitimación que, ante el rechazo de algunos sectores, buscaba tener un impacto favorable en la opinión pública (Wolf, 2011). A la par, Calderón estrechó sus lazos con las televisoras para, con su apoyo mediático, contribuir a legitimar su gobierno y su guerra contra el narcotráfico (Villamil, 2015). Éstas, mediante sus contenidos informativos y de entretenimiento, respaldaron la gestión calderonista pese a los cuestionamientos sociales por la militarización del país. Televisa impulsó en marzo de 2011, el Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia, por el cual 711 medios impresos y electrónicos pretendían autorregularse con criterios editoriales que no interfirieran en el combate a la delincuencia (Lozano, 2016). Además se llegó al grado de

³⁷ En su condición de poder fáctico, Televisa hizo uso de sus recursos para “vetar” del espacio mediático a aquellos actores que incomodaron sus intereses. Uno de ellos fue Santiago Creel, que como miembro del gabinete foxista promovió mesas de diálogo para la creación de una ley de medios; luego firmó el recurso de inconstitucionalidad de la Ley Televisa y promovió la reforma electoral de 2007 que cambiaba el modelo de comunicación política basada en la compra de spots en televisión y radio. En revancha Televisa, durante la trasmisión noticiosa del debate de la reforma energética en 2008, “borró” electrónicamente la imagen de Creel de la pantalla, quien, previamente había sido destituido como coordinador de los senadores panistas por presión de la empresa televisiva (Martínez, 2008, julio 16). Este es un ejemplo de cómo las televisoras han influido para empoderar o vetar a actores políticos, de acuerdo a sus intereses.

promocionar, con recursos públicos, a las fuerzas armadas en teleseries emitidas por Televisa y TV Azteca para mejorar la imagen de éstas ante la población (Lay, 2015)³⁸.

Los beneficios obtenidos por las televisoras de esta interacción con el poder les permitieron, en especial a Televisa, expandirse al ámbito de las telecomunicaciones. Por un lado, la Comisión Federal de Competencia (Cofeco) autorizó a Televisa la adquisición de dos compañías de televisión por cable, lo que le permitía ofertar servicios los servicios de *triple play* y avaló que impusiera sus condiciones en la venta de sus canales y contenidos de televisión abierta a otras empresas de televisión restringida (Larrosa, 2011). Asimismo, en condiciones ventajosas, el Ejecutivo le concesionó una red de fibra óptica y un bloque de 30 Mhz del espacio radioeléctrico para la prestación de servicios de telecomunicaciones (Calleja, 2013). Y, pese a la prohibición inicial, la Cofeco autorizó a Televisa la compra del 50 por ciento de Iusacell a Tv Azteca, respaldando la unión de los dos principales grupos televisivos en el ámbito de la telefonía móvil (Howard, 2012, agosto 12).

En el ámbito normativo, la influencia de los poderes fácticos televisivos durante el gobierno calderonista impidió avanzar en una reforma de medios pese a las diversas iniciativas presentadas en el Congreso por legisladores del PRD y PRI durante el sexenio y prácticamente se bloqueó la creación de una tercera cadena nacional de televisión (Lay, 2012 y Villamil, 2015)³⁹.

³⁸ La prensa escrita informó de la erogación de 118, 116,880 pesos por parte de la Secretaría de Seguridad Pública a Televisa por la grabación de la serie *El Equipo*, en la que un grupo de policías federales luchaba contra el crimen organizado (Saúl, 2011, julio 13). Asimismo, la Secretaría de Marina facilitó a Tv Azteca el uso de sus instalaciones y vehículos para la serie *La Teniente* (Animal Político, 2011, agosto 19).

³⁹ En el sexenio calderonista se planteó la posibilidad de licitar una nueva cadena nacional, la cual no llegó a concretarse. Hubo interés de varios empresarios nacionales y extranjeros por participar. Uno de los casos más conocidos fue la alianza NBC-Universal-Telemundo con el empresario farmacéutico mexicano Isaac Saba. Pero Televisa y Tv Azteca emprendieron una campaña de linchamiento en sus noticieros en contra de éste y de sus empresas hasta que lograr su desistimiento.

Cuadro 3.1. Políticas estatales que beneficiaron a los grupos dominantes de la radiodifusión y las telecomunicaciones durante los gobiernos panistas (2000-2012)

Fecha	Política-Regulación	Actores beneficiados	Cómo se beneficiaban
10 de octubre de 2002	<i>El Decretazo.</i> Decreto presidencial por el que se reduce de 12.5 a 1.5% por ciento el tiempo fiscal del Estado en medios de radiodifusión	Concesionarios de radio y televisión, sobre todo las televisoras.	Los medios comercializaron más tiempo aire a gobiernos y partidos al no tener la obligación de cederlo.
27 de diciembre de 2002	<i>El Chiquihuitazo.</i> El acto de invasión de las instalaciones del Canal 40, en el cerro del Chiquihuite, por parte de un comando armado enviado por el propietario de Tv Azteca, Ricardo Salinas Pliego. El gobierno decretó temporalmente el aseguramiento del Canal 40 y no intervino de manera eficaz.	Televisión Azteca.	Tras años de litigio y problemas económicos del dueño original, Tv Azteca reinició transmisiones el 21 de febrero de 2006.
2 de julio de 2004	<i>Decreto presidencial: Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de Televisión Terrestre A/53 de ATSC y se establece la política para la Transición a la Televisión Digital Terrestre en México.</i>	Televisa y Tv Azteca.	El acuerdo refrendó las frecuencias de las televisoras hasta 2021 sin el pago de contraprestaciones. Estableció la multiprogramación para las televisoras (contarían hasta con seis señales). Permitió la prestación de servicios adicionales de telecomunicaciones en la misma banda de frecuencias atribuidas a la televisión.
1 de Diciembre de 2005	<i>Ley Televisa.</i> Reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión.	Televisa y Tv Azteca.	La posibilidad de que las empresas de radiodifusión ofrecieran servicios adicionales sin previa licitación ni pago de derechos.
Octubre de 2006	<i>Decreto presidencial: Acuerdo de convergencia de servicios fijos de telefonía local y televisión y audio restringidos</i>	Televisa	Al concentrar 50% de la televisión de cable, Televisa tenía ventaja para ofrecer servicios de telefonía fija e internet.
2006	Autorización de la Comisión	Televisa	Con estas adquisiciones

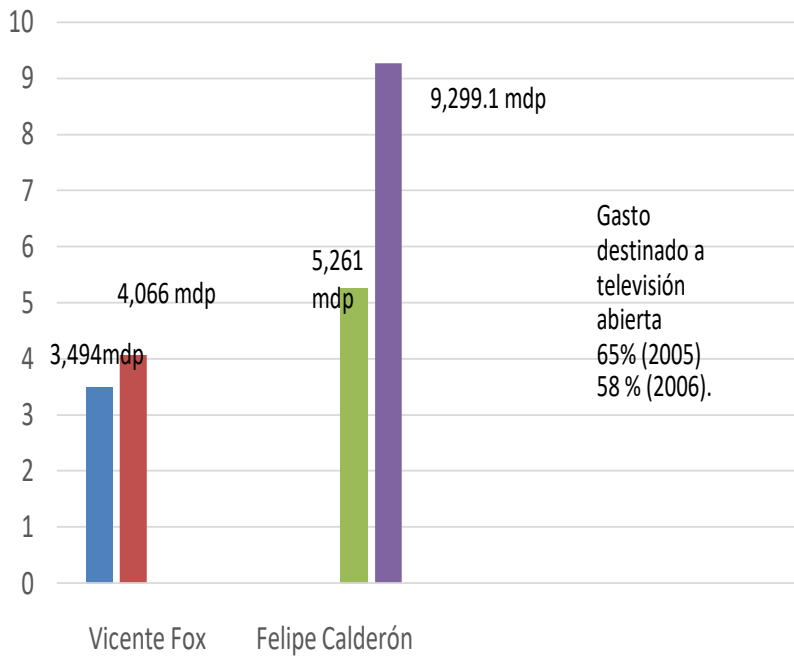
	Federal de Competencia a Televisa para la compra e Cablemás y Televisión Internacional		Televisa concentraba 53% de las televisión restringida (ya tenía Sky y Cablevisión) con el aval estatal.
2006	La resolución anterior de la Comisión Federal de Competencia también autorizó la venta empaquetada de señales de televisión abierta a los sistemas de cable.	Televisa y Tv Azteca	A pesar de la gratuidad legal de las señales de televisión abierta, el Estado avaló su venta a las empresas cableteras, Inobservancia de las nociones regulatorias internacionales <i>must carry</i> y <i>must offer</i> .
10 de junio de 2010	Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgó la concesión para explotar un par de hilos de fibra óptica de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) a la alianza empresarial conformada por Televisa, Megacable y Telefónica.	Alianza Televisa, Megacable y Telefónica.	Ofertar servicios de telefonía e internet. La concesión se otorgó por 884 millones de pesos, apenas 3% más que el precio de referencia fijado. La Auditoría Superior de la Federación en su informe del 2011 al Congreso determinó como un daño patrimonial a la Nación por el irrisorio precio con el que se ganó la licitación y el procedimiento mismo.
2010	Licitación 21. Otorgamiento de un bloque de 30 Mhz del espacio radioeléctrico a la alianza Televisa-Nextel.	Televisa	Posibilidad de crear la tercera red de telecomunicaciones para competir con Telcel y Telefónica. El precio pagado fue de 180 millones de pesos. La concesión se otorgó pese a los amparos promovidos por Lusacell.
2012	Alianza Televisa –Lusacell (propiedad de Ricardo Salinas Pliego). Presión de Televisa a la Cofeco para la autorización de la compra de 50 por ciento de Lusacell.	Televisa y Tv Azteca	Pese a ser competencia en radiodifusión, las televisoras fueron aliadas en telecomunicaciones para competir con Telcel. La alianza fue la oportunidad para Televisa de ingresar al mercado de telefonía móvil.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Aguayo (2015), Calleja, (2013), Cofeco (2007), Howard (2012), Larrosa (2011), Lay (2012), Solís (2009) y Villamil (2014).

Como se observa de manera sintética en el *Cuadro 3.1*, durante los gobiernos panistas, contrario a la expectativa de apertura democrática y cambio en las estrategias de ejercicio del gobierno en relación a los poderes privados, hay una continuidad de las relaciones de interdependencia entre el poder político y los principales grupos económicos. La élite política se benefició con apoyo mediático para su legitimación, mientras las grandes empresas de comunicación recibieron más recursos estatales que les permitieron una mayor concentración de la propiedad e influencia en la creación de regulaciones favorables a sus intereses. Podemos señalar por tanto que en los gobiernos panistas, el espacio público se mantuvo como terreno de lucha entre los grandes grupos económicos que, mediante presiones, negociaciones y cabildeo, buscan beneficiarse de la regulación estatal.

Cabe añadir que en esta fase de interdependencia, los beneficios a las empresas televisivas, además de las políticas estatales, incluyeron el incremento de los recursos del gobierno destinados a publicitarse en los medios electrónicos. En ese sentido, destaca que lo destinado por Fox en el primer año de su gobierno a la publicidad oficial (3,494 millones de pesos) casi se duplicó en el primer año de Calderón (5,261 millones de pesos) (Fundar 2013). Al finalizar el sexenio calderonista, el gasto total en publicidad oficial ascendió a alrededor de 32,000 millones de pesos, el doble de lo erogado durante el sexenio foxista, 16 mil millones de pesos (Delgado, 2012, diciembre 4). La mayor parte de dicho gasto, se erogó en la televisión abierta, beneficiándose el duopolio Televisa-Tv Azteca que concentraba 95% de las señales.

Figura 3.1 Gasto en publicidad oficial en los gobiernos panistas (2000-2012)



Fuente: Elaboración Propia con datos de Fundar (2013)

Como se observa en el Cuadro 3.1 y la Figura 3.1, los gobiernos panistas tendieron a favorecer a las principales televisoras por medio de recursos estatales de diversa índole (legales, económicos e infraestructura) y mantuvieron una mayor dependencia hacia éstas a fin de legitimarse en el ámbito social, ya que el PAN, al igual que el resto de los partidos políticos, apoyó su estrategia electoral en los medios electrónicos. En ese sentido, Televisa había dejado de ser solo el soldado de PRI y del partido gobernante, manteniendo “puentes tendidos con la izquierda, derecha y desde luego el centrista PRI” (Camacho, 2014, julio 8, en línea).

La relación entre el consorcio de telecomunicaciones de Carlos Slim y el partido gobernante fue más compleja, pues éste no mantuvo una alianza tan cercana con los presidentes panistas, sobre todo con Felipe Calderón, con quien tuvo una marcada ruptura (García, 2009, febrero 12). Las diferencias se intensificaron a partir de la fallida negociación entre Slim y el gabinete calderonista para la entrada de Telmex al mercado televisivo y los servicios de *triple play*

(Wright, 2009, junio 1). Sin embargo hay que señalar que a pesar de este aparente distanciamiento con el grupo gobernante, la condición de poder fáctico del corporativo de Slim se consolidó a partir de sus recursos económicos y fue precisamente durante el periodo calderonista, cuando Slim llegó a ser el hombre más rico del mundo, puesto que mantuvo de 2010 a 2013, aumentado su influencia en el espacio público, incluso al grado de amenazar al gobierno mexicano con sacar sus empresas de telecomunicaciones del país (Proceso, 2010, enero 26).

Las empresas que integran el conglomerado Grupo Carso tienen presencia en prácticamente todos los sectores económicos del país: industrial, con Grupo Condumex (Condumex Cables, Minera Frisco, Amortiguadores Gabriel, Industrias IEM, entre otras); comercial, con Grupo Sanborns (Sanborns, Mixup, Sears, entre otras) y servicios, por medio de Carso Infraestructura y Construcción (CICSA Ductos, Fuerza y Clima S.A., Swecomex, PC Constructores, entre otros) y América Móvil (Telmex, Telcel, Telnor, Claro). De ahí que el profesor George Grayson de la Universidad Colleague William and Mary, acuñó el término *Slimlandia* para nombrar el hecho de que las compañías de Carlos Slim están presentes en prácticamente la vida de los mexicanos (Mehta, 2007). Asimismo, las empresas de telecomunicaciones han liderado el mercado bursátil, superando por mucho el valor de mercado de Televisa (Espinosa 2011, febrero 28).⁴⁰

Sin embargo, Slim tiene una desventaja frente a las televisoras y por ende, en sus condiciones de negociación con el poder político: la propiedad en televisión y la producción audiovisual. Como ya observamos en el capítulo anterior, los contenidos televisivos no sólo permitieron a Televisa su crecimiento económico e internacionalización sino una influencia importante en la población y en el poder

⁴⁰ Con base en la información de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), Espinosa (2011, febrero 28) compara que al cierre de 2005, América Móvil tuvo un valor de mercado de 562,679 mdp y en 2010 duplicó su valor a 1,429,480 mdp, manteniéndose como líder del mercado bursátil e incrementando su valor en 154 por ciento en este periodo. Telmex, que aún no estaba incorporado a América Móvil, tenía un valor de 289,869 mdp en 2005 aunque cerró 2010 con 181,693 mdp. Por su parte Televisa, tenía en 2005 un valor de 132,777 mdp y para 2010 había salido del grupo de las siete compañías con mayor valor.

político, sobre todo en el último, ya que busca la exposición televisiva para alcanzar y mantenerse en los espacios políticos. Ello explica el interés de Slim por ingresar a este ámbito dado que, a pesar de su dominio económico, aún carece de la influencia cultural y política de la televisión. Pero los intentos de Slim por ingresar al sector televisivo, abierto o restringido, han estado limitados por el poder estatal, influido a su vez por otro poder fáctico, Televisa. Esto propició, a finales del sexenio calderonista, una disputa entre la élite mediática por el control de las telecomunicaciones. Y mientras las empresas se acusaban mutuamente de monopólicas (Larrosa, 2011), el gobierno, más que desarrollar una función reguladora ante la concentración de la propiedad, actuó por la presión de la industria televisiva (Villamil, 2011, junio 4 y 2014).

Al respecto cabe señalar que el acuerdo de Convergencia emitido por Vicente Fox en 2006, daba la posibilidad a las empresas telefónicas y a las operadoras de televisión por cable de brindar el servicio de *triple play*, lo que implicaba que Telmex podía entrar en la televisión restringida, pese a que su título de propiedad lo prohibía (Crovi, 2009). Esta incursión fue negociada con Felipe Calderón al inicio del sexenio: modificar el título de propiedad de Telmex a cambio de que éste ofreciera infraestructura y estableciera acuerdos de interconexión con otras empresas (Wright, 2009). Telmex, que ha basado su monopolio en la definición de tarifas de interconexión a su red, las cuales han sido consideradas excesivas por otras empresas, no llegó a acuerdos con sus competidores por lo que inició una serie de litigios contra éstos (Larrosa, 2014 y Villamil, 2011, junio 4). Ello incidió en que las autoridades estatales postergaran por varios años el cambio de título de propiedad de Telmex. Pero además de ello, la entrada de Telmex habría afectado el predominio de Televisa en la producción de contenidos e ingresos publicitarios, por lo que hubo una presión directa sobre el Estado para bloquear a Slim⁴¹ (Villamil, 2014).

⁴¹ Aunque no ha podido ingresar al ámbito audiovisual, Osorno (2015), señala que Slim ha destinado recursos en la prensa escrita mexicana, actuando como “mecenas”, de medios y revistas, algunos de los cuales defienden sus intereses. Además es accionista del medio estadounidense *The New York Times*.

Asimismo, aunque las empresas de Slim no cuentan con representantes directos, al menos identificados, en el Poder Legislativo, como es el caso de la ya mencionada telebancada, sí ha contado con cabilderos políticos y despachos jurídicos para resolver los litigios ante autoridades reguladoras y judiciales. Entre ellos, Pedro Cerisola, exsecretario de Comunicaciones y Transportes en el gobierno foxista y Diego Fernández de Cevallos, abogado y figura prominente del panismo, cabildearon ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) a favor de Slim en medio de los conflictos legales en materia de interconexión de 2011 (Celis, 2011, mayo 4). Asimismo, Slim, que como ya explicamos acumuló recursos y poder durante el régimen priísta de la década de los ochenta, a partir de sus desencuentros con el gobierno calderonista tuvo una aproximación con ciertos grupos del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y un acercamiento con el PRI, donde fue arropado por actores políticos como Manlio Fabio Beltrones y Emilio Gamboa (García, 2009, febrero 12 y Camacho, 2014, julio 8)⁴². Cabe señalar además la cercanía que durante los gobiernos panistas mantuvo Slim con el excandidato presidencial de la izquierda y la figura más poderosa dentro del PRD en la primera década de 2000: Andrés Manuel López Obrador. Dicha relación surgió con el proyecto de rescate histórico de la Ciudad de México que ambos encabezaron en 2001 y por medio del cual, Slim adquirió alrededor de 60 inmuebles que remodeló y convirtió en centros de operación de sus empresas (Proceso, 2003, octubre 5 y Osorno, 2015).

Como ha podido observarse, la relación de actores empresariales de las telecomunicaciones con el poder político se volvió más compleja a partir de la alternancia electoral. Entre otros efectos, la alternancia obligó a las empresas a buscar alianzas con los diferentes actores de los principales partidos políticos, ampliando y diversificando los espacios de negociación y presión. A pesar de lo

⁴² Manlio Fabio Beltrones y Emilio Gamboa fueron dos figuras importantes hacia el final del régimen priísta hegemónico. Durante la alternancia se mantuvieron como los principales interlocutores del PRI con el partido en el gobierno. En el sexenio calderonista fueron coordinadores del grupo parlamentario priísta en la Cámara de Senadores y Cámara de Diputados, respectivamente y actores fundamentales en el retorno del PRI a la Presidencia.

anterior, la influencia de las empresas monopólicas permitió que esa élite política, aparentemente más diversificada, mantuviera los beneficios regulatorios para los grandes grupos mediáticos en un marco de interdependencia.

3.1.2 Estrategias económicas y administrativas-empresariales: la persistencia de la concentración en la convergencia digital

A nivel global, el proceso de reestructuración capitalista posterior a la crisis de los ochenta del siglo XX dio lugar a una nueva fase de desarrollo del capitalismo que articula las actividades productivas con la información y las nuevas tecnologías (Ordoñez, 2004). En esta fase de acumulación neoliberal, los cambios tecnológicos dentro del sector mediático influenciados por la informática, han derivado en un proceso de digitalización de la información (voz, imágenes, datos y texto) que ha permitido la convergencia de servicios y redes entre sectores que anteriormente estaban separados: la informática, las telecomunicaciones y la radiodifusión (Alva 2015). Además de la tecnología, los factores económicos y políticos han impactado en la evolución de la convergencia, de tal manera que ésta es resultado de esfuerzos concertados, de luchas por el poder y de conflictos en la estructura mediática (Miége et al, 1993).

Para precisar lo anterior cabe señalar que las redes de telecomunicaciones fueron concebidas originalmente para prestar un solo servicio (telefonía fija, móvil, televisión restringida) (Observatel, 2016). Con la digitalización, la información se transforma en lenguaje binario lo que permite que se utilice menor espacio en producirla, almacenarla y distribuirla. Así las empresas y operadores pueden ofrecer servicios distintos por medio de una misma red⁴³.

De esta manera, la *convergencia* puede verse desde la perspectiva de los usuarios, que tienen la posibilidad de recibir en un mismo dispositivo diferentes servicios (telefonía, internet, radio, televisión), y desde la del proveedor, que puede enviar diversos servicios desde una sola red (Observatel, 2013). Pero más

⁴³Por un misma red un operador puede ofrecer uno o varios servicios que se clasifican en: *single play*, un servicio (telefonía fija por ejemplo), *double play*, dos servicios (telefonía fija y banda ancha de internet), *triple play*, tres servicios (telefonía fija, internet de banda ancha y televisión restringida), *cuádruple play*, cuatro servicios (telefonía fija, internet de banda ancha, televisión restringida y telefonía móvil).

allá del cambio tecnológico que podría generar una mayor competencia y más beneficios para la comunicación de los usuarios⁴⁴, la convergencia ha influido en la *estructura de propiedad mediática* manteniendo la trayectoria de concentración de los grandes medios (Jenkins, 2008, Miége, 2006 y Becerra y Mastrini, 2017).

El fenómeno de la digitalización en México tuvo lugar a la par de las regulaciones estatales que, como ya señalamos, tendieron a favorecer a los actores dominantes para garantizar su ingreso al mercado convergente, a lo que se sumó la debilidad del órgano regulador. Si bien, desde finales del siglo pasado, nuevos actores empresariales aparecieron en las telecomunicaciones y la radiodifusión⁴⁵, los grupos Telcel-Telmex y Televisa prácticamente mantuvieron su condición de monopolios al dominar la estructura de propiedad y la cuota de mercado, erigiéndose “como barrera de entrada contra otros capitales” (Becerra y Mastrini, 2006, p. 55). Además, la convergencia digital aumentó sus posibilidades de ofrecer nuevos servicios e incrementar su participación en el mercado, profundizando la concentración (Becerra y Mastrini, 2017).

De esa manera, las empresas traspasaron sus límites tradicionales (en los que comenzaron sus actividades) y *aumentaron su propiedad* mediante diversas estrategias corporativas (compras, alianzas, reorganizaciones internas y creación de holdings) con el objetivo de aumentar sus recursos y tener una presencia dominante en el sector contrario. La concentración que ya se había dado desde finales de la década de los noventa, se fortaleció con los nuevos procesos comunicativos basados en la digitalización. Es decir, que la concentración de

⁴⁴ Idealmente la convergencia digital debe generar algunos beneficios: 1) El incremento de la competencia en los servicios de telecomunicaciones derivada de la posibilidad de ofrecer más servicios por la misma red, 2) No se necesita crear infraestructura adicional (aprovechamiento de la capacidad de redes. 3) Mayor cobertura de los servicios de telecomunicaciones ya que las distintas redes (fijas, móviles, etc.) se complementan entre sí. (Observatel, 2016).

⁴⁵ En el ámbito de la telefonía móvil aparecieron nuevas marcas como Telefónica Movistar. En televisión por satélite surgió Dish y en el sistema de cable se creó Megacable, que ofertó servicios de *triple play*. En telefonía fija surgieron Axtel y Bestel. En la televisión abierta comercial aparecen nuevas señales en ciudad de México y zona metropolitana como Cadena 3.

Televisa y Telmex-Telcel, que como vimos se había dado de forma horizontal y vertical, se enfocó en la creación de grandes conglomerados (Becerra y Mastrini, 2017).

La inclusión de las empresas de Slim en un conglomerado aumentó su valor y presencia en el mercado de telecomunicaciones. La división de Grupo Carso, Carso Telecom, creada en la década de los noventa para agrupar a Telmex y Telcel, se transformó en 2000 en América Móvil (AMX), iniciando un proceso de expansión en todo el continente americano. Telmex y América Móvil permanecieron escindidas hasta 2011, cuando se fusionaron y la última pasó a controlar todas las empresas de telecomunicaciones de Slim. Cabe destacar que de las empresas de Slim, América Móvil es una de las que tiene mayor valor de mercado⁴⁶ (Del Villar, 2006).

Si bien el título de concesión de Telmex le prohíbe ofrecer servicios de televisión y no ha podido acceder a la televisión restringida por medio de esta empresa, Carlos Slim, ha tenido algunas participaciones en el mercado televisivo y de contenidos por medio de sus alianzas con otras empresas. Antes de su disputa con Televisa por el dominio de las telecomunicaciones, Carlos Slim adquirió 49% de Cablevisión y la compra, a través de Banco Inbursa de su propiedad, de 25% de las acciones de Televisa (Martínez, 2012, febrero 18). Por una resolución de la Comisión Federal de Competencia, Slim debió vender estas acciones a principios de la década de 2000 (Del Villar, 2006). Luego, en 2008, se alió con la empresa de televisión satelital, Dish, la única competencia para Sky de Televisa, para la venta al menudeo y facturación mediante el recibo telefónico (OCDE, 2012). En ese mismo año, Slim comenzó a generar sus propios contenidos informativos y de entretenimiento mediante la creación del portal de noticias de internet UNO TV.

Por su parte Televisa, a partir del Acuerdo de convergencia entre servicios de telefonía fija y sistemas de cable de 2006, inició una estrategia agresiva para

⁴⁶ Del Villar refiere que en 2006, el valor de mercado de las empresas de Carlos Slim era de 1,120,868 millones de pesos. De las divisiones, AMX (aún sin Telmex) tenía el mayor valor por 457, 451 millones de pesos (mientras que el valor de Telmex era de 157, 436 millones de pesos).

adentrarse en el ámbito de la televisión por cable adquiriendo las empresas más grandes en dicho mercado (Gómez, 2017) a fin de aumentar su participación en el ámbito de las telecomunicaciones al ofertar, por medio del cable, los servicios de telefonía fija e internet. En 2006 adquirió la empresa de cable TVI-MTY que cubría la zona metropolitana de Monterrey y en 2007 compró Cablemás que cubre 16 estados. Esto no sólo le permitió ampliar su cobertura, sino ofertar paquetes de *triple play* a partir de 2007, compitiéndole a Slim en el servicio de telefonía fija e internet. En ese mismo año, Televisa adquirió Bestel, empresa de infraestructura en fibra óptica que le permitiría ampliar los servicios de telecomunicaciones de sus cableras (Expansión, 2007, agosto 31).

Con estas adquisiciones, Televisa concentraba, entre 2009 y 2012, alrededor de 50% del mercado de televisión restringida tanto en ingresos como suscriptores (Huerta y Gómez, 2013). También contaba con alrededor de 15 señales de televisión restringida⁴⁷, con contenidos propios, que eran ofertados a otras compañías de televisión restringida nacionales y locales para su retransmisión (Gómez y Sosa, 2010).

A partir de estas estrategias de crecimiento, Televisa y América Móvil mantuvieron el control del mercado de telecomunicaciones y radiodifusión. Televisa, a pesar de la entrada de Tv Azteca, ha tenido una mayor participación en señales, audiencia y mercado publicitario y ha controlado desde mediados de los noventa entre 68-70% del mercado televisivo (Gómez, 2017). Tuvo además una creciente participación en telecomunicaciones con una estrategia basada en la televisión restringida y los servicios convergentes.

Por su parte, América Móvil, pese a los competidores, ha mantenido el predominio en el mercado telefónico fijo y móvil así como en el servicio de banda

⁴⁷Entre dichos canales de televisión restringida destacan Telehit, De Película, TDN Deportes, Golden, Unicable, Telenovelas y Tiin. Las empresas competidoras de Televisa (Megacable, PCTV, Dish) adquirirían los derechos de transmisión de éstos y de los canales de televisión abierta, 2,4, 8 Y 9, bajo las condiciones económicas establecidas por Televisa.

ancha al contar con la infraestructura de red más grande del país y establecer las tarifas y condiciones de interconexión a su red final para otras empresas⁴⁸.

⁴⁸ A grandes rasgos la interconexión se refiere a cuando una empresa de telefonía fija o móvil se conecta a las redes de otra para hacer una llamada. Al contar con la infraestructura más amplia del país gracias a la compra de Telmex, América Móvil establecía tarifas de interconexión sin ningún tipo de intervención estatal a otras empresas por terminar las llamadas en su red.

Cuadro 3.2 Aproximado de participación de actores dominantes en los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión (2009-2012)

Servicios por Sector		Participación en el mercado por grupo	
Radiodifusión	Televisión abierta	Grupo Televisa	América Móvil
		52% de las estaciones 68.3 % de la audiencia	*
	Radio	6% de las estaciones	
Telecomunicaciones	Telefonía Fija	1.7 % (Incluida en servicios <i>triple play</i> de sus cableras)	85% (Telmex)
	Telefonía móvil	4.3 % (en alianza con lusacell)	70% (Telcel)
	Larga distancia	1.06 % (Bestel)	95% (Telmex)
	Televisión restringida	53% (Sky, Cablevisión, Cablemás, Tv1).	13 % (Dish-en alianza con MVS) **
	Internet	11% (incluido en servicios <i>triple play</i> de sus cableras)	76.9% (Infinitem-Telmex)

*En los años señalados en el Cuadro 3.2 Carlos Slim no participó en el ámbito televisivo sin embargo fue accionista de Televisa de 1995 a 2005. **En 2010 Carlos Slim tuvo acciones en Cablevisión a través de su empresa financiera Inbursa, lo que implicaba que también tenía presencia en la competencia en telefonía fija e internet.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Huerta y Gómez (2013), The CIU (2009 y 2010) OCDE (2012) y Martínez (2012).

En el *Cuadro 3.2* puede observarse que Televisa y América Móvil concentran la propiedad y el mercado dentro de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, respectivamente. Asimismo, puede observarse cómo Televisa ha ingresado al ámbito de las telecomunicaciones a partir del servicio de televisión restringida, en el cual tiene más del 50% del mercado, y a partir de ello ha brindado servicios de *triple play*, aunque sin constituir, en este periodo, una competencia real para América Móvil en los ámbitos de la telefonía móvil y fija así como el servicio de internet.

Como se ha observado, si bien los cambios tecnológicos basados en la convergencia alentaban cierta competencia en los servicios de telecomunicaciones, fueron los grupos económicos monopólicos los que, aprovechando los recursos acumulados históricamente, mantuvieron su trayectoria de concentración de la propiedad. Mediante estrategias económicas y empresariales poco competitivas, estos grupos conservaron el control del mercado de telecomunicaciones y se fortalecieron como poderes fácticos gracias a su capacidad económica e influencia política e ideológica.

3.2 La Reforma de Telecomunicaciones 2013-2014: marcos normativos y amenazas a la trayectoria de concentración

En la fase final del gobierno de Calderón, y durante el proceso electoral de 2012, había una amplia percepción sobre el problema de concentración en la propiedad de las telecomunicaciones y la radiodifusión así como su impacto negativo en la democracia. Asimismo, el sector académico, organizaciones y movimientos sociales, que desde una década atrás demandaban cambios en la legislación de medios, aumentaron la presión al poder político para la creación de un marco normativo moderno en rechazo a la falta de competencia mediática y al vínculo entre el candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, y Televisa⁴⁹.

⁴⁹ Académicos y organizaciones (AMIC, AMEDI, AMARC) en el ámbito de la comunicación que ya habían trabajado iniciativas presionaron a Peña por una nueva ley de medios. De igual manera, movimientos como #YoSoy132 realizaron acciones específicas para exigir la democratización de los medios, especialmente de la televisión.

Antes y durante la campaña electoral de 2012, fue evidente la alianza entre el PRI y Televisa para apuntalar al candidato Peña Nieto a la Presidencia con una cobertura informativa favorable, en especial en la televisión (Delgado y Acosta, 2015, Meyer R. et al, 2013 y Navarrete, 2012)⁵⁰. El movimiento #YoSoy132⁵¹, que surgió a raíz del desencuentro de jóvenes universitarios con Peña Nieto y de la censura hacia el mismo por parte de los medios tradicionales, asumió una postura crítica hacia el candidato y a la falta de democratización de los medios, especialmente del duopolio televisivo al que acusó de coludirse para favorecer al priísta (The Guardian, 2012 junio 26 y Estrada, 2014). Por primera vez en las instalaciones centrales y estatales de Televisa se realizaron protestas sociales contra la histórica relación entre la televisora y el PRI y la imposición de un candidato, las cuales fueron ampliamente difundidas en medios digitales y redes sociales pero minimizadas por los noticieros televisivos (Seco, 2012 julio 28 y Rivera, 2016). Pese a la movilización contra los desequilibrios mediáticos en favor

⁵⁰ Delgado y Acosta (2015) refieren cómo desde que Peña Nieto era gobernador del Estado de México, Televisa y el PRI, y en particular el grupo interno Atlacomulco que lo impulsaba, emprendieron una estrategia mediática para posicionarlo ante el electorado por medio de una sobreexposición en la pantalla televisiva. Durante la campaña, la cobertura mediática, en especial la televisiva, resultó efectiva en la construcción de la imagen de un candidato carismático y puntero en las encuestas, además del control de daños ante los traspies del priísta.

⁵¹ En el encuentro de Peña Nieto con los estudiantes de la Universidad Iberoamericana, realizada el 11 de mayo de 2012, el candidato justificó el uso de la fuerza pública en Atenco, cuando era gobernador del Estado de México en 2006, ante las protestas de activistas sociales y pobladores, lo que derivó en el asesinato de dos manifestantes y la detención de 200 personas (incluidos menores de edad), entre las cuales 26 mujeres fueron vejadas y abusadas sexualmente. Los estudiantes abuchearon al candidato, llamándolo “asesino” y “cobarde” por lo que éste abandonó el auditorio por la puerta trasera. Los medios tradicionales minimizaron el descontento estudiantil al informar, en algunos casos, que “Peña había triunfado en la Ibero” o que los jóvenes no eran estudiantes de la institución. En respuesta un grupo de 131 estudiantes publicó un video en redes sociales para confirmar su pertenencia a la institución, surgiendo de inmediato el hashtag #YoSoy132 en apoyo a los estudiantes y dando inicio a un movimiento que trascendió de internet a la movilización social.

del priísta y las acusaciones de compra de votos⁵², el PRI retornó al gobierno con el triunfo electoral de Peña Nieto (Escalona, 2012, agosto 7). Al inicio del nuevo gobierno, el movimiento #YoSoy132 mantuvo, al igual que otras organizaciones sociales y académicas, la demanda por un sistema de medios menos concentrado y una reforma del sector.

La presión también provino de organismos internacionales como la OCDE (2012), que señaló una falta de competencia en las telecomunicaciones de México y realizó una serie de recomendaciones regulatorias tendientes a abrir el mercado a la inversión extranjera, reducir la participación de América Móvil en el mercado y reformar las instituciones regulatorias. Esto en el contexto de una tendencia regulatoria internacional, enfatizada en América Latina, en el ámbito de la convergencia de la radiodifusión y las telecomunicaciones, la cual busca establecer condiciones de mercado (competencia) luego de que las reformas privatizadoras y de liberalización de las telecomunicaciones de finales del siglo XX sólo cambiaron el estatus de monopolio público a privado (Wholers, 2008 y Ordoñez y Bouchain, 2011).

Estos tres factores: los cuestionamientos sociales al sistema de medios altamente concentrado, la presión de organizaciones sociales y académicas y la presión internacional, incidieron en que al iniciar el gobierno de Peña Nieto se concretara una nueva regulación del sector como parte de los acuerdos del *Pacto por México*⁵³. El Pacto surgió como un mecanismo de discusión y negociación atípico entre el Ejecutivo y los tres principales partidos políticos (PRI, PRD y PAN) ante la imposibilidad de que un solo partido lograra una reforma de corte económico, toda vez que en los tres sexenios previos, ningún presidente tuvo

⁵² Peña Nieto fue ratificado como ganador de la contienda por el Instituto Federal Electoral pese a que días después de la jornada se documentó la compra de votos por parte del PRI mediante la entrega de tarjetas prepagadas Monex y Soriana, las cuales fueron adquiridas con recursos públicos. Aunque las televisoras minimizaron la compra de votos, otros medios dieron a conocer los testimonios y videos donde cientos de personas acudieron a las tiendas departamentales a realizar sus compras con las tarjetas entregadas en la víspera de los comicios.

⁵³ Ver Elizondo (2017), para profundizar más sobre el proceso de conformación del Pacto por México y las estrategias para la creación y aprobación de las reformas.

mayoría en el Congreso y tampoco logró acuerdos con otras fuerzas políticas (Levy, 2015 y Elizondo, 2017)⁵⁴. Con Peña Nieto, la negociación entre los integrantes del Pacto derivó en un paquete de reformas pro mercado (hacendaria, educativa, energética, telecomunicaciones), acorde a las directrices de competitividad, privatización e inversión privada nacional y extranjera impulsadas por los organismos internacionales (Vázquez, 2015; Vargas, 2015 y Quibrera, 2015). En ese sentido puede señalarse que los intereses económicos de las reformas han prevalecido pese a las diferentes siglas partidistas, pero fue hasta el retorno de PRI cuando éste encabezó su aprobación en el marco del acuerdo.

La reforma del sector de las telecomunicaciones tuvo una primera fase constitucional aprobada en 2013 que, en lo normativo, parecía trastocar puntos nodales de la estructura de propiedad y la trayectoria de concentración del sector con medidas para fomentar la competencia a la vez que reconocía los derechos de los usuarios y las audiencias, relegados históricamente por las consorcios mediáticos y el Estado (Trejo, 2013 y Solís, 2013). En buena medida, los acuerdos entre los partidos permitieron que la reforma planteara límites a la concentración de los principales grupos, América Móvil y Televisa, aunque los desencuentros que éstos habían sostenido desde años atrás por el control de las telecomunicaciones influyó en que cada uno defendiera sus intereses y no actuara como élite mediática cohesionada para evitar que las disposiciones constitucionales afectaran su condición (Elizondo, 2017).

⁵⁴ Hasta el gobierno de Carlos Salinas, el PRI había mantenido la mayoría en el Congreso lo que le permitió imponer una agenda legislativa prácticamente sin oposición. A partir de 1997 perdió la mayoría por lo que los presidentes, desde el priísta Ernesto Zedillo hasta los panistas Fox y Calderón, no lograron los acuerdos para impulsar sus agendas.

Cuadro 3.3 Principios normativos de la reforma constitucional que amenazan la concentración del sector de telecomunicaciones

Ejes	Lineamientos constitucionales
Inclusión de Derechos fundamentales	Derecho de acceso a internet. Derecho de acceso a información plural y oportuna. Derechos de los usuarios y las audiencias Medios Públicos Acceso de pueblos y comunidades indígenas a medios de comunicación
Creación de nuevas instituciones autónomas	Creación de Instituto Federal de Telecomunicaciones Creación del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Creación de tribunales especializados
Medidas para la Competencia y Convergencia	Inversión extranjera Preponderancia Concesiones <i>Must Carry y Must Offer</i> Nuevas Cadenas de Televisión Arrendamiento del Espectro, uso primario y uso secundario Televisión Digital Terrestre Compartición de Infraestructura
Creación de infraestructura bajo la dirección del Estado.	Red Compartida Mayorista en 700 MHZ Red Troncal de la Comisión Federal de Electricidad Agenda Digital

Fuente: Elaboración propia con información de Levy (2015) y el Decreto de Reforma (2013)

Es importante destacar que respecto al régimen de propiedad, la reforma estableció constitucionalmente la convergencia de la radiodifusión y las telecomunicaciones al homologar las concesiones de ambos sectores en una sola figura, que a su vez se clasifica en uso comercial, público, social, y privado. Asimismo sustituyó la facultad del Poder Ejecutivo para el otorgamiento de concesiones por un proceso de licitación pública a cargo del nuevo órgano regulador con lo que se pretendía evitar criterios políticos o de presión empresarial.

Otro aspecto significativo fue que la reforma definió a la radiodifusión y telecomunicaciones bajo la figura legal de servicio público, caracterización a la que los radiodifusores se opusieron desde la Ley Federal de Radio y Televisión en 1950 ya que implica satisfacer una necesidad social bajo la regulación del Estado

(Esteinou, 2015). Asimismo, ordenó determinar la existencia de agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones y aplicarles medidas específicas para evitar que se afecte la competencia. En contraste con la tendencia de la propiedad mayoritariamente nacional que se había mantenido hasta entonces, la reforma aprobó la inversión extranjera hasta el 100% en telecomunicaciones y comunicaciones vía satélite y hasta 49% en radiodifusión, lo que abrió las puertas a conglomerados globales para competir con Slim en los servicios de telecomunicaciones y mantuvo ciertos límites a posibles competidores de las empresas de radio y televisión nacionales.

Con Slim y Televisa en el centro de debate (Martínez J., 2015), dichas medidas constitucionales prometían poner un freno a los monopolios y disminuir la concentración del sector. En esta coyuntura, la reforma y los compromisos del Pacto por México fueron “sobrevendidos como la posibilidad de que el presidente iba a afectar a los poderes fácticos y monopólicos” (Villamil 2015, p. 140). Pero las disposiciones constitucionales, que pueden considerarse un avance en términos regulatorios, sólo serían efectivas a través de una Ley secundaria, cuya creación, se convirtió “en la madre de todas las batallas” (Calleja, 2013, en línea) ya que definiría las nuevas reglas del juego y sería un espacio en el cual los actores dominantes buscarían mantener su poder (Larrosa, 2014).

En la creación, discusión y aprobación de la legislación secundaria hubo circunstancias muy distintas a las de la primera etapa que influyeron para que las disposiciones de la ley no resultaran del todo contundentes ni consecuentes con los objetivos de la reforma constitucional. De entrada, la discusión tuvo lugar cuando el Pacto por México se había debilitado y había menos posibilidades de negociación entre los partidos (Sánchez G., 2015). Aunque se presentaron diversas iniciativas de legisladores y organizaciones⁵⁵, el proceso sólo inició hasta que el Ejecutivo envió su iniciativa al Senado (Solís L., 2015).

⁵⁵ Entre ellas destacan los 31 puntos para la reforma de telecomunicaciones propuestos por el Frente por la Comunicación Democrática, conformado por legisladores, académicos, organizaciones civiles y redes de colectivos, que impulsaban los derechos

En esta fase de discusión y dictaminación de la iniciativa, los grupos mediáticos, principalmente Televisa, cabildearon y presionaron para defender sus intereses (Sánchez G., 2014). Entre las acciones visibles, puede observarse que con sus recursos mediáticos y un discurso legitimador sobre la competencia, Televisa, mediante sus organizaciones y sus directivos, buscó influir en la elaboración de la ley para, paradójicamente, mantener sus condiciones monopólicas. Dado que sus mayores ingresos proceden de la publicidad, la industria televisiva presionó para evitar que la ley permitiera a los medios públicos y sociales comercializar sus espacios ya que ello sería una “competencia desleal” (Mendieta, 2014, mayo 27). También presionó mediáticamente para impedir la entrada de Telmex al servicio de televisión restringida (Posada, 2014, mayo 31), y promovió que a la empresa de Slim le obligaran a compartir su red de interconexión de forma gratuita (Villamil, 2014, abril 3). A pesar de todo ello, Televisa acusó que había ataques mediáticos en su contra por los supuestos regalos y prebendas que le daba la legislación (Aristegui Noticias, 2014, julio 4). Por su parte, la estrategia del corporativo de Carlos Slim adoptó una posición defensiva, principalmente mediática, hacia las disposiciones que amenazaban sus condiciones de concentración y amenazó con la desinversión en el sector (Sigler, 2014, abril 2).

Finalmente, la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, aprobada el 5 de julio en el Senado y el 8 del mismo mes de 2014 en la Cámara de Diputados, reglamentó las disposiciones de la reforma constitucional y planteó ciertos desafíos a las condiciones de concentración de la estructura de propiedad de las telecomunicaciones a través de regulaciones específicas para los actores dominantes. En el *cuadro 3.4* se incluyen las normas específicas que los legisladores asumieron como medidas anti concentración, cómo afectaban la trayectoria de concentración y los actores afectados.

de las audiencias, autonomía del IFT y fortalecimiento de medios públicos y límites a la concentración de la propiedad.

Cuadro 3.4 Disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para garantizar derechos de usuarios y audiencias y fomentar la competencia del sector.

Eje	Tema	Disposición	Actores involucrados/afectados.
Derechos fundamentales	Derechos de usuarios de telecomunicaciones	Derechos de usuarios: recibir el saldo de manera gratuita; protección de datos personales; portabilidad; elegir libremente proveedor de servicios; rescindir el contrato dentro 60 días naturales siguientes, sin penalización; desbloqueo del equipo terminal móvil. Usuarios con discapacidad tendrán acceso a los servicios de telecomunicaciones en igual de condiciones con los demás usuarios.	Usuarios /Operadores de telefonía móvil.
	Defensoría de audiencias	Obligación de los concesionarios de radiodifusión de contar con un defensor de audiencias.	Audiencias/ Televisoras y radiodifusoras
	Derechos de audiencias	Derecho de audiencias a recibir contenidos que reflejen pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico; diferenciar con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta y respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, entre otros.	Audiencias /Televisoras, radiodifusoras
	Derecho de acceso a TICs y banda ancha.	Establecimiento por el Estado, de condiciones de competencia efectiva en la prestación de tales servicios.	Estado y usuarios/ Empresas en general, usuarios.
Marco Institucional	Creación del Instituto Federal Electoral	Funciones del IFT: regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del: (i) espectro radioeléctrico; (ii) recursos orbitales; (iii) servicios satelitales; (iv) redes públicas de telecomunicaciones; (v) acceso a la infraestructura activa y pasiva, y (vi) otros insumos esenciales.	
	Autonomía del Instituto Federal de Telecomunicaciones	El Ejecutivo, mediante la SCT podrá: (i) emitir opinión técnica no vinculante al IFT para el otorgamiento, prórroga, revocación, autorización de cesiones o	Instituto Federal de Telecomunicaciones vulnerado ante

	ones	cambios de control accionario; (ii) garantizar la continuidad de la prestación de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión por causas de terminación por revocación o rescate de concesiones, disolución o quiebra de concesionarios, y (iii) planear las políticas de cobertura universal y cobertura social.	la intromisión del Ejecutivo.
	Licitación pública de concesiones	Se establece este procedimiento único a cargo del IFT, previo pago de una contraprestación, la cual no será el factor determinante para su otorgamiento. Ya no se otorgarán concesiones de forma discrecional por el gobierno en turno.	IFT/Poder Ejecutivo empresas que busquen una concesión.
	Recursos y amparos	Únicamente mediante amparo indirecto se podrán impugnar las normas generales, actos u omisiones del IFT y no hay suspensión. Los amparos se resuelven ante los jueces y los tribunales especializados.	Operadores de telecomunicaciones, televisoras y radiodifusoras.
Convergencia	Cambio de régimen legal; Concesión única	Se crea a la concesión única para prestar todo tipo de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, bajo la clasificación por uso comercial, público, privado y social.	Concesionarios en general./América Móvil
	Multiprogramación	Posibilidad de multiplicar un canal de televisión en hasta seis señales digitales: más canales para televisoras y mayor oferta de contenidos.	Televisoras privadas y públicas.
	Televisión Digital Terrestre	Creación de nuevas cadenas nacionales de televisión a partir del apagón analógico y la liberación de espacio radioeléctrico.	Televisa y Tv Azteca.
Competencia	Regulación asimétrica	Regulación asimétrica a tres figuras: (i) agente preponderante, participación nacional mayor al 50% (ii) agente con poder sustancial y (iii) concesionarios que sirvan en un mismo mercado o zona de cobertura geográfica e impidan o limiten el acceso a información plural.	América Móvil y Televisa
	Tarifa Cero de Interconexión a preponderantes	Competidores del preponderante no pagan las llamadas que terminen en las redes de éste ⁵⁶ .	América Móvil

⁵⁶ Interconexión: el cobro a las compañías por terminar la llamada de uno de sus usuarios en la red de otro operador.

	Must Carry / Must Offer	La gratuidad en la retransmisión de contenidos de televisión abierta en televisión restringida y obligación de empresas de cable y televisión satelital a retransmitirlos.	Televisa y Tv Azteca.
Infraestructura coordinada por el Estado	Red troncal	Red mayorista a partir de la fibra óptica de la Comisión Federal de Electricidad para proveer transporte de datos y servicio de banda ancha.	Estado/comercializadoras y operadoras de redes de telecomunicaciones
	Red compartida	Instalación de una red compartida de telecomunicaciones (mayorista) para la venta desagregada de todos sus servicios. Inversión público privada.	Estado/comercializadoras y operadoras de redes de telecomunicaciones.

Fuente: Elaboración propia con información del Decreto de Ley (2014, julio 14).

Como se observa en el cuadro anterior, algunas disposiciones tuvieron destinatarios específicos, América Móvil y Televisa, cuya condición de monopolios se había basado en sus recursos de infraestructura y producción audiovisual, respectivamente, para imponer sus condiciones (tarifas de interconexión, venta de contenidos en paquetes, entre otras) a los competidores y asegurarse ventajas. Entre las disposiciones de la Ley secundaria que, en lo normativo, afectarían la concentración y darían mayor fortalecimiento al regulador puede destacarse la facultad del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), creado a partir de la reforma constitucional, para definir a los actores preponderantes y con poder sustancial y a partir de ello establecerles medidas regulatorias específicas que contribuyeran a la competencia. Entre ellas están la obligación del preponderante en telecomunicaciones de ofrecer el servicio de interconexión de forma gratuita a sus competidores y el denominado *must carry* y *must offer*, que consiste en la obligación para el actor preponderante en radiodifusión de ofrecer, de manera gratuita, sus canales de televisión abierta a las empresas de televisión restringida y la obligación de éstas para transmitirlos.

Desde luego estas medidas fueron muy debatidas entre los actores involucrados, empresarios y poder político ya que no agradaron a los principales grupos económicos. Pero el cabildeo, realizado previamente por Televisa, consiguió la inclusión de algunas disposiciones contradictorias a los objetivos de competencia y fortalecimiento institucional que pretendía la reforma ya que dieron a los poderes fácticos la oportunidad de mantener su condición y disminuyeron la rectoría estatal al debilitar la autonomía del órgano regulador (Levy, 2014 y Esteinou, 2014). Algunas de los temas que resultaron más contradictorios en la ley secundaria son:

Autonomía del órgano regulador. La reforma constitucional estableció la creación de Instituto Federal de Telecomunicaciones que tendría autonomía e independencia para regular la radiodifusión y las telecomunicaciones. Tanto la Constitución como la ley secundaria otorgan más facultades al órgano regulador lo que supondría superar la subordinación de su antecesora, la Cofetel, hacia el Poder Ejecutivo. No obstante, la nueva legislación deja abierta la intromisión de éste al establecer que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) podrá “opinar”, aunque no de manera vinculativa en temas importantes como el otorgamiento de concesiones y la imposición de sanciones a los actores regulados.

Limitación del órgano regulador en el ámbito de contenidos. La ley secundaria también mantuvo en el Ejecutivo la facultad regulatoria en el ámbito de los contenidos en radiodifusión al asignar a la Secretaría de Gobernación la clasificación de contenidos y la administración de tiempos del Estado en radio y televisión, tareas que el IFT pudo haber asumido.

Servicio Público. La definición de las telecomunicaciones y radiodifusión como servicios públicos implicaba una mayor responsabilidad social para las empresas. Sin embargo, en la ley secundaria no existe ninguna alusión a esta condición normativa ni la función social que debe caracterizar a los servicios de radio, televisión y telecomunicaciones. Por ende, no se profundiza en los criterios que las empresas deben asumir para cumplir su responsabilidad social.

Defensa de los derechos de audiencias y limitación del órgano regulador.

La reforma constitucional incluyó como un derecho fundamental el respeto a las audiencias por parte de los concesionarios de radiodifusión, así como del derecho de aquellas a obtener información oportuna plural de los medios. La ley secundaria por su parte no establece mecanismos de protección jurídica de los derechos de las audiencias ni dotó al órgano regulador de atribuciones suficientes para sancionar la violación del derecho de las audiencias. Por el contrario, lo único que la legislación impuso a los concesionarios es la obligación de incluir la figura del defensor de audiencias, nombrado por ellos mismos, y expedir códigos de ética basados en el respeto a los derechos de las audiencias.

Permisividad de las prácticas de concentración. El criterio incluido en la Ley para definir a los agentes preponderantes permitió la continuidad de la concentración de la propiedad que la reforma pretendía limitar. Tanto en la declaración de agentes preponderantes que hizo el IFT en abril de 2014, antes de la aprobación de la ley secundaria, como en la redacción de ésta, se adoptó el criterio de declaración de preponderancia por sectores y no por servicios. Dicha situación benefició directamente a uno de los actores dominantes: Televisa. Esto porque mientras a América Móvil se le definió preponderante en telecomunicaciones, se hizo lo mismo con Televisa en la radiodifusión. Pero al no determinar a los agentes preponderantes por servicio, no se consideró que Televisa domina el mercado de televisión restringida, por lo que no se le impuso ninguna regulación específica que limitara una mayor concentración de la propiedad. Ello permitió que apenas aprobada la ley secundaria, Televisa adquiriera la empresa Cablecom, en agosto de 2014, y Telecable, en 2015, aumentando su participación en ese mercado de 53% a 64% (IFT, 2016).

Preminencia de medios privados frente a los medios públicos. Mientras que la ley secundaria no impuso ningún tipo de límite a los medios privados en el ámbito de la publicidad, a los medios públicos se les limitó el financiamiento al evitar que pudieran vender mensajes comerciales y publicidad y permitiendo sólo apoyos de donativos en dinero o en especie. En tanto que para los medios de uso social sólo 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 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.

Las disposiciones expuestas hacen evidentes las contradicciones entre las posibilidades de limitar la estructura concentrada de propiedad mediática, propiciadas por la reforma constitucional, y los intereses de los grupos económicos reflejados en la Ley secundaria. La influencia de los poderes fácticos en la creación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, deriva en un marco normativo insuficiente que, por un lado, intenta socavar los beneficios de algunos actores, da una nueva función al Estado y pretende congraciarse con las audiencias y usuarios pero, por otro lado, regula a favor de algunos grupos, desequilibrando los objetivos sustanciales de la reforma. De tal suerte que la reforma no evitó la concentración del nuevo sistema mediático convergente, sino que propició la consolidación de la concentración de algunos grupos convergentes.

En el capítulo se ha observado que la trayectoria de interdependencia entre el poder político y el poder económico se ha mantenido a pesar de la alternancia política. Más aún, durante los sexenios panistas, los poderes fácticos, en razón de los mutuos beneficios con la élite política que los necesitaba para ganar legitimidad, tuvieron una mayor influencia en el espacio público obteniendo recursos estatales y una regulación favorable a sus intereses. Los avances tecnológicos tampoco bastaron para generar una estructura mediática más diversificada, sino que permitieron la creación de estrategias económico-empresariales por las cuales los principales grupos mantuvieron su trayectoria de concentración. Ante esos escenarios, la reforma de telecomunicaciones impulsada por el poder político prometió dar fin a los monopolios y a la concentración del sector mediante disposiciones que pretendían atacar la concentración de los

principales grupos. Éstos, con suficientes recursos acumulados, presionaron y cabildearon para que el marco regulatorio no afectara sus intereses. En ese sentido, la misma reforma ha sido contradictoria puesto que la Ley secundaria, en sus propios términos, no frena la trayectoria de concentración de América Móvil ni de Televisa. A pesar de esto, la Ley marcó nuevos retos de transformación del sector que continúan siendo resistidos por los actores preponderantes que, como veremos en el siguiente capítulo, han usado sus recursos para revertir los efectos de la reforma y mantener sus condiciones monopólicas.

Capítulo 4

Conflictos por la implementación de la Reforma de Telecomunicaciones: efectos de las resistencias de los poderes fácticos

El objetivo de este capítulo es observar los principales conflictos a partir de la implementación del marco regulatorio para las telecomunicaciones y radiodifusión que derivó de la reforma constitucional de 2013 y la Ley Secundaria de 2014. Se hace hincapié en las resistencias de los poderes fácticos hacia las disposiciones regulatorias que normativamente pretendían limitar la concentración de la propiedad y en las estrategias y recursos de influencia movilizados frente al poder político para desarticular el sentido de la reforma. Como resultado de estos conflictos y resistencias se evidencia que la reforma fue transformada, casi en su totalidad, para generar una regulación favorable a los intereses de los poderes fácticos.

A partir de la interacción entre actores, recursos y estrategias de los poderes fácticos y sus resultados, se plantean tres ejes de conflicto específicos que reflejan la disputa y la influencia de los grandes grupos que dominan el sistema mediático mexicano: 1) la tarifa cero que obligaría a América Móvil compartir su infraestructura; 2) el crecimiento de la concentración en televisión restringida respaldado por la reforma, y 3) la vulneración de los derechos de las audiencias por los intereses empresariales.

El análisis a partir de estos tres ejes permitirá constatar cómo los principales grupos mediáticos económicos logran imponer sus intereses por medio de una red de relaciones económicas y políticas que les permiten cabildear, presionar y negociar para reproducir sus históricas condiciones favorables y dominantes dentro del sector.

4.1. Ejes de conflicto en la implementación de la reforma: resistencias e influencias de los poderes fácticos a partir de su interdependencia con el poder político

Como se explicó en el capítulo anterior, a partir de la reforma se creó un nuevo órgano regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), al que normativamente se otorgaron más facultades regulatorias y mayor independencia del Poder Ejecutivo que las que tenía su antecesora, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel)⁵⁷. Entre las nuevas atribuciones otorgadas al regulador destacan el otorgamiento de concesiones, aplicación de sanciones, fijación de tarifas de interconexión a las empresas de telecomunicaciones y radiodifusión y elaboración de reglamentos diversos (Decreto de Ley, 2014, julio 11). Cabe añadir que su inclusión daba además legitimidad a la reforma puesto que fue resultado de la demanda de académicos y organizaciones civiles y de la propuesta de un sector de los partidos políticos de oposición.

La nueva regulación también pretendió establecer la autonomía del IFT respecto a los poderes económico y público mediante un riguroso proceso de selección de los siete integrantes del pleno, quienes finalmente provinieron de diversos sectores: exfuncionarios de la Cofetel y el gobierno federal, consultores privados, académicos e integrantes de asociaciones civiles (Alba H. y Rueda R., 2013, septiembre 10). El pleno del IFT entró en funciones el 10 de septiembre de 2013 y desde entonces ha emitido diversas resoluciones para regular las empresas de telecomunicaciones y radiodifusión en el ámbito de la propiedad, contenidos, el servicio a usuarios y los derechos de las audiencias (IFT, S/F). Sin

⁵⁷ La Cofetel fue creada en agosto de 1996 como mandato de la Ley Federal de Telecomunicaciones aprobada en 1995. Según dicha norma, la Cofetel gozaba de autonomía para dictar sus resoluciones y tenía facultades como la administración del espectro radioeléctrico, la resolución de desacuerdos de interconexión, la conducción de las licitaciones y la imposición de obligaciones específicas a los concesionarios declarados con poder sustancial. Sin embargo, el regulador estaba subordinado al Ejecutivo por medio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), la cual otorgaba concesiones, tenía facultades sancionadoras y revisaba las resoluciones de la Cofetel. El nombramiento y remoción discrecional de los comisionados correspondía al Ejecutivo (Faya, 2013). Por tanto, la Cofetel era órgano puramente administrativo sin poderes de arbitraje (Arellano, 2008).

embargo, en algunas de las resoluciones de mayor trascendencia para los objetivos de la reforma se han observado votaciones y criterios divididos entre los integrantes del Pleno, de manera que ciertos comisionados han evitado afectar a grupos económicos específicos (Lucas, N. 2017, Diciembre 14 y 2018, marzo 1; Villamil, 2017, Diciembre 11)⁵⁸.

A raíz de dichas resoluciones, algunas de las cuales serán retomadas a lo largo de este capítulo, puede observarse que el órgano regulador se ha convertido en un nuevo espacio de poder donde las decisiones sobre el sector reflejan la lucha entre los grupos empresariales para dominar el mercado. Debido a su obligación de regular a los grupos económicos mediáticos, el IFT ha estado en el centro de los ejes de conflicto derivados de la implementación de la reforma y su autonomía ha sido amenazada y vulnerada por las empresas y el poder político. Algunas decisiones del órgano regulador también han sido determinantes para mantener la trayectoria de concentración de la propiedad y la relación de interdependencia entre los poderes económico y político, lo que ha limitado los objetivos de competencia y derechos para usuarios y audiencias que planteaban la reforma.

El IFT debió cumplir con uno de los mandatos constitucionales más trascendentes a poco tiempo de haber iniciado sus operaciones: la definición de los agentes económicos preponderantes y las correspondientes medidas regulatorias asimétricas. Los agentes económicos preponderantes se definieron por tener una participación en el mercado mayor al 50% a partir del número de usuarios, suscriptores, audiencia, tráfico en redes y capacidad de espectro (Piedras, 2016, agosto 10). Las medidas impuestas a los agentes preponderantes

⁵⁸ Se ha observado que existe una tendencia en las votaciones de los comisionados en las que sólo Adriana Labardini (quien culminó su función como comisionada en abril de 2018) y María Elena Estavillo, a las que en ocasiones se suma Adolfo Cuevas, disienten del resto de Pleno cuando éste adopta una postura que defiende el *status quo* dominante de Grupo Televisa. Sin embargo, en algunos casos también han evitado votar a favor de resoluciones que afectarían los intereses de las empresas de Carlos Slim. El caso de Adolfo Cuevas es particular ya que se le ha señalado de ser un comisionado “rebelde” al votar todas las resoluciones en contra, pero también se ha mencionado que ha logrado congraciarse con toda la industria (La Política OL, 2017 junio 10).

debían ser específicas a fin de limitar su concentración y promover un escenario de mayor competencia (Decreto de reforma constitucional, 2013, junio 10). La resolución de preponderancia se emitió el 6 marzo de 2014 y tras la definición del grupo conformado por América Móvil (AMX)-Inbursa y Carso, propiedad de Carlos Slim y su familia, como agente preponderante en el sector de las telecomunicaciones, y de Grupo Televisa como agente preponderante en el sector de la radiodifusión, hubo una reacción inmediata de ambos actores (Milenio, 2014, abril 2).

Cuadro 4.1. Regulación asimétrica establecidas por el IFT al actor preponderante en el sector de telecomunicaciones

Medidas específicas impuestas a América Móvil (AMX), Grupo económico preponderante en sector de las telecomunicaciones
El IFT ordena tarifas de interconexión asimétrica para el preponderante (AMX pagará más por enlazar llamadas a otras compañías y cobrará menos a sus competidores por terminar llamadas en su red). AMX deberá presentar al IFT convenios marco de interconexión y negociar tarifas con las compañías . En caso contrario las tarifas las impone el IFT.
América Móvil deberá compartir su infraestructura y el IFT regulará el acceso y uso compartido de torres, sitios, ductos y derechos de vías bajo acuerdos tarifarios entre empresas. Si no se llega a un acuerdo, el IFT las podrá imponer.
Se desagregará del bucle (red) local a fin de que los diversos operadores presten servicios de voz y datos por medio del uso de las conexiones que enlazan una central telefónica con la conexión a las viviendas o establecimientos. El IFT impondrá las tarifas de acceso.
América Móvil no podrá adquirir la exclusividad de los derechos de transmisión de eventos relevantes , como la liguilla del futbol mexicano, partidos de la Selección Mexicana, Juegos Olímpicos, finales del Mundial del Futbol y otros de alto nivel esperados por las audiencias.
Los Operadores Móviles Virtuales⁵⁹ tendrán acceso a los servicios comercializados por América Móvil bajo tarifas determinadas por los participantes o por el IFT.
Algunas tarifas de las empresas de AMX para el usuario estarán sujetas al control y autorización del IFT. Asimismo, AMX tendrá la obligación de ofrecer individualmente los servicios que ofrezca empaquetados; la exclusividad limitada en comercialización de equipos terminales; y la obligación de desbloqueo de terminales.
América Móvil deberá publicar diversas ofertas públicas de referencia de los servicios mayoristas y de interconexión.
América Móvil eliminará el cobro de roaming nacional a sus usuarios y negociará las

⁵⁹ Los Operadores Móviles virtuales son empresas que carecen de espectro, por lo que para ofrecer servicios de telefonía móvil bajo su propia marca comercial, alquilan capacidad de espectro a otros operadores ya establecidos (Otero, 2014, febrero 27).

tarifas para usuarios de otras compañías telefónicas.

No podrá ingresar al ámbito de la televisión restringida en los dos años posteriores a la declaración, cuando se evaluará el cumplimiento de las medidas.

Fuente: Elaboración propia con información de IFT (2014) Resolución por la que se determina al grupo económico conformado por América Móvil-Telnor-Grupo Carso y Grupo Financiero Inbursa como agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones y se le imponen medidas asimétricas.

Cuadro 4.2 Regulación asimétrica establecidas por el IFT al actor preponderante en el sector de radiodifusión.

Medidas específicas impuestas a Televisa, Grupo económico preponderante en el sector de la radiodifusión.

El IFT ordena a Televisa compartir con terceros su infraestructura en forma no discriminatoria y no exclusiva. Dicha infraestructura incluye: elementos no electrónicos al servicio de plantas transmisoras, derechos de vía, torres, sitios mástiles, fuentes de energía y sistemas de aire acondicionados.

Deberá hacer **una oferta pública** que establezca las condiciones para compartir la infraestructura, la cual será aprobada por el IFT.

Negociar las tarifas con el concesionario solicitante y hacer públicos los resultados. En caso de no llegar a un acuerdo, el IFT las determinará.

Televisa deberá entregar al IFT y **publicar los términos y condiciones de sus servicios de transmisión publicitaria** y las estructuras de las tarifas relevantes.

Tiene prohibido incurrir en prácticas que impliquen negativa de trato. No podrá condicionar o discriminar con respecto a los espacios publicitarios ofrecidos en sus diferentes plataformas tecnológicas

Cuando Grupo Televisa ofrezca cualquiera de sus canales de televisión abierta a sus filiales, subsidiarias, partes relacionadas o terceros, para una plataforma tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecer dichos canales a cualquier otra persona que se lo solicite para esa plataforma bajo los mismos términos y condiciones

Televisa **no podrá adquirir en exclusiva derechos de transmisión** de eventos relevantes, como la liguilla del futbol mexicano, partidos de la Selección Mexicana, Juegos Olímpicos, finales del Mundial del Futbol y otros de alto nivel esperados por las audiencias.

No podrá participar o permanecer en ningún “club de compras” de contenido audiovisual a menos que haya obtenido la previa autorización del IFT.

Tiene prohibido **participar, directa o indirectamente,** en el capital social o influir en forma alguna en la administración o control del agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones o poseer instrumento o título alguno que le otorgue esa posibilidad. Tiene prohibido que los miembros de los consejos de administración y los directivos de los entes que lo conforman, participen en los consejos de administración o en cargos administrativos del agente económico preponderante en telecomunicaciones.

Fuente: Elaboración propia con información de IFT (2014) Resolución por la que se determina a Grupo Televisa como agente económico preponderante en el sector de la radiodifusión y se le imponen medidas asimétricas.

Como puede observarse en los cuadros 4.1 y 4.2, a América Móvil se le impusieron medidas más contundentes para la compartición de su red e infraestructura y se le impidió ingresar al ámbito de la televisión restringida, que como señalamos en el capítulo anterior, es un sector en el que el grupo de Carlos Slim aún carece de la influencia de los contenidos televisivos, los cuales han sido fundamentales para promover la negociación de Televisa con el poder político. Por otro lado, si bien a Televisa se le obliga a una mayor transparencia en la venta de contenidos, publicidad y compartición de infraestructura, no se le imponen límites a su concentración en televisión restringida, dándole ventaja frente a Slim y otros operadores.

Ante esas disposiciones iniciales, Televisa y América Móvil presentaron diversos recursos jurídicos ante los tribunales especializados y ejercieron una fuerte presión mediática en la que acusaron la caída de sus ingresos e incertidumbre económica y laboral por la declaración preponderancia (Emeequis, 2014, marzo 7; Milenio, 2014, marzo 17 y Aristegui Noticias, 2014, abril 2). Asimismo cabildaron y presionaron a los actores políticos a fin de defender sus intereses toda vez que las medidas se emitieron en la víspera de la discusión y aprobación de la legislación secundaria, la cual rectificaría o sustituiría el criterio de declaración de preponderancia utilizado por el IFT (Milenio, 2014, junio 27). En la iniciativa de Ley secundaria enviada por el Presidente Enrique Peña Nieto a la Cámara de Diputados, el 23 de marzo de 2014, se hizo evidente el cabildeo que realizaron Grupo Televisa y otros actores contrarios a América Móvil con el Ejecutivo ya que la propuesta no sólo ratificaba la preponderancia por sector, para proteger la expansión de Televisa en las telecomunicaciones, sino que promovía la gratuidad de las tarifas de interconexión de Telmex a sus competidores (Solórzano, 2014, marzo 28). Por su parte, el grupo de Slim emprendió una resistencia mediática aludiendo a la competencia económica como discurso legitimador, así como una estrategia política en la que planteó riesgos de

desinversión y acusó que se le afectó más que otros actores (Sigler, 2014, abril 2 y Senado de la República, 2014, marzo 27).

Con base en las declaraciones de preponderancia y las medidas regulatorias específicas que ya puntualizamos, así como por el proceso de elaboración de la Ley Secundaria, podemos desarrollar a continuación tres de los principales ejes de conflicto derivados de la reforma, los cuales involucraron a los dos grupos dominantes, a la élite política y al órgano regulador como actores que negociaron las condiciones regulatorias convenientes para mantener la trayectoria de concentración del sector pese a los objetivos impulsados por la reforma.

4.1.1 La tarifa cero de interconexión y la resistencia de América Móvil ante la competencia: recursos políticos y jurídicos

Ante las medidas asimétricas impuestas por el órgano regulador, América Móvil movilizó recursos jurídicos para resistir y oponerse a la declaración de preponderancia y a la tarifa de interconexión por la que debía pagar más que sus competidores (Méndez, 2014 Abril 2; Mendieta, 2014, Abril 2 y América Móvil, 2014, marzo 27). Sumado a ello, la iniciativa de Ley Secundaria enviada por el Ejecutivo al Senado el 24 de marzo de 2014 iba más allá: no confirmaba las tarifas de interconexión asimétricas mandatadas por el IFT, sino que imponía una *tarifa cero*, gracias a la cual los competidores de América Móvil no pagarían a Telmex y a Telcel por terminar las llamadas en su red, mientras que las compañías de Slim sí debían pagar a otras telefónicas por ese servicio. Para evitar la inclusión de dicha disposición en la nueva legislación, América Móvil también emprendió una presión mediática y política bajo un discurso legitimador basado en la competencia pues señalaba que la obligación de regalar su red no contribuía a tener un sector competitivo sino que podría desincentivar sus inversiones de telefonía móvil en México (América Móvil, 2014 marzo 27). Al respecto, la consultoría The Competitive Intelligence Unit (The-CIU) informó que América Móvil redujo su inversión a partir de la reforma de telecomunicaciones, aunque enfatizó que sería una actitud pasajera (Posada, 2014, abril 2).

A la par de la presencia mediática, América Móvil cabildeó y presionó al Poder Legislativo aludiendo a su poder económico al enfatizar, por un lado, las inversiones que hizo Telmex, a partir de su privatización, en infraestructura y capacitación para la interconexión, la reducción de las tarifas locales y larga distancia y el incremento en la cobertura de banda ancha y por otro lado, al criticar la conformación de monopolios en otros servicios de telecomunicaciones, específicamente en televisión restringida (Senado de la República, 2014, marzo 27). Asimismo, América Móvil tuvo el respaldo de organismos internacionales, como el Banco Interamericano para el Desarrollo (BID) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que criticaron la tarifa cero de interconexión incluida en la iniciativa del Ejecutivo (Sigler, 2014, mayo 15 y Villamil, 2014, abril 16). Al discurso legitimador de la competencia económica se sumó un discurso que amenazaba la estabilidad laboral cuando el Sindicato de Trabajadores de Telmex, por medio de su dirigente Francisco Juárez, sostuvo que al impactar en la inversión de la empresa, la tarifa cero perjudicaría los salarios de los trabajadores y reduciría su jubilación (Flores, 2014, abril 23).

En menor medida se incorporó a la discusión mediática la postura de la invasión de atribuciones por parte del Congreso sobre el IFT al ordenar la tarifa cero en la Ley secundaria, cuando era atribución del órgano regulador establecer las condiciones de interconexión (Martínez C., 2014 julio 14). No obstante, este criterio sería fundamental para la resistencia jurídica que posteriormente adoptaría América Móvil. En contraparte, el otro agente predominante, Televisa, presionó política y mediáticamente para que con la tarifa cero se obligara a América Móvil a compartir su red con el argumento de fomentar la competencia (Villamil, 2014, abril 3 y e-consulta, 2014, abril 4).

Finalmente, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, aprobada el 5 de julio de 2014, estableció, en el artículo 131, la tarifa tasa cero para los competidores de Telcel y Telmex beneficiándose, en telefonía móvil, principalmente los consorcios extranjeros como la compañía española Telefónica Movistar y la trasnacional AT&T que se instaló en México a principios de 2015 tras la adquisición de las empresas Iusacell, Nextel y Unefon. En telefonía fija se

favorecieron otras compañías telefónicas como Maxcom y Axtel y los grupos Tv Azteca y Televisa que ofertan el servicio de *triple play* por medio de la marca Total Play en el primer caso y de las diversas empresas de cable en el caso de Televisa (Celis, 2017 junio 26).

La reacción inmediata de Slim tras la reforma fue el anuncio de la desincorporación de activos de América Móvil para disminuir su condición de preponderante (Tovar, 2014 julio 9). Además de esta medida corporativa, en el ámbito de la interconexión implementó una estrategia jurídica y política para revertir la tarifa cero. Por medio de Radiodipsa, representante legal de Telcel, se interpuso una controversia constitucional ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) contra la participación del Poder Legislativo en la regulación y establecimiento de tarifas de interconexión ya que, de acuerdo a su argumento, invadía las atribuciones del IFT (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2015). Por su lado, los competidores de las empresas de Slim también presionaron mediática y políticamente para evitar que fuera beneficiado en el litigio (Villamil, 2017, agosto 10).

En tanto avanzaba el litigio y se anticipaba que el proyecto del ministro Javier Laynez Potisek daría la razón a Radiomóvil Dipsa en su argumento, según el cual el IFT debía definir las tarifas de interconexión y no el Congreso de la Unión, Carlos Slim presionaba políticamente para asegurar dicho fallo. Específicamente, el cabildeo con los ministros de la Corte a favor de Slim se dio por medio de sus litigantes y cabilderos, entre los que destacan el panista Diego Fernández de Cevallos, así como los abogados Francisco del Río Chriboga, Peter Bauer, Fernando Gómez Mont (secretario de gobernación en el gobierno de Felipe Calderón) y Fauzi Handa; este grupo de abogados y políticos actuaron en coordinación con los abogados internos de Telmex, Javier Mondragón, y de Telcel, Alejandro Cantú (Celis, 2017, junio 26).

Bajo la lógica de la relación de mutua dependencia entre el poder económico y el poder político, y ante la proximidad del proceso electoral federal de 2018, el mayor negociador resultó ser el propio Carlos Slim, quien se reunió con el presidente Enrique Peña y con los entonces aspirantes presidenciales del PRI a

unos cuantos días de que la SCJN resolviera el recurso de amparo (Mendoza, 2017, agosto 17). Sin querer afirmar que como resultado de esta reunión la Corte eliminó la tarifa cero, lo cierto es que estas estrategias se enmarcaron en una campaña política, mediática y jurídica de Slim para revertir esa medida. En ese sentido, el 16 de agosto de 2017, la Segunda Sala de la SCJN concedió el amparo a Telcel en contra de la tarifa cero por unanimidad de votos, declarando que el Congreso no era competente para fijar la tarifa de interconexión sino que se trataba de una atribución del IFT (El Insurgente, 2017, agosto 17 y Rodríguez, 2017, noviembre 6).

Aunque los abogados y aliados políticos de Slim afirmaron que la SCNJ no se dejó presionar (Radiofórmula, 2017, agosto 16), la decisión favoreció a América Móvil pues el grupo económico logró una estrategia jurídica que no discutió las afectaciones de la tarifa cero sino las atribuciones del IFT, legitimando así su resistencia a la gratuidad de su red para los competidores. Sin embargo, cuando en cumplimiento de la resolución de la Corte, el IFT determinó las tarifas de interconexión asimétricas para el año siguiente, 2018, el grupo de Carlos Slim presentó un nuevo amparo contra éstas al señalar que eran subsidios para sus competidores y ponían en desventaja a Telcel (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2017, noviembre 2 y Juárez, 2017, noviembre 14). Asimismo, América Móvil obtuvo en abril de 2018 un nuevo fallo por parte de la SCJN que amparó a sus empresas Telmex y Teléfonos del Noroeste (Telnor) contra la tarifa y avaló el cobro de tarifas de interconexión a sus competidores a partir de 2019 (El Economista, 2018, abril 18).

4.1.2 La concentración de la televisión restringida y el respaldo de la regulación: la utilización de recursos jurídicos y políticos

Un segundo eje de conflicto consiste en la concentración de la televisión restringida por parte de Grupo Televisa a partir de las ventajas otorgadas por la reforma de telecomunicaciones, en la resistencia de la empresa hacia los recursos promovidos por otros competidores para que se regulara su condición cuasi monopólica y en la endeble actuación del regulador.

Como ya se señaló en el capítulo anterior, al confirmarse el criterio de preponderancia por sectores y no por servicios en la Ley Secundaria de 2014, pese la presión de los competidores y de organizaciones civiles el Poder Legislativo evitó imponer límites a la concentración de Televisa, la cual, antes de la aprobación de la nueva legislación, ya tenía una presencia de mercado que superaba el 50% con sus empresas Sky, Cablemás, Cablevisión y Cablevisión del Norte (TV1) (Animal Político, 2014, abril 3).

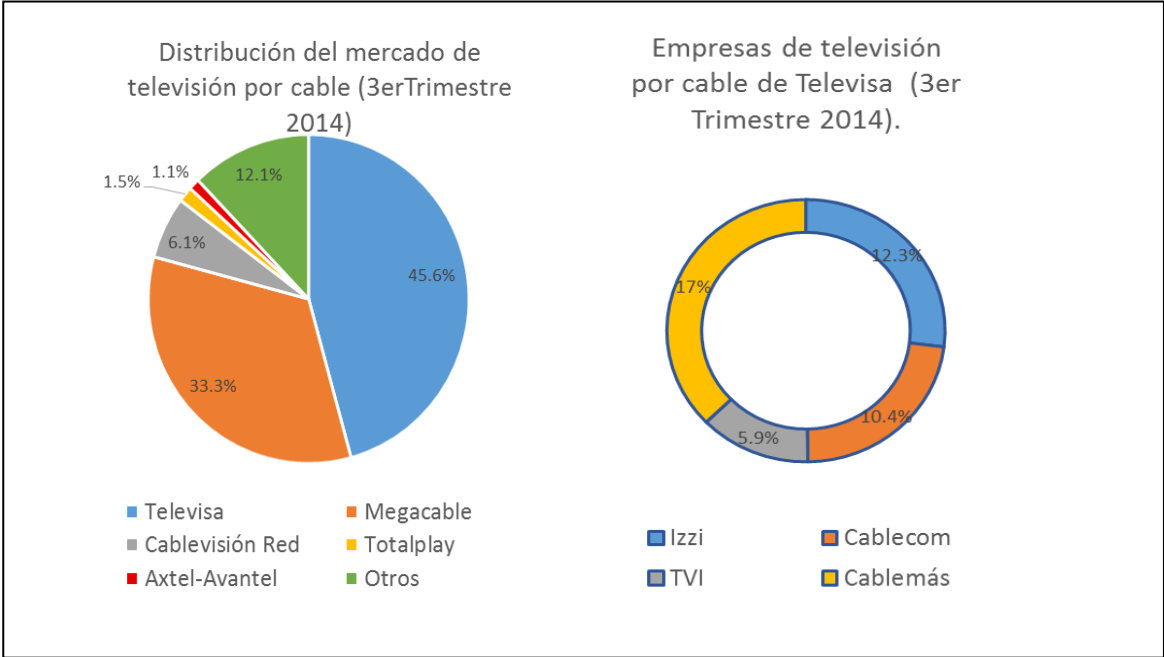
El cabildeo de Televisa en el Congreso para mantener el criterio de preponderancia por sector, le redituó además la inclusión del artículo noveno transitorio, bautizado como “cláusula Cablecom”. Esta cláusula establece que, con el fin de promover la competencia, mientras exista una empresa predominante en telecomunicaciones o radiodifusión, las compras o fusiones (concentraciones) de otras empresa, que cubran ciertos requisitos⁶⁰, no requerirán de autorización del IFT sino sólo un aviso del cumplimiento de tales requerimientos (Decreto de Ley, 2014, julio 11). Es decir, al haber un preponderante en telecomunicaciones, a Televisa prácticamente no se le imponían restricciones para adquirir nuevas empresas, lo que fue aprovechado por la televisora para formalizar la compra del 100 por ciento de Cablecom a dos días de que la nueva Ley entró en vigor (Alto Nivel, 2014, agosto 08).

Al respecto cabe señalar que en agosto de 2013, Televisa había adquirido 51% de la empresa Cablecom. No obstante, la adquisición quedó sujeta a la aprobación de varias instancias bajo la ley anterior. Por eso, apenas se aprobó la nueva Ley Secundaria, bajo el criterio arriba señalado, se validó dicha compra. Posteriormente, Televisa adquirió la totalidad de Cablecom durante el tercer trimestre de 2014, lo que incrementó su participación de mercado de 55% a

⁶⁰ Entre esos requisitos está el no tener una participación mayor al 20 por ciento del sector en el que se pretende realizar la operación de compra o fusión. Al considerarse a América Móvil como preponderante en el sector (sumando su participación en los servicios de telefonía móvil, telefonía fija e internet), prácticamente Televisa cumplía con este requisito pues a pesar de dominar el servicio de televisión restringida, su participación en el mercado telefónico y banda ancha era incipiente.

59.9%. Después, en el primer trimestre de 2015 compró Cablevisión Red, con lo cual su participación en televisión restringida llegó a 61.9% (IFT, 2015, Cuarto Informe trimestral).

Figura 4.1. Presencia de Televisa en el mercado de televisión por cable (por medio del cual se ofrecen servicios de telecomunicaciones de triple play) al tercer trimestre de 2014.



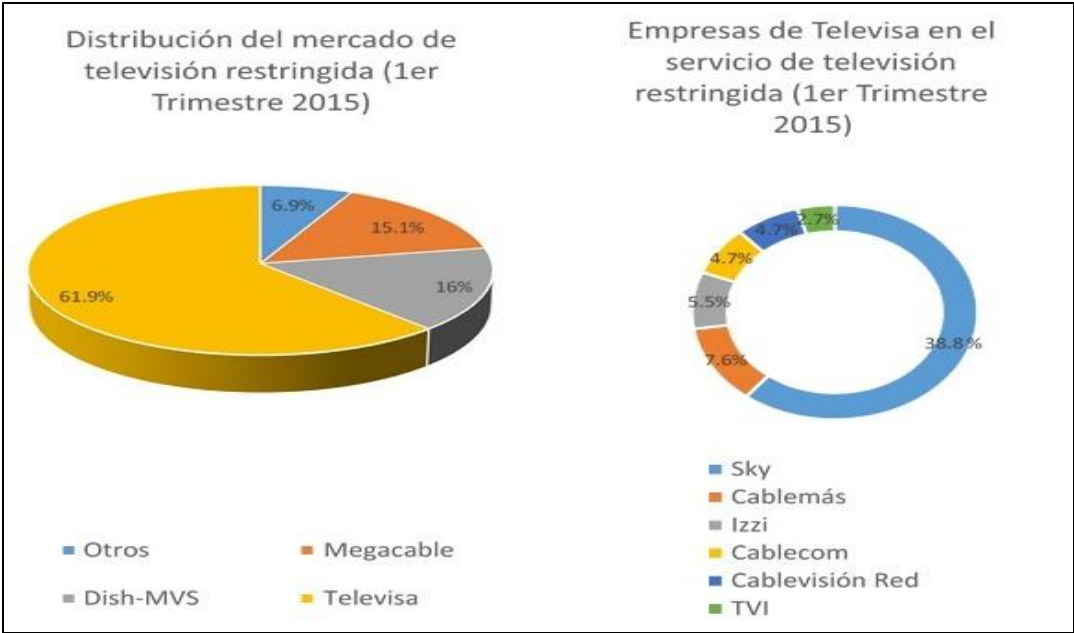
Fuente: Elaboración propia con datos de IFT (2014) Tercer Informe trimestral

Con el incremento de su participación en el mercado de televisión por cable, que como vemos en la *Figura 4.1* para el tercer trimestre de 2014 ya cubría el 45.6%, Grupo Televisa estuvo en condiciones de aumentar su presencia en el mercado de *triple play* dado que, hasta hace poco, por medio del cable se proveían también servicios de telefonía fija e internet⁶¹. Con esta estrategia, Televisa incrementó su participación en el mercado de telecomunicaciones bajo la conformación paulatina de una nueva marca, IZZI, que agrupaba a sus sistemas de cable y su correspondiente oferta servicios de *triple play*. En el último trimestre

⁶¹ A partir de 2018, Televisa también ofrece el servicio *triple play* a través de su sistema de televisión por satélite Sky.

de 2014, IZZI tuvo un crecimiento de 35% en ingresos y, junto con el sistema satelital Sky, aportó 45% por ciento de las ventas consolidadas de Grupo Televisa, lo que indica el fortalecimiento del consorcio en el sector de telecomunicaciones (Martínez A., 2015 febrero 27)⁶².

Figura 4.2. Presencia de Televisa en el mercado de Tv Restringida al Primer Trimestre de 2015



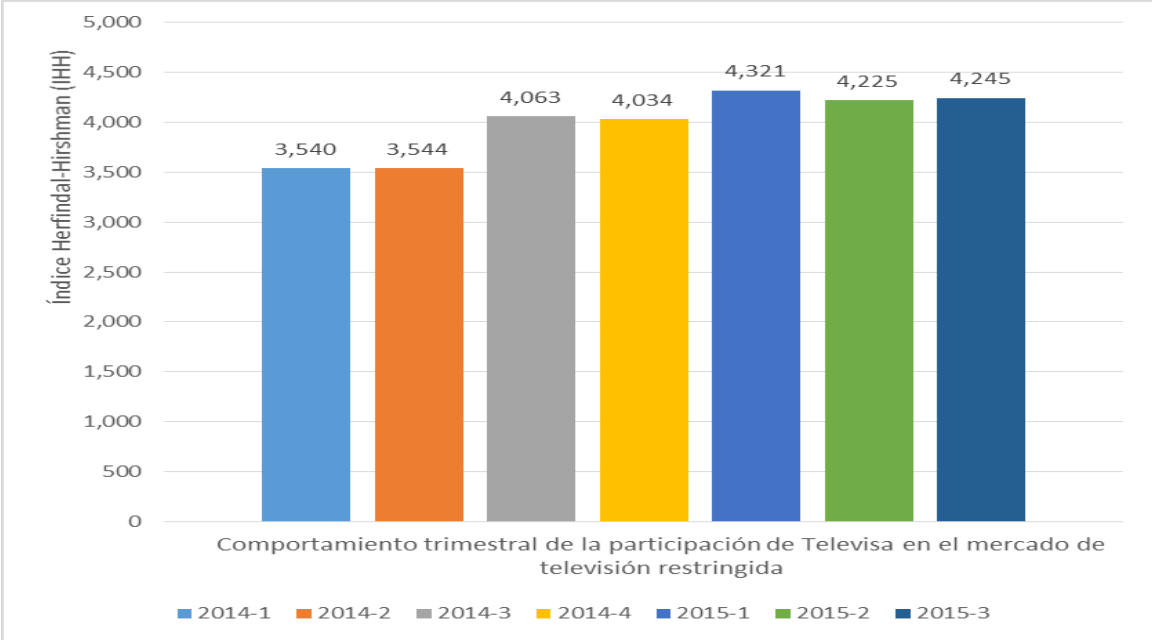
Fuente: Elaboración propia con datos de IFT (2015) Primer informe trimestral

Al concluir 2014, el IFT reportó que la participación total de Televisa en el mercado de Televisión restringida representaba el 61.9% con la suma de sus diferentes empresas (Sky 38.8%, Cablemás 7.6%, Izzi 5.5%, Cablecom 4.7%, Cablevisión Red 2.7% y TVI 2.7%). Mientras que la participación de otros operadores fue: Dish-MVS, 16%, Megacable, 15.1% y el resto de los operadores, 6.9%. En ese tenor, el IFT reconoció un aumento sostenido en los índices de

⁶² De acuerdo al analista Gabriel Sosa, la televisión abierta ha dejado de ser la principal fuente de ingresos de Televisa y se ha convertido en su instrumento político, de presión y relaciones públicas, mientras que su rama de comunicaciones, encabezada por la televisión restringida, es su principal fuente de ingresos, por lo que su estrategia apunta a fortalecer dicha división (Barragán, 2015, octubre 08).

concentración IHH⁶³ entre marzo de 2014 y finales de 2015 enfatizada por las adquisiciones de Grupo Televisa de compañías de cable.

Figura 4.3. Índice de concentración de Televisa del Primer trimestre de 2014 al tercer trimestre de 2015



Fuente: Elaboración propia con datos de IFT (2015) Tercer Informe Trimestral.

En septiembre de 2014, el IFT inició una investigación a nivel nacional, estatal y local para determinar si existían jugadores con poder sustancial en el mercado de televisión restringida en el país, lo que planteaba la posibilidad de establecer reglas más estrictas para Televisa en este segmento (Reuters, 2014 septiembre 11). Los resultados preliminares de la Unidad de Investigación del IFT arrojaron que Televisa tenía poder sustancial, concepto técnico definido en la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE), el cual se refiere a la capacidad de

⁶³ A partir de 2016, El IFT expidió un criterio técnico que utilizará el Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) para medir y prevenir la concentración en los mercados y servicios de telecomunicaciones y radiodifusiones. El IHH mide la concentración evaluando la participación de mercado de las empresas en una dimensión cuantitativa entre 0 y 1 o bien, entre 0 y 10, 000 puntos. Los mercados cuyo IHH se ubica entre 1, 500 y 2,500 puntos son moderadamente concentrados mientras que los que superan 2,500 puntos son altamente concentrados (Piedras, 2016, agosto 10).

una empresa para comportarse de manera independiente respecto a sus competidores, por tanto puede actuar sin que los agentes competidores pueden contrarrestarlo. En virtud de ello, el IFT determinó iniciar un proceso a Televisa consistente en la presentación de pruebas por parte de la empresa para con base en ello emitir una resolución sobre si debía declararse empresa dominante (Prensario, 2015 marzo 17).

Para evitar que se le impusieran limitaciones en la venta de publicidad y adquisición de contenidos en televisión restringida, Televisa emprendió una estrategia de cabildeo en el IFT. Esta presión fue liderada por abogados y directivos de la empresa, quienes se reunieron por lo menos tres veces con los comisionados en pleno del IFT, en un lapso corto de dos semanas, para “promover discusiones” sobre la posible declaración de dominancia (Guerrero, 2015, septiembre 21)⁶⁴. Como efecto de la presión y negociación impulsada por Televisa, el IFT emitió una resolución favorable a la empresa el 30 de septiembre de 2015 con cinco votos en contra y dos a favor de la declaración de preponderancia, éstos últimos de las comisionadas Adriana Labardini y María Elena Estavillo. El pleno determinó que, pese a tener 63% de los suscriptores de televisión restringida en 2 mil 124 municipios del país, Televisa no podía imponer condiciones de mercado y por lo tanto no tenía poder sustancial (Barragán, 2015 octubre 8).

Es evidente la presión ejercida por la empresa sobre los comisionados del órgano regulador pues la decisión que finalmente adoptó el Pleno contradijo las investigaciones y dictámenes preliminares realizados por personal del IFT en los que se consideraba que sí había poder sustancial (Villamil, 2015, octubre 3). A pesar de la evidente concentración, la incidencia histórica del poder fáctico

⁶⁴ En el transcurso de dos semanas, acompañados de sus abogados, los directivos de Televisa, Alfonso de Angoitia, vicepresidente de la empresa, Alejandro Bustos, vicepresidente de Asuntos Jurídicos y Regulación y Adolfo Lagos, vicepresidente de Telecomunicaciones, mantuvieron tres reuniones con comisionados del pleno del IFT para “dialogar” sobre la resolución del poder sustancial de Televisa (Guerrero, 2015 septiembre 21).

mediático ha tenido más peso en la regulación que las propias disposiciones normativas de la reforma, las cuales, como hemos visto, se han modificado, por influencia de los grupos económicos, para reproducir la trayectoria de concentración en el ámbito de las telecomunicaciones. Y este fallo del órgano regulador evidencia el poder de influencia de Televisa y quebranta el sentido de la reforma (Barragán, 2015, octubre 8).

Tan sólo unos meses después de la resolución, Televisa avanzó en su expansión en las telecomunicaciones y enfatizó su concentración en televisión restringida al recibir, como un beneficio adicional, el aval del IFT para concretar la adquisición del 50% restante de Televisión Internacional, conocida como Cablevisión Monterrey, cuyo primer 50% había adquirido en 2006 (Prensario, 2016, febrero 26). Con la compra total de la empresa de cable, la concentración de Televisa en el servicio de televisión restringida llegó a 63%.

Sin embargo, este triunfo de Televisa no fue definitivo ya que se presentaron dos amparos de Tv Azteca contra la resolución del IFT y otro de Televisora del Valle, los cuales fueron aceptados por el Juzgado Especializado en Telecomunicaciones y Competencia Económica. Ante las críticas al órgano regulador, éste argumentó que no declaró a Televisa con poder sustancial en televisión restringida dado que también Dish, Totalplay y Megacable crecieron en el mercado y por tanto Televisa no imponía condiciones en la oferta de señales y contenidos (Sigler 2015, septiembre 10).

Más de un año después, el Primer Tribunal Colegiado Especializado en Telecomunicaciones y Competencia Económica dio la razón a las empresas que se ampararon al revocar la resolución del IFT y ordenarle investigar nuevamente. (Reforma, 2017, febrero 1). En esta nueva indagación, hubo una resolución opuesta ya que el Pleno resolvió que Televisa sí tenía poder sustancial en el mercado de televisión de paga pues no enfrentó presión competitiva sino que tuvo la capacidad de formular ofertas del servicio de TV de paga en condiciones que los demás participantes no pudieron equiparar. El IFT argumentó que esto se debió a que Televisa es el único participante en el mercado que opera los dos tipos de plataformas (televisión satelital y televisión por cable), tiene los derechos

y es productor de contenidos audiovisuales de gran valor para las audiencias que no están disponibles para sus competidores en las mismas condiciones (IFTa, 2017, marzo 2).

Como puede observarse, en esta ocasión el IFT optó por considerar que Televisa tenía poder de mercado y en esa medida sus argumentos fueron más contundentes. Sin embargo, fue omiso en el establecimiento de las medidas asimétricas correspondientes a Televisa por su poder sustancial y para finales del año 2017 aún no las había emitido (El Mañana, 2017 octubre 17). De esa forma, Televisa ganó tiempo hasta que el 6 de diciembre de 2017, la Primera Sala de la SCJN atrajo dos recursos presentados por la empresa, uno de inconformidad y otro de queja, contra la decisión del IFT de declararlo con poder sustancial y en contra del Tribunal Especializado que ordenó al regulador establecer medidas asimétricas (Lucas, 2017, diciembre 6). Finalmente, en febrero de 2018 la Corte ordenó al IFT anular la mencionada resolución y el 23 de marzo de ese año el regulador notificó a Grupo Televisa que no tenía poder sustancial en el mercado de televisión restringida por carecer de elementos para determinar esa resolución, dejando sin efectos cualquier intención de imponerle medidas regulatorias específicas (Corona, 2018, marzo 23). .

Como hemos podido observar, la televisión restringida ha sido un eje de conflicto basado en las regulaciones favorables a Televisa y en la resistencia de ésta hacia cualquier medida regulatoria que le pretenda imponer límites. A través de recursos jurídicos, presión y cabildeo, la empresa ha obtenido el respaldo del poder político y su trayectoria de concentración sólo ha sido amenazada por la presión jurídica de otros grupos económicos. Ante ello, Televisa ha emprendido una estrategia de larga resistencia que le ha permitido, ante la falta de contundencia del IFT y la ausencia de una resolución definitiva, incrementar su participación en el segmento de televisión restringida y mantener una concentración del 63% del mercado.

4.1.3 Derechos de las audiencias subordinados e intereses empresariales: recursos políticos y discursivos

El tercer punto de conflicto ha implicado no sólo las resistencias e influencia de las empresas mediáticas sobre el poder político y el órgano regulador, sino la imposición de los intereses privados empresariales sobre los derechos relacionados con las audiencias, lo que desarticula otro de los ejes de la reforma: los derechos constitucionales relacionados con el acceso a información plural y objetiva. Es decir, a pesar del reconocimiento de los derechos de las audiencias en la reforma constitucional y la Ley secundaria, las estrategias de los medios de difusión, encabezados por las televisoras lograron influenciar la regulación a través de un conjunto de recursos discursivos, presión y cabildeo con el poder político para mantener su estrategia comercial por encima del interés social.

A grandes rasgos, las audiencias hacen referencia a los sujetos sociales, históricos y culturales que entran en contacto con los medios de comunicación (Orozco, 1997 y Solís L., 2009). Al formar parte de diversas instituciones (familias, comunidades, religiones), se ha reconocido la condición de ciudadanía de las audiencias y, en esa medida, requieren de derechos, entendidos como reglas generales que permiten el respeto a su condición en el ámbito de los contenidos, la información, la publicidad, los horarios y el acceso (Becerril 2012 y Sánchez G., 2016). En México, como en la mayoría de los países, las audiencias fueron durante mucho tiempo invisibles en la regulación y en los hechos han sido históricamente subordinadas a los intereses políticos y comerciales de las grandes empresas televisivas que introducen publicidad y propaganda política como parte de los contenidos, tratando a las audiencias más como productos mercadológicos o consumidores de los bienes que se anuncian en radio y televisión que como audiencias interesadas en obtener contenidos informativos y de entretenimiento que correspondan a la realidad social (Solís L., 2009; Bustamante, 2013 y Amedi, 2017, enero 27). Asimismo, a partir de la relación de dependencia entre el poder político y los grandes medios, las audiencias están expuestas a numerosos programas noticiosos y de análisis donde suelen recibir información tendenciosa así como noticias mezcladas con la postura de los conductores o las empresas, cuyos comentarios se autocensuran o destacan a ciertos actores políticos (Salas, 2016, noviembre 10).

Es conveniente recordar que la reforma constitucional estableció un repertorio de derechos de las audiencias de radiodifusión entre el que destaca preservar la pluralidad y la veracidad de la información. En ese tenor, la reforma prohibió la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa, y ordenó la creación de mecanismos para la protección de las audiencias (Decreto de reforma, 2013, junio 10). Este reconocimiento implicaba otorgar protección jurídica a las audiencias frente a los intereses meramente comerciales de las empresas, especialmente de las que concentran la propiedad. Los concesionarios de la televisión y la radio rechazaron dicho reconocimiento y buscaron presionar al poder político para excluir a las audiencias de la reforma de telecomunicaciones (Villamil, 2017, octubre 31).

La Ley secundaria por su parte estableció como derechos de las audiencias la obligación de los concesionarios de distinguir en pantalla la información noticiosa de la opinión así como especificar la publicidad y el contenido de un programa. De la misma manera, la Ley indicó que las audiencias tendrían derecho a conocer los códigos de ética de concesionarios de radio y televisión y a contar con un defensor de la audiencia (Decreto de Ley, 2014, julio 14). Sin embargo, el cumplimiento de los concesionarios respecto a la creación de códigos y defensorías no tenía carácter obligatorio y estaba sujeto a su voluntad. En el caso de las defensorías públicas se imponían numerosos requisitos para sus titulares, incluso ellos, y no los concesionarios, “podrían ser sancionados por no dar seguimiento a las quejas de los radioescuchas o televidentes” (Sosa G. 2016, p. 26).

Las empresas mediáticas han pugnado históricamente por la autorregulación de sus transmisiones, sobre todo en relación con la publicidad. Sin embargo, la Ley secundaria facultó al IFT para emitir lineamientos para la defensa de los derechos de las audiencias, lo cual no fue bien recibido por la industria ya que implicaba anteponer estos derechos a sus intereses empresariales y la obligación de identificar la publicidad afectaría su negocio (Amedi, 2017, enero 26). Los radiodifusores argumentaron que se trataba de una sobrerregulación por parte del IFT cuando lo que se buscaba, por el contrario, era dar una mayor

certidumbre a lo que se presenta, ya sea información, opinión o publicidad (Masini, 2017, enero 27).

El IFT aprobó los Lineamientos para la Defensa de las Audiencias el 29 de noviembre de 2016 y se publicaron el 21 de diciembre de ese mismo año. Entre otras disposiciones, los lineamientos establecían que:

- 1) los medios deberán contar con un código de ética en el que expliciten los principios que los regulan; su misión y su visión; cómo entienden a sus audiencias y qué tipo de contenidos se disponen a ofrecerles.
- 2) Es obligatorio que cuenten con un defensor de sus audiencias⁶⁵.
- 3) Se explicitan entre los derechos de las audiencias los que corresponden a la niñez, a las personas con discapacidad o a los miembros de las etnias del país.
- 4) Se deberán distinguir los contenidos noticiosos de opiniones así como los contenidos de la publicidad.
- 5) Se llama a evitar la apología de la violencia; fomentar la equidad de género; a estimular la creatividad de las audiencias y proporcionarles contenidos que los acerquen al conocimiento científico y artístico.
- 6) Al menos en un segmento de uno de los noticieros de cada estación será requisito presentar las noticias en lenguaje de señas mexicano en atención al derecho a la información de audiencias con capacidades especiales (Acuerdo del IFT, 2017, Diciembre 21).

Los lineamientos se fundamentaron en las disposiciones constitucionales y la Ley secundaria; sin embargo, las empresas de radiodifusión asumieron un discurso público que buscaba legitimar sus intereses a partir de la defensa de la libertad de expresión. Básicamente este discurso, expresado en diferentes medios, planteaba que la supuesta sobrerregulación del IFT violentaba la Ley, a pesar de que ésta no le otorgaba capacidades sancionadoras al órgano regulador ante la inobservancia de los lineamientos por parte de los concesionarios. A los radiodifusores se sumaron muchos actores políticos (legisladores, gobernadores, presidentes municipales) que consideraron que los

⁶⁵ El defensor de audiencias es un mediador designado por el propio medio, cuya función es recabar las inquietudes de quienes sintonizan la estación respecto a sus contenidos; el tratamiento de algún asunto; errores o imprecisiones que se hayan publicado, etc. El defensor fomentará el consumo crítico de los medios y podrá hacer recomendaciones no vinculantes a la estación.

lineamientos eran un obstáculo para “sus aspiraciones políticas, estrategias de comunicación y relaciones clientelares” (Amedi, 2017, enero 26, en línea). Otros organismos con gran influencia mediática y política como la Iglesia Católica y las cámaras de industriales de radio y televisión, así como algunos columnistas de medios impresos y digitales también replicaron los argumentos sobre censura y ataque a la libertad de expresión (Encuentro Radio y Tv, 2017, enero 31; Siempre, 2017, enero 30; Cárdenas, 2017, febrero 2 y González Luna, 2017, febrero 08).

A partir de ello, hubo primero una resistencia de la industria al cumplimiento de los lineamientos y, posteriormente una estrategia de cabildeo con el poder político para que éste revirtiera los derechos de las audiencias. Las dos cámaras del Poder Legislativo y la Presidencia de la República actuaron como voceros de la industria para señalar una intromisión del IFT y presentaron controversias constitucionales ante la SCJN bajo el argumento de que los lineamientos violaban la libertad de expresión y era facultad de la ley establecer los derechos de las audiencias y no del órgano regulador (Villamil, 2017 enero 25; XEU, 2017 enero 27; Radiofórmula, 2017 enero 31 y Animal Político, 2017, febrero 2). Esta presión mediática y la amenaza jurídica provocó que el IFT postergara, en dos ocasiones, la entrada en vigor de los lineamientos, logrando el beneplácito de la industria de radiodifusión (Juárez, 2017, febrero 2).

A diferencia de los conflictos observados anteriormente, la estrategia adoptada por la industria fue principalmente regulatoria, ya que, al contar con el respaldo del poder político, los radiodifusores lograron impulsar una nueva reforma en el Congreso para eliminar los derechos de las audiencias.

El 5 de abril de 2017, la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados votó y aprobó un proyecto de dictamen integrado por las iniciativas presentadas por Clemente Castañeda de Movimiento Ciudadano (MC) y Federico Döring del PAN. La primera buscaba suprimir la disposición que obligaba a diferenciar la información noticiosa de las opiniones de los comunicadores y la segunda promovía la autorregulación de las empresas (Sevilla, 2017, abril 6). El 24 de abril, con 288 votos a favor, 114 en contra y 18

abstenciones, el pleno de la Cámara de Diputados aprobó la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que acota las facultades del IFT y evita sanciones a los radiodifusores que violen los derechos de las audiencias en sus noticieros (Animal Político, 2017, abril 27).

En el marco del inicio del proceso para la elección presidencial de 2018 y en medio de la presión de la industria hacia los legisladores con la promesa de beneficios publicitarios de cara a los comicios (Rodríguez, D., 2017, abril 25), el Pleno del Senado aprobó la reforma el 26 de octubre de 2017 (con 72 votos a favor, 13 en contra y 3 abstenciones), bajo el argumento de que las disposiciones de la Ley de 2014 limitaban la libertad de expresión y la libertad editorial. La reforma también enfatiza la autorregulación al establecer que cada concesionario deberá emitir libremente un Código de Ética, el cual no tendrá que ser validado por el IFT (Guzmán, 2017 octubre 26).

Ante la imposición de esta reforma en detrimento de los derechos de las audiencias, organizaciones sociales y académicos presionaron a los legisladores que votaron en contra de la reforma y al Pleno del IFT para que presentaran una controversia constitucional ante la SCJN, argumentando la vulneración de la autonomía del órgano regulador (Amedi, 2017, noviembre 27 y Martínez C., 2017, noviembre 30). Sin embargo, la influencia y presión de la industria resultó más efectiva dado que el Pleno del IFT, pese a la recomendación de su Consejo Consultivo, resolvió no presentar la controversia⁶⁶. Por su parte, un grupo de 47 senadores presentaron la acción de inconstitucionalidad el 29 de noviembre de 2017 planteando que la reforma permitiría, en el contexto electoral, promocionar políticos en contenidos noticiosos y de entretenimiento (Aristegui Noticias, 2017, Noviembre 30). Pocos días después, seis senadores del grupo del candidato presidencial panista, Ricardo Anaya, se retractaron ante la presión de su coordinador parlamentario (Villamil, 2017, diciembre 8).

⁶⁶ Los comisionados María Elena Estavillo, Adriana Labardini y Adolfo Cuevas votaron a favor de presentar la controversia mientras que Gabriel Contreras; Mario Germán Fromow; Javier Juárez y Arturo Robles votaron en contra.

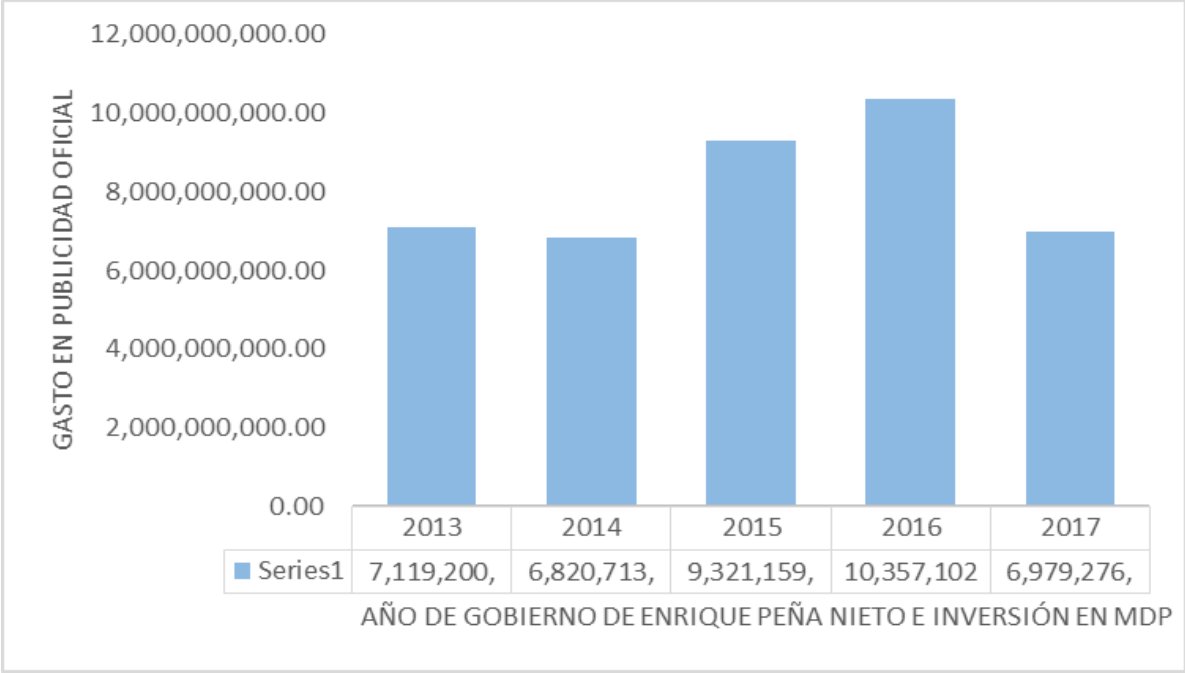
En relación con la vulneración de los derechos de las audiencias, es preciso hacer hincapié en que en el marco de la relación de mutuo beneficio entre el poder político y el poder económico mediático, el excesivo gasto del gobierno en publicidad oficial dentro de los principales medios también afecta a las audiencias dado que la inversión pública influye sobre las líneas editoriales de los medios (Castaño, 2017 mayo 3). En ese sentido, los derechos de las audiencias no sólo se han desarticulado en la reforma de telecomunicaciones sino que se han desprotegido en otra legislación relacionada con la publicidad oficial, la cual fue aprobada unos meses después de la contrarreforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Como señalamos en el capítulo anterior, el gasto en publicidad oficial por parte de gobierno federal y las entidades federativas se ha incrementado de manera importante. De acuerdo al estudio *Libertad de Expresión en Venta. Acceso a información y censura oficial indirecta en publicidad oficial* (Artículo 19 y Fundar Centro de Análisis e Investigación A.C., 2015 agosto), esta tendencia al aumento se observa en el primer año de gobierno de los últimos presidentes: Vicente Fox ejerció en 2001 3, 736 millones de pesos, Felipe Calderón gastó en 2007 5, 624 millones de pesos y Enrique Peña erogó en 2013 7, 611 millones de pesos, mientras que 27 entidades federativas gastaron, durante 2013, 5, 639 millones de pesos en publicidad oficial. El estudio señala además que a nivel federal, los contratos por publicidad oficial se otorgaron en 2014 a 1,767 proveedores de los cuales sólo 10 acumularon 45% del gasto total anual y de entre éstos, Televisa y Tv Azteca recibieron el 25% de los recursos: a Televisa le correspondió 17.3 % del gasto en publicidad oficial, equivalente a 1, 220 millones de pesos y Tv se le otorgó el 7.9 %, equivalente a 559 millones de pesos.

Entre enero de 2013 y diciembre de 2017, Enrique Peña Nieto había otorgado, de acuerdo al Informe Anual 2017 de Artículo 19, denominado *Democracia Simulada. Nada que aplaudir*, 40,597 millones de pesos a gastos de publicidad oficial, de los cuales, el 55.96% se destinó a 20 empresas de comunicación y el 44.04% restante a un total de 3 mil 108 medios. Entre el grupo

beneficiado, Televisa concentró 16.45% del gasto y Estudios Azteca, el 9.70% (Artículo 19, 2018, marzo).

Figura 4.4. Gasto ejercido en publicidad oficial por el gobierno de Enrique Peña Nieto



Fuente: Elaboración propia con datos de Artículo 19 (2018 marzo) *Informe Anual 2017. Democracia Simulada. Nada que Aplaudir*

A pesar del gasto en publicidad oficial y los efectos negativos sobre las audiencias, en el primer semestre de 2018 se promovió una iniciativa que profundizó los daños a los derechos de las audiencias, pero que por otro lado implicó beneficios informativos para algunos actores políticos. Pese al rechazo de organizaciones sociales y el sector académico y social, que a su vez demandaban mayor transparencia en el gasto gubernamental por publicidad oficial, el 25 de abril el Senado aprobó la Ley General de Comunicación Social que regulará la publicidad oficial, pero que, de acuerdo a sus detractores, sólo legalizará la propaganda política en la información mediática (Animal Político, 2018 abril 25).

Cabe mencionar que derivado de un recurso de inconformidad que promovió la organización Artículo 19 ante la SCJN por la falta de regulación del Legislativo en el ámbito de la publicidad oficial en la reforma política de 2014, el 15

de noviembre de 2017 el Poder Judicial ordenó al Congreso regular el gasto discrecional en propaganda antes del 30 de abril (Gallegos, 2018 abril 26). Sin embargo, académicos, organizaciones y periodistas agrupados en el colectivo Medios Libres sostuvieron que el proceso legislativo estuvo lleno de irregularidades y la Ley sólo legaliza las malas prácticas sin transparentar la publicidad oficial (Reforma, 2018 abril 26) . Profundizando el debilitamiento de los derechos de las audiencias en el marco de la relación de mutua dependencia de poder económico mediático y el poder político, el presidente Peña Nieto promulgó la Ley el 11 de mayo de 2018 pese a la petición de las organizaciones y actores sociales para revisarla (Marín, 2018 mayo 11).

Como hemos observado en el conflicto suscitado por los derechos de las audiencias, el poder económico de los medios de comunicación implementó una resistencia a toda regulación que pretendiera favorecer a las audiencias bajo un discurso legitimador fundado en la libertad de expresión al cual logró sumar al sector político. Ello, en el marco de la relación de interdependencia con el poder político y con un proceso electoral federal en puerta, que le permitió impulsar, por un lado, una contrarreforma para revertir los derechos de las audiencias y evitar la vigilancia del IFT en sus contenidos y por otra parte, influenciar la creación de una nueva ley que legalizara las prácticas de publicidad y propaganda encubiertas en los contenidos informativos y de entretenimiento.

Se ha observado que en los tres ejes de conflicto analizados, en los cuales se disputa la presencia monopólica de los actores económicos predominantes de las telecomunicaciones y la radiodifusión, éstos han movilizado recursos políticos, jurídicos y discursivos para resistir la regulación que, derivada de la reforma 2013-2014, pretendió fomentar la competencia económica. Por medio de este repertorio de recursos, los poderes fácticos dominantes también influyeron en la desarticulación de la reforma y en la creación de regulaciones específicas posteriores para garantizar las condiciones de reproducción de su tendencia a la concentración de la propiedad e imposición de sus intereses privados empresariales sobre los intereses sociales.

Cuadro 4.3 Recursos y continuidades de los conflictos derivados por la implementación de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013-2014

Conflicto	Qué está en disputa	Recursos movilizados por los poderes fácticos.	Continuidad de la tendencia de concentración
Tarifa de interconexión cero	El monopolio del grupo América Móvil en la red de interconexión telefónica fija y móvil.	Recursos jurídicos ante tribunales Especializados y la SCJN. Recursos políticos de presión y cabildeo ante los tres poderes del Estado.	El grupo América Móvil mantuvo el poder monopólico en los servicios de interconexión con el fallo judicial a su favor.
La concentración de la televisión restringida	El monopolio de Televisa en el mercado de televisión restringida.	Recursos jurídicos ante tribunales especializados y la SCJN. Recursos políticos de presión y cabildeo ante los tres poderes del Estado y el organismo regulador.	Televisa reprodujo su trayectoria de concentración en el mercado de televisión restringida y la consecuente expansión en el mercado de telecomunicaciones.
Los derechos de las audiencias	El negocio de publicidad y propaganda encubierta en contenidos informativos y de entretenimiento y la defensa de las audiencias ante prácticas antiéticas de los medios.	Recursos políticos de presión y cabildeo ante los tres poderes del Estado. Recursos discursivos de legitimación sobre la libertad de expresión.	Se mantuvieron las tendencias poco transparentes y costosas, para el erario, de la publicidad y propaganda oficial e integrada a contenidos informativos, debilitándose los derechos de las audiencias.

Fuente: Elaboración propia.

En el *Cuadro 4.3* sintetizamos la dinámica de la resistencia y el conflicto desarrollado por los poderes fácticos en resistencia a la implementación de la reforma y de la Ley secundaria. Observamos analíticamente que en los tres casos, los poderes económicos fácticos apelaron a recursos de presión que fueron

efectivos gracias a la capacidad de influencia, presión e incidencia sobre el poder político, el poder judicial y la construcción de un discurso legitimador en los propios medios de comunicación.

Los beneficios en términos regulatorios que los poderes fácticos económicos han tenido en el marco de la relación de mutua dependencia con el poder económico han tenido una incidencia favorable directa en el régimen y estructura de propiedad de medios de comunicaciones y telecomunicaciones. En ese sentido puede observarse que se mantuvo una tendencia a la concentración de la propiedad a partir de la condición monopólica de los actores que trascendieron los monopolios en el sector de origen, telecomunicaciones y radiodifusión, a la conformación de nuevos monopolios convergentes de las telecomunicaciones.

Conclusiones

El argumento desarrollado a la largo de esta investigación ha hecho hincapié en la influencia de las condiciones estructurales del sector de radiodifusión y telecomunicaciones y en las relaciones de interdependencia entre la élite mediática y el poder político. Ambas han sido esenciales para la creación de marcos regulatorios que responden, en determinados momentos históricos, a las necesidades de reproducción del modelo económico del país, y en particular a los intereses de los grandes grupos mediáticos que dominan el sistema comunicativo.

Esta investigación partió de observar que la tendencia a la concentración de la propiedad en el sector mediático mexicano y la imposición de los intereses privados a los sociales no disminuyó con la última reforma en materia de telecomunicaciones y radiodifusión (2013-2014) a pesar de que entre los principales objetivos de ésta estuvieron la competencia económica y la incorporación de los derechos fundamentales a la información y comunicación. Por el contrario, la trayectoria de concentración y la influencia de las élites mediáticas se profundizaron dando lugar a una regulación “inacabada” pues tanto en su elaboración como aplicación, los grupos dominantes de la comunicación intervinieron para evitar que se afectaran sus condiciones de reproducción.

En razón de ello nos propusimos observar cómo procedieron los principales grupos mediáticos para influir en la reforma, y una vez aprobada, resistir las regulaciones que específicamente pretendían disminuir su trayectoria de concentración. En específico, nos cuestionamos acerca de los factores que explican la continuidad de las condiciones favorables para los actores que han dominado el espacio mediático pese a esta reforma, que por otro lado fue impulsada por el Estado y los principales grupos políticos en un contexto en el que las formas institucionales del capitalismo promueven la competencia.

En ese sentido, propusimos como hipótesis de investigación que la trayectoria histórica de conformación y concentración del sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México permitió que los actores que dominan el sector se constituyeran como poderes fácticos, los cuales, por medio de una red de intereses económicos y políticos, resistieron la aplicación de una reforma que, normativamente, amenazaba su condición dominante y su concentración de la propiedad. Para lo anterior, los poderes fácticos mediáticos implementaron un repertorio de recursos políticos, jurídicos y discursivos a fin de desarticular el sentido de la reforma y reproducir sus históricas condiciones dominantes dentro del sector.

El marco analítico que hemos construido y aplicado para observar y explicar el desarrollo y consolidación de un sector mediático concentrado nos permite confirmar dicha hipótesis al constatar que, con el apoyo del poder político, esta trayectoria se mantiene pese a las transformaciones sociales de las décadas recientes. Es decir, que el cambio de una economía nacional y cerrada a una de alcance global y libre mercado, el tránsito del régimen político de partido hegemónico a un modelo democrático pluripartidista y de reconocimiento del peso de la sociedad civil, así como canales de comunicación diversos y modelos informativos horizontales que contrastan con la hegemonía de los medios alineados al régimen político, no han impactado las relaciones de interdependencia entre estas dos esferas de poder que se benefician mutuamente.

Es preciso mencionar que el marco analítico que empleamos en esta investigación y que nos permitió corroborar la hipótesis tiene bases teóricas que desde una perspectiva crítica recuperan la discusión sobre el papel de las estructuras mediáticas y su relación con el poder político. Las aportaciones hechas desde la Teoría Crítica, la Economía Política de la Comunicación, Althusser, Gramsci, Thompson, Bourdieu y Castells nos llevó a plantear un diálogo teórico sobre las relaciones de poder en que se desarrollan entre los sistemas mediáticos y la esfera política. En esa medida, la discusión desarrollada nos condujo a asumir la condición económica de los medios de comunicación en la estructura social pero también su efecto político y simbólico en las luchas por el poder. Con

ello, observamos que existe una relación de interdependencia con el Estado, el cual ha contribuido a establecer una determinada estructura mediática, mientras que ésta se vuelve fundamental para el ámbito político y la vida social. Por tanto, el sector mediático puede usar su posición en los espacios de poder no sólo para apoyar al orden social dominante sino también para alcanzar sus propios intereses. En razón de ello, los grandes grupos de comunicación han acumulado una diversidad de recursos económicos, políticos e ideológicos-simbólicos que constituyen su capital para la negociación y presión en los espacios de poder.

Partiendo de esta base teórica, pudimos plantear un marco analítico concreto compuesto de dos categorías que atravesaron los capítulos 2, 3 y 4 y que nos permitieron dar cuenta de la trayectoria de concentración de los medios en México y del papel de la interdependencia de éstos con el poder político. En ese sentido, la *categoría régimen y estructura de propiedad de los medios de radiodifusión y las telecomunicaciones* nos llevó al análisis de la conformación de los grupos económicos dominantes en ambos sectores así como los procesos que les permitieron concentrar el mercado. En tanto que la categoría *poderes fácticos y su interdependencia con el poder político* nos ayudó a caracterizar a las élites mediáticas como poderes fácticos con recursos económicos, políticos e ideológicos que, en el marco de una relación de mutuo beneficio con el poder político, influyen en el espacio público, particularmente en la elaboración de leyes y normatividades.

Con base en estas categorías analíticas, en el segundo capítulo pudimos explicar que, desde su construcción, estos sectores tendieron a la concentración de recursos, estrategia respaldada por la política estatal en razón de los beneficios que ambas partes obtuvieron del modelo comunicativo monopólico y funcional al régimen político. En el tercer capítulo logramos demostrar la continuidad de esta trayectoria en un nuevo contexto político y tecnológico, en la que las élites mediáticas se consolidaron como poderes fácticos a partir de los recursos económicos, políticos e ideológicos acumulados. Asimismo, a partir de este cuerpo analítico pudimos observar la Reforma de telecomunicaciones 2013-2014 en términos estructurales: notando la persistencia de la concentración mediática y la

influencia de los poderes fácticos en las disposiciones más trascendentes. De esa forma se evidenciaron las limitaciones de la reforma y los intereses de los grupos mediáticos en el nuevo marco normativo. En el cuarto capítulo, el marco analítico nos permitió mostrar las estrategias y recursos movilizados por los grupos dominantes para resistir las principales regulaciones, derivadas de la reforma, que amenazaban su trayectoria de concentración.

A partir del trabajo desarrollado, consideramos que esta investigación aporta a las discusiones sobre las condiciones estructurales de los medios de comunicación y su relación con el poder político en un contexto en el que la mediatización y los sistemas de información son fundamentales para el desarrollo de los procesos económicos, políticos y sociales. Asimismo, contribuye de forma específica al estudio de la reforma de telecomunicaciones 2013-2014, una de las más ambiciosas tanto por sus objetivos de competencia y derechos sociales como por el contexto político de concertación política en el que fue elaborada, aportando una explicación estructural a su falta de efectividad y una sistematización de los recursos y estrategias empleados por los actores dominantes para influir en los aspectos normativos que les eran adversos.

En prospectiva, podemos considerar que en medio de las crisis de los medios tradicionales, ante la consolidación de las nuevas tecnologías de la información y las plataformas digitales de comunicación, los grandes grupos de comunicación continuarán utilizando sus recursos económicos, políticos e ideológicos a fin de mantener su trayectoria de concentración, por medio de la integración, diversificación e internacionalización, y así asegurar sus condiciones en el nuevo ecosistema mediático encabezado por los servicios de telecomunicaciones.

Como se pudo observar, el análisis presentado en esta investigación realiza un cierre temporal en el año 2018, al mismo tiempo que concluyeron el periodo gubernamental de Enrique Peña Nieto y la etapa de PRI en la Presidencia, durante los cuales se evidenció la relación de mutuo beneficio con las principales empresas del sector a través de la regulación, la entrega de recursos públicos por

concepto de publicidad oficial y la condonación de impuestos (Badillo, 2019, febrero 3 y La Jornada, 2019, enero 7).

El inicio del periodo presidencial de Andrés Manuel López Obrador, quien se ha autoproclamado como líder de la izquierda actual mexicana e impulsor del populismo, plantea una configuración contradictoria en el ámbito de las telecomunicaciones y la radiodifusión toda vez que no propone una modificación en la estructura de la propiedad mediática ni en la relación de interdependencia entre el poder político y los actores dominantes de la comunicación. Cabe recordar que durante su largo trayecto a la Presidencia, López Obrador criticó el sistema mediático concentrado del país y durante los procesos electorales de 2006 y 2012 fue prácticamente vetado por las principales televisoras. En contraste su cercanía con Carlos Slim fue evidente en diversos episodios políticos y sociales. No obstante, en 2018, durante la campaña electoral, López Obrador fue el candidato con más presencia mediática y apareció reiteradamente en los programas de análisis e informativos del duopolio televisivo, dejando atrás las posturas de confrontación.

Ya como Presidente, la política de comunicación de López Obrador se ha basado en la reducción del gasto en comunicación social y una mayor difusión de la administración gubernamental en los medios públicos que contrasta con la estrategia de posicionamiento en la televisión privada de su antecesor. Sin embargo, no ha planteado acciones más profundas en el sector que conlleven a cambiar la estructura concentrada, salvo la intención de crear una red estatal de telecomunicaciones que provea el servicio de internet en las zonas más alejadas del país, en caso de que ninguna empresa privada participe en la licitación de la red nacional de fibra óptica (Lucas, 2019, mayo 9). Pero más que una política concreta, es apenas una propuesta de intervención estatal (con la posibilidad de incluir socios privados) en la proveeduría de internet que surgió ante el desinterés de los actores privados por invertir en zonas rurales. Paradójicamente, López Obrador no ha buscado la participación de Carlos Slim, con quien ha tenido choques políticos por otros proyectos de la administración, sino la del propietario de una de las empresas de comunicación más importantes a nivel mundial: Mark

Zuckerberg, dueño de Facebook, a quien invitó a participar, junto al Estado, en la cobertura de este servicio, lo que contrasta con sus planteamientos discursivos anti neoliberales (Proceso, 2019, junio 18).

En todo caso, la evolución de la relación con los grupos mediáticos dominantes y la élite política del gobierno lopezobradorista es incierta. Sin embargo puede observarse que en los primeros meses de esta administración, los poderes fácticos mediáticos de México siguen presionando para entrar a nuevos mercados y mantener su trayectoria de concentración.

En ese sentido, Grupo Televisa se consolida como proveedor de servicios de telecomunicaciones y, en los primeros meses de gobierno de López Obrador, concentra el 99 por ciento de suscriptores de televisión por cable, lo que incrementa su participación en los servicios de internet y telefonía a través de dicho sistema (Bertolini, 2019, abril 29). Por su parte, América Móvil persiste en su demanda por entrar al mercado de creación de contenidos, presionando al órgano regulador para que le permita proveer el servicio bajo la justificación de impulsar la competencia en la televisión restringida y reducir la dominancia de Grupo Televisa (Digital Policy Laws, 2019, mayo 31).

Bajo este escenario, consideramos finalmente que los estudios sobre la concentración, la interdependencia y la influencia de los poderes mediáticos son pertinentes en la actualidad, por lo que quedan líneas abiertas de investigación sobre el desempeño de los medios dominantes y su relación con el poder en el marco de los cambios políticos recientes.

Referencias

- Aceves, F. (2000). La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México. En *Comunicación y Sociedad*. Núm. 37. Enero-Junio. Universidad de Guadalajara (UdG). Pp. 11-36
Recuperado de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/37_2000/11-36.pdf.
- Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba y emite los Lineamientos Generales sobre la defensa de las audiencias. Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Gobernación. 21 de diciembre de 2017
- Aglietta, M., (1999/1976). *Regulación y Crisis del capitalismo*. Siglo XXI editores. Sexta Edición en español. 346 pp.
- Aguayo, S. (2014). *Remolino. El México de la sociedad organizada, los poderes fácticos y Enrique Peña Nieto*. Ed. Proceso. 206 p.
- Aguilar, R., Takahashi, T. y Franco, S. (2002, Diciembre 28). Justifica Tv Azteca toma de Canal 40. En *El Universal*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/92043.html>
- Aguirre, J. y Ortega, E. (2005). *La calidad del servicio como uno de los elementos formadores de imagen. Estudio de caso: Telmex-Maxcom*. Tesis Licenciatura. Escuela de Ciencias sociales. Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Alba H. y Rueda R., (2013 septiembre 10). Ratifica el Senado a los nuevos comisionados del IFT. En *La Silla Rota*. Recuperado de <http://www.e-consulta.com.mx/nota/2013-09-10/nacion/ratifica-el-senado-los-nuevos-comisionados-del-ift>
- Alvarez, N. (2016). Hegemonía en Gramsci: una propuesta para el análisis y la acción política. En *Revista Estudios Sociales Contemporáneos*. Núm. 15 IMESC-IDEHESI/Conicet, Universidad Nacional De Cuyo, Argentina, pp. 150-160

- Aldana A. y Vallejo A., (2010). Telecomunicaciones, Convergencia y Regulación. En *Revista de Economía Institucional*. Vol. 12, núm. 23. Universidad de Externado de Colombia, Bogotá, Colombia Pp. 165-195 En <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41915521008>
- Almirón, N. (2006). *Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y Prisa (1976-2004)*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. 593 pp.
- Alto Nivel, (2014, Agosto 08). *Televisa hace efectivo su regalo: la cláusula Cablecom*. Recuperado de <https://www.altonivel.com.mx/empresas/negocios/44644-televisa-concreta-compra-de-cablecom/>
- _____, A. (2015a). *Telecomunicaciones y TIC en México*. Comunicación Social Ediciones. UNAM. 170 p.
- Alva, A., (2015b). Reforma en Telecomunicaciones en México: investigación pendiente. En Meneses, María Elena *et al* (coordinadores), *Telecomunicaciones y Radiodifusión en la encrucijada. Regulación, economía y cambio tecnológico*. Ed. Fontamara-UASLP. Pp. 31-48
- _____, A. (1988). Radio: punta de lanza del consorcio. En Trejo R. (coord.), *Las redes de Televisa*, Ed. Claves Latinoamericanas, México. Pp.127-138
- Álvarez, C., (2015). Mexican Telecom Reform: Private First? En *Mexican Review Law*. Vol. VIII, Núm. 2 Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. Pp. 48-74
- _____, C., (2014). Telecomunicaciones ¿Reforma Democrática? *La Competencia Económica y las telecomunicaciones en México*. En *Reforma de Telecomunicaciones y Competencia. México más Productivo y más competitivo*. Fundación Colosio En Pp. 145-162
- _____, C., (2013). *Derecho de las Telecomunicaciones*, 2da Edición, UNAM Posgrado, 488 pp.

- _____, C., (2007), Historia de las Telecomunicaciones en México. En *Revista del Doctorado en Derecho*. Disponible en <https://revistabimensualup.wordpress.com/category/articulos/>
- Althusser, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Freud y Lacan*, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Amador J. y Giles C., (2015). La reforma en telecomunicaciones y radiodifusión y su impacto en la competencia. En *Revista Pluralidad y Consenso*. Vol. 5, Núm. 26 Instituto Belisario Domínguez. Senado de la República. Pp. 87-111
- AMEDI, (2017, enero 26). *Derechos de las audiencias son un logro que no debe regatearse. Posicionamiento de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*. Recuperado de <http://www.amedi.org.mx/derechos-de-las-audiencias-son-un-logro-que-no-debe-regatearse/>
- _____, (2017, noviembre 27). *Reiteramos exhorto: el IFT debe promover una controversia constitucional por contrarreforma en derechos de audiencias*. Recuperado en <http://www.amedi.org.mx/reiteramos-exhorto-el-ift-debe-promover-una-controversia-constitucional-por-contrarreforma-en-derechos-de-las-audiencias/>
- América Móvil, (2014, marzo 27). Comunicado: *Información de América Móvil respecto a la iniciativa de Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Recuperado http://www.americamovil.com/sites/default/files/57a0c0e2c7136_2014-03-27T05%3A30%3A00.pdf
- Anderson, P. (2003): Neoliberalismo: un balance provisorio. En Sade E. y Gentili P. (coord.) *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. 2ª Ed. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso), Buenos Aires, Argentina, 196 p
- Animal Político, (2018, abril 25). *El Senado aprueba Ley Chayote para regularizar la publicidad oficial*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2018/04/senado-ley-chayote-publicidad-oficial/>

- _____, (2017, abril 27). *Diputados reforman Ley de telecomunicaciones; mutilan derechos de las audiencias, acusan ONGs*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2017/04/diputados-reforma-ley-telecomunicaciones>
- _____, (2017, febrero 1). *Peña interpone controversia contra lineamientos del IFT sobre defensa de audiencias*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2017/02/controversia-audiencias-presidencia/>
- _____, (2014, abril 3). *Pide MVS que Televisa sea declarada preponderante en Tv Restringida*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2014/04/pide-mvs-que-televisa-sea-declarado-preponderante-en-tv-restringida/>
- _____, (2011, agosto 19). *Primero fue “El Equipo” y ahora la Marina tendrá “La Teniente”*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2011/08/primero-fue-%E2%80%99Cel-equipo%E2%80%99D-y-ahora-la-marina-tendra-%E2%80%99Cla-teniente%E2%80%99D/>
- Arellano, W., (2013). *El nuevo derecho de las telecomunicaciones en México tras la reforma 2013 y su impacto en los derechos fundamentales*. Disponible en http://centrodeestudios.ift.org.mx/documentos/revista/Wilma-Arellano_El-Derecho-de-las-Telecomunicaciones-en-M%C3%A9xico-tras-la-reforma.pdf
- _____, V., (2008). (2008), Comisiones reguladoras de Telecomunicaciones. En *Revista Mexicana de Comunicación*. Núm. 110, abril-mayo, Pp. 22-24
- Aristegui Noticias, (2017, noviembre 30). *Presentan 47 senadores acción de inconstitucionalidad contra la reforma sobre derechos de las audiencias*. Recuperado de <https://aristeguinoticias.com/3011/mexico/presentan-47-senadores-accion-de-inconstitucionalidad-contra-reforma-sobre-derechos-de-las-audiencias/>
- _____, (2014, julio 5). *Televisa envía carta a Aristegui; acusa “defensa de intereses corporativos”*. Recuperado de

<https://aristequinoticias.com/0407/mexico/televisa-envia-carta-a-aristegui-accusa-defensa-de-intereses-corporativos/>

_____, (2014, abril 2). *Jueces admiten amparos de Televisa y Carso contra resoluciones de Ifetel*. Recuperado de

<https://aristequinoticias.com/0204/mexico/jueces-admiten-amparos-de-televisa-y-carso-vs-resoluciones-de-ifetel/>

Arredondo M., y Cruz A., (2015). Las reformas estructurales y su impacto en México. Inferencias al estudio económico México 2015 de la OCDE. En *Letras Jurídicas*, Núm. 32. Pp. 15-27

Arroyo, T., (2015). Radiodifusión y Telecomunicaciones en México, sector estratégico o nicho de mercado. En *Política y Cultura*. Núm. 43. Pp. 57-74 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco

Artículo 19, (2018, marzo). *Informe Anual 2017. Democracia Simulada. Nada que Aplaudir*. Recuperado de <https://mexicosinmiedo2018.mx/contenido/wp-content/uploads/2018/03/DemocraciaSimuladaNadaQueAplaudir.pdf>

_____, 19 y Fundar Centro de Análisis e Investigación A.C., (2015, agosto) *Libertad de Expresión en Venta. Acceso a información y censura oficial indirecta en publicidad oficial*. México. 80 p. Recuperado de <https://articulo19.org/libertad-de-expresion-en-venta-informe-sobre-el-gasto-en-publicidad-oficial/>Becerra, M., (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Paidós. 208 Pp.

Badillo, M. (2019, febrero 3). Festín de medios con publicidad oficial: Peña les dio 52 mil millones. En *Contralínea*. Recuperado de <https://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/2019/02/03/festin-de-medios-con-publicidad-oficial-pena-les-dio-52-mil-millones/>

Barragán, D. (2015, octubre 8). El fallo el IFT evidencia el poder de Televisa y atenta contra reforma telecom: analistas. En *Sin Embargo*. Recuperado de <http://www.sinembargo.mx/08-10-2015/1511670>

Becerra, M., (2015). *De la concentración a la convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires, Argentina. Ed. Paidós. 208 Pp.

- _____, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías. Menos actores.* Universidad Nacional de Quilmes Editorial – Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom). Bernal, Argentina. 228 p.
- Becerril, A. (2007, Mayo, 5). La Ley Televisa, una imposición previa a las elecciones de 2006, según Creel. En *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2007/05/05/index.php?section=politica&article=005n1pol>
- _____, A., Ballinas V. y Garduño R. (2006, marzo 29). Madrazo y dueños de medios pactaron en 2005. En *La Jornada*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/92043.html>
- Becerril, W. (2012). Elaboración de un concepto de audiencias: seres humanos complejos y con derechos. En *Derecho a Comunicar*. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información. Núm. 5. Pp. 11-28
- Bertollini, P. (2019, abril 29). La anomalía Televisa. Su concentración de clientes en el mercado de paga de tv mexicano la coloca en un polo regional distorsionado. En Digital Policy Laws News. Recuperado de <https://digitalpolicylaw.com/la-anomalia-televisa-su-concentracion-de-clientes-en-el-mercado-de-tv-de-paga-mexicano-la-coloca-en-un-podio-regional-distorsionado/>
- Birkinbine B., Watsko J., y Gómez R., (2017). *Global Media Giants*, Ed. Routledge. 496 Pp.
- Bolaño R. y Mastrini G. (2002). Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional. En *Oficios Terrestres*. Pp. 45-55
- Boyer, R., (2004/2007). *Crisis y regímenes de crecimiento. Una introducción a la teoría de la regulación*. 129 Pp. Edición original en 2004 Editions La Decouverte. Edición en Castellano 2007. Miñó y Dávila Editores
- Bourdieu, P. (2009). *Sociología y Cultura*. Ed. Grijalbo. México.

- Bravo, J. (2015), Tesis: *La Sociedad Inalámbrica: la telefonía móvil desde las industrias culturales en México*. 319 pp. Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales. UNAM.
- _____, J., (2011). El teléfono móvil como artefacto socio-técnico para trazar cartografías de concentración. En *Derecho a Comunicar. Revista Científica de la Asociación Mexicana del Derecho a Comunicar*. Número 3, Septiembre-Diciembre AMEDI ISSN: 2007-137X
- Briz, M., (2002). *El Consejo Mexicano de Hombres de Negocios: surgimiento y consolidación*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Colección Posgrado. 200 p.
- Bustamante, E. (2013). *El doble mercado de la TV: publicidad y audiencias*. Recuperado de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento39399.pdf>
- Calleja, A. (2013). La concentración en México. En *Café Político*. Heirich Boll Stiftung. Recuperado de <https://mx.boell.org/es/2013/12/05/la-concentracion-mediatica-en-mexico>
- Camacho, J. (2014, julio 8). Slim reacciona: adiós a los Chuchos y a AMLO; bienvenidos EPN y Videgaray. En *SDP Noticias*. Recuperado de <https://www.sdpnoticias.com/columnas/2014/07/08/slim-reacciona-adios-a-los-chuchos-y-a-amlo-bienvenidos-epn-y-videgaray>
- Camboni, S. (1989), Prólogo. En Novelo, F. *La sociedad mexicana en los ochenta: cambio estructural hacia el retroceso*. México, D.F, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)-Xochimilco. Pp. 5-10
- Caputo, D., (2011). El Desarrollo democrático en América Latina: entre la crisis de legitimidad y la crisis de sustentabilidad. *Revista SAAP*, Vol. 5, Núm. 12 Pp. 437-452
- Cárdenas, E. (1987), *El Telégrafo*, Colección Historia de las comunicaciones y los transportes en México, Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), 296 p.
- Cárdenas, J. (2017, febrero 2). Fabrican periodistas nuevo escándalo Peña-Trump. En *El Universal*. Recuperado de

- <http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/nacion/2017/02/2/fabrican-periodistas-nuevo-escandalo-pena-trump>
- Casar, A., (2009). Poderes Fáticos, en *Nexos*. Disponible en <http://www.nexos.com.mx/?p=13073>
- _____, A., (2008). Los gobiernos sin mayoría en México: 1997-2006. En *Política Gobierno*. Vol. 15 Núm. 2. Pp. 221-270 Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/pyg/v15n2/v15n2a1.pdf>
- Castaño, P. (2017, mayo 3). Audiencias y derechos: entre publicidad e información. En *Fundar Centro de Análisis e Investigación*. Recuperado de <http://fundar.org.mx/audiencias-y-derechos-entre-publicidad-e-informacion/>
- Celis, D., (2017, junio 26). Pelea Slim 940 mdd. En *El Debate*. Recuperado de <https://www.debate.com.mx/opinion/Pelea-Slim-940-mdd-20170626-0017.html> y <http://www.dineroenimagen.com/2017-06-26/88121>
- _____, D., (2011, mayo 4). Con presiones y cabildos de último minuto, la Corte de espaldarazo a Cofetel. En *Excelsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/opinion/2011/05/04/dario-celis/734052>
- Chesnais, F., (2003). La teoría del régimen de acumulación financiarizado: contenido, alcances e interrogantes. En *Revista Crítica de Economía*, núm. 1, Pp. 37-72 http://www.revistaeconomicacritica.org/sites/default/files/revistas/n1/4_teor%C3%ADa_regimen.pdf
- Concheiro, E., (1996). *El gran acuerdo: gobierno y empresarios en la modernización salinista*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Instituto de Investigaciones Económicas, Ediciones Era, 209 p
- Córdova, A., (1994). La fundación del partido oficial. En *Revista Mexicana de Ciencias Sociales*. Vol. 39. Núm. 155. Pp. 140-171. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/50638>
- Corona, L. (2018, marzo 23). El IFT notifica a Televisa que carece de poder sustancial en televisión de paga. En *Expansión*. Recuperado de

<https://expansion.mx/empresas/2018/03/23/televisa-sin-poder-sustancial-en-tv-y-radio-de-paga-dice-ift>

Crovi, D. (2009), La telefonía como industria cultural: ¿a la sombra de la Ley Televisa? En Esteinou, Javier y Alva, Alma Rosa (coordinadores), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp. 473-494

_____, D., (2007). Grupo Carso y telefonía en México. Urdimbre de poder económico, político y social. En *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. IX, núm. 3, Septiembre – Diciembre.

Culebro, J. y González C., (2013). Regulación y evolución de los organismos reguladores en telecomunicaciones: El caso México y Francia. En *Gestión Pública*. Núm. 22. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792013000100002

Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78 y 128. En Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Gobernación. México. 10 de junio de 2013.

Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. En Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Gobernación. México. 11 de julio de 2014

De la Garza, E., (2001). *La Formación socioeconómica neoliberal: debates teóricos acerca de la producción y evidencia empírica para América Latina*. Casa Abierta al Tiempo y Plaza y Valdés Editores. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa 205 pp.

Del Palacio, C. (2014). Para una metodología de análisis histórico de la prensa. Memorias XII Congreso Internacional de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Perú.

Del Valle et al, (2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios. En *Palabra Clave*. Universidad de La Sabana. Disponible en

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2091/2656>

Del Villar, R. (2006). Competencia y equidad en telecomunicaciones. *En Revista del Banco de México*. Recuperado de <http://siteresources.worldbank.org/INTMEXICOINSPANISH/Resources/paper-delvillar.pdf>

Delgado J. y Acosta M. (2015). Peña Nieto y Televisa: ¿la construcción de un presidente? *En Iberofórum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*. Año X. Núm. 19. México. Pp. 1-28. Recuperado de <http://www.iberomx.mx/iberoforum/19/pdf/ESPANOL/1.%20SOLIS%20Y%20ACOSTA%20NOTAS%20PARA%20EL%20DEBATE%20NO.%2019.pdf>

Delgado, A. (2012, Diciembre 4). En seis años derrochó Calderón 31 mil mdp en publicidad oficial; el doble que Fox. *En Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/326978/cerro-calderon-con-gasto-de-casi-7-mil-mdp-en-publicidad>

Domínguez, H., (2011). *La televisión 1940-1970*. Recuperado de <http://portalacademico.cch.unam.mx/materiales/prof/matdidac/sitpro/hist/mex/mex2/HM2-3CultPortal/Television1940.pdf>

_____, H., *La radio en México 1920-1940*. Recuperado de http://portalacademico.cch.unam.mx/repositorio-de-sitios/historico-social/historia-de-mexico-2/HMIICultura_Vida/Radio1920.pdf

Digital Policy Laws (2019, mayo 31). AMX cabildea y presiona para entrar a la tv restringida con el argumento de ser competencia para Televisa. Recuperado de <https://digitalpolicylaw.com/abrir-la-competencia-en-el-concentrado-mercado-de-tv-de-paga-en-mexico-permitiria-reducir-la-brecha-digital/>

Durand V., (2004). *Ciudadanía y Cultura Política en México (1993-2001)*. Siglo XXI Editores. 354 p.

e-consulta (2014, abril 4). *Se enfrentan Televisa y Telmex en el Senado*. Recuperado de <http://e-oaxaca.com/nota/2014-04-04/nacion/se-enfrentan-televisa-y-telmex-en-el-senado>

- Escobar, R. (1999). *El cambio estructural de las telecomunicaciones y la inversión. El caso México*. En serie Reformas Económicas, CEPAL, 53 pp. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7456/S9900574_es.pdf?sequence=1
- Elizondo, C. (2017). Reforma de la Constitución: la economía política del Pacto por México. En *Revisa Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Núm. 230. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México. Pp. 21-50- Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/58765/52400>
- El Economista (2018, abril 18). *SCJN ampara a Telmex y Telnor contra tarifas de interconexión*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/empresas/SCJN-ampara-a-Telmex-y-Telnor-para-cobrar-tarifas-de-interconexion--20180418-0117.html>
- El Insurgente (2017, agosto 17). *Slim y Peña ya están haciéndose ojitos ¿Rumbo a las presidenciales?* Recuperado de <https://elinsurgente.mx/slim-y-pena-ojitos/>
- El Mañana (2017, octubre 6). *Instituto Federal de Telecomunicaciones pide reglas para Televisa*. Recuperado de <https://www.elmanana.com/instituto-federal-telecomunicaciones-pide-reglas-televisa-televisa-ift-reglas/4095527>
- Emeequis (2014, marzo 7). Acciones de Televisa caen 3.70% tras la resolución del IFT. Recuperado de <http://www.m-x.com.mx/2014-03-07/acciones-de-televisa-caen-3-70-tras-la-resolucion-del-iftel/>
- Escalona, A. (2012, agosto 7). México 2012: fraude electoral imperfecto. En *The Huffington Post México*. Recuperado de http://www.huffingtonpost.com/entry/mexico-fraude-electoral_b_1657960.html
- Espinosa, E. (2009, febrero 28). Siete empresas, los motores en la Bolsa Mexicana de Valores. En *Excélsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/node/718156#imagen-2>
- Estefanía, J. (2007). *La mano invisible. El gobierno del mundo*. Ed. Punto de Lectura. Madrid, España, 240 Pp.

- Esteinou, J., (2016a). Un siglo después, el sistema de poder todavía no le encuentra cuadratura al círculo para democratizar la comunicación colectiva en México. En *El Cotidiano*, núm. 12. Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Unidad Azcapotzalco, México. Pp. 248-284. En <http://www.redalyc.org/pdf/325/32548630020.pdf>
- _____, J., (2016b). El boicot al derecho de réplica por el Estado mexicano. En *Revista Mexicana de Opinión Pública*. Julio-diciembre. Pp. 115-131
- _____, J., y Alva A., (2009). *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México* (coordinadores). Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. México. 689 pp.
- _____, J., (2015a). Las leyes secundarias y el retorno de la dictadura perfecta en México. En *IMex Revista. México Interdisciplinario*. Año IV, Número VII, Pp. 13-34. Disponible en <http://www.imex-revista.com/imex-revista-ediciones/septima/s%C3%A1nchez.html>
- _____, J., (2015b). La ley secundaria en telecomunicaciones y radiodifusión y el fortalecimiento del Estado fallido en México. En Meneses, María Elena *et al* (coordinadores), *Telecomunicaciones y Radiodifusión en la encrucijada. Regulación, economía y cambio tecnológico*. Ed. Fontamara-UASLP. Pp. 97-124
- _____, J. (2014), ¿Qué nos dejó la reforma de las telecomunicaciones y la radiodifusión? En *Ibero. Revista de la Universidad Iberoamericana*. Núm. 35. Diciembre-Enero Disponible en http://ibero-publicaciones.com/ibero/index.php?id_volumen=21
- _____, J., (2013). La reforma constitucional de telecomunicaciones y los cambios comunicativos para el país. En *El Cotidiano*. Núm. 181. Septiembre-octubre. Pp. 5-15 Universidad Autónoma Metropolitana Unida Azcapotzalco.
- Esteinou, J. (2008). La Ley Televisa y la formación de la IV República mediática en México, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, No. 202, México, www.politicas.posgrado.unam.mx/Revistas/202/RMCOPYS202.pdf.

- Estrada, M. (2014). Sistema de protesta: política, medios y el #YoSoy132. En *Sociológica*. Año 29. Núm. 82. Universidad Autónoma Metropolitana. México. Pp. 83-123 Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v29n82/v29n82a3.pdf>
- Expansión, (2007, agosto 31). *Televisa compra Bestel por 325 mdd*. Recuperado de <https://expansion.mx/negocios/2007/8/31/televisa-compra-a-bestel-por-325-mdd>
- Faya, A., (2013). *De la Cofetel al Ifetel: la historia de un violento péndulo*. Centro de Investigación para el Desarrollo A. C. (Cidac), México, 38 p
- Fernández, C. F., (2007). ¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico? En *Nexos*. Disponible en <http://www.nexos.com.mx/?p=12192>
- _____, C. F., (1982), *Los medios de difusión en México*. Editorial Juan Pablos, 331 p.
- _____, C. F. (1985). Televisa en la Universidad Nacional Autónoma de México. En Trejo R. (coord.) *El poder de televisa*. Editorial Claves Latinoamericanas. México, pp. 99-110
- Fernández, C. y Paxman A., (2000). *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio televisa*. Ed. Grijalbo. México. 663
- Fernández, J. (2002). *Servicios Públicos Municipales*, INAP-UNAM, México,
- Fernández R., J. (2002). *Servicios Públicos Municipales*, México, INAP-UNAM
- Flores-Roux, E. y Mariscal, J. (2010), *Política de Generación de infraestructura de telecomunicaciones en México: Una Crítica*. Documento de trabajo. En División de Administración Pública, Núm. 246. CIDE, 50 Pp.
- Flores, Z. (2014, abril 23). Sindicato de Telmex amaga con huelga por leyes telecom. En *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/sindicato-de-telmex-amaga-con-huelga-por-leyes-de-telecom>
- Fraga, G. (1984). *Derecho Administrativo*, Editorial Porrúa, S.A., México.
- Freedman D. (2008). *Theorising media policy*, Paper presented to de Media, Communication and Humanity Conference, LSE, 26 pp.

- Fundar (2013). *Publicidad oficial: Recursos públicos ejercidos por el Poder Ejecutivo federal en 2013. Primer año del gobierno de Enrique Peña Nieto*. Fundar Centro de Análisis e investigación y Artículo 19. Recuperado de http://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/documentogastosPOEPN_VF.pdf
- Gallegos, Z., (2018 abril 26). *El Congreso mexicano aprueba polémica ley de propaganda oficial*. En https://elpais.com/internacional/2018/04/26/mexico/1524765349_724480.html
- García, G., (2004). El Impacto de la privatización en las telecomunicaciones. En *Gestión y Política Pública*. Vol. XIII. Núm. 2. Centro de Investigación y Docencia Económicas, México, Pp. 375-425. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13313202>
- García, S., (2009, febrero 12). Calderón vs Slim: un pleito de élites. En *Serpientes y Escaleras*. El Universal. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/columnas/76814.html>
- García A., P., (2006). *La Evolución de las Telecomunicaciones en México*. Documento de Trabajo, Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México, EGAP, 166 pp.
- García C., (1985). El cable de Televisa. En Trejo R. (coord.) *El poder de televisa*. Editorial Claves Latinoamericanas. México, Pp. 111-124
- García L., M., (2009). El dividendo digital: desafíos, oportunidades y posiciones nacionales. En *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm. 64, Pp. 424 A 436. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/09/art/35_834_37_ULEPICC_19/Trinidad_Garcia_Leiva.html
- Garretón, M., (2002). La transformación de la acción colectiva en América Latina. En *Revista de la CEPAL*, no. 76. Pp. 7-24 Disponible en <http://www.ucema.edu.ar/u/ame/Garreton.pdf>
- Garnham, Nicholas (2000). *Emancipation, the Media, and Modernity*, Oxford University Press.

- Garnham, N., (1991). La economía política de la comunicación. El caso de la televisión". En *Telos*. No. 28 pp. 68-75. Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_32/nr_355/a_4596/4596.html
- Garnham, N. (1983) La cultura como mercancía. En Richiere G. *La televisión: entre servicio público y negocio. Estudio sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*. Ed. Gustavo Gilly. Barcelona. pp. 20-31
- Gilly, A., (1988). *Nuestra caída en la modernidad*, Joan Boldó I Climent Editores, 157 p.
- Giordano E. y Zeller C., (1999). *Políticas de televisión. La configuración del Mercado Audiovisual*. Icaria-Antrazyt Ed. Barcelona España. 230 p.
- Gómez, R., (2017). Grupo Televisa. En Birkinbine et al (editores) *Global Media Giants*. Routledge. Ed. Pp. 111-124.
- _____, R., (2015). Apuntes sobre la industria audiovisual mexicana en el contexto de la re-regulación y la digitalización, En *IMex Revista. México Interdisciplinario*. Año IV, Número VII, Pp. 42-56 Disponible en <http://www.imex-revista.com/imex-revista-ediciones/septima/s%C3%A1nchez.html>
- _____, R., (2008). Políticas e industrias audiovisuales en México: apuntes y diagnóstico. En *Comunicación y Sociedad*, núm. 10. Pp. 191-223
- _____, R., (2004), Tv Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica. En *Comunicación y Sociedad*, núm. 1, enero-junio, pp. 51-90, Universidad de Guadalajara Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600104>
- _____, R. y Sosa, G. (2010), La concentración en el mercado de la televisión restringida en México, en *Comunicación y Sociedad*. Nueva época, núm. 14, julio-diciembre, Universidad de Guadalajara, Pp. 109-142.
- Gómez Mont, C., (2000), La Liberalización de las Telecomunicaciones en México. En *Razón y Palabra*. Núm.19. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n19/19_cgomez.html
- González C., P., (1965). *La democracia en México*. Ediciones Era

- González Luna, F. (2017, febrero 2). El poder se limita. En *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/federico-gonzalez-luna-bueno/el-poder-se-limita-1>
- González L. y Vilorio H. (2007). El imperialismo cultural y los procesos de integración latinoamericanos. En *Quórum académico*. Núm. 2. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, pp. 149-169 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articuloBasic.oa?id=199016809009>
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la Cárcel*. Tomo 2. Edición crítica a cargo del Instituto Gramsci a cargo de Valentino Gerratana. Ed. Era.
- Guerrero, M. (2010). Los medios de comunicación y el régimen político. En Loaeza S. y Prud'homme J. (coordinadores) *Los grandes problemas de México. Institutos y procesos políticos*. Vol. XIV. El Colegio de México. Pp. 231-302
- Guerrero, V. (2015, septiembre 21). Cabildea Televisa contra dominancia. En *Reforma*, recuperado de <https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=647155&md5=37794ef4d7d4f17ff7ee380ef061d209&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe&po=4>
- Gutiérrez E. J., (1985). Información y necesidades sociales. Los Noticieros de Televisa. En Pp. Trejo R. (coord.) *El poder de televisa*. Editorial Claves Latinoamericanas. México, Pp.62-98
- Gutiérrez, F., (2006), La evolución de internet en México y su impacto en el ámbito educativo. De 1986 a 2006. En *Tecnología y sociedad*. Disponible en <http://www.fergut.com/wordpress/sobre-internet/la-evolucion-de-internet-en-mexico-y-su-impacto-en-el-ambito-educativo-de-1986-a-2006/>
- Guzmán, S., (2017, octubre 26). Senado aprueba reforma a la Ley de Telecomunicaciones sobre derecho de audiencias. En *El Universal*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/senado-aprueba-reforma-a-la-ley-de-telecom-sobre-derechos-de-audiencia.htm>
- Harvey, D., (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Ediciones Akal, 256 p.
- Hernández L., (1996). *La etapa experimental de la televisión mexicana*. La Colección de Babel. Universidad de Guadalajara. 23 p.

- Hills, J. (1986). *Deregulating Telecoms: Competition and Control in the United States, Japan and Britain*. London: Frances Pinter.
- Horkheimer M. y Adorno, T., (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Ed. Sudamericana. Buenos Aires
- Howard, G. (2012, agosto 12). La otra cara de la alianza Televisa Iusacell. En *Reporte Índigo*. Recuperado de <https://www.reporteindigo.com/reportes/la-otra-cara-de-la-alianza-televisa-iusacell>
- Huerta J. y Gómez R., (2013). Concentración y Diversidad de los medios de comunicación y telecomunicaciones en México. En *Comunicación y Sociedad*, núm. 19. Universidad de Guadalajara (UdG), 113-152 pp.
- Ibarra, A. (1994-1995). Apuntes para una historia de la telecomunicación en México. En *Comunicación y Sociedad*, núm. 22-23, septiembre 1994-abril 1995, pp. 103-146
- Ibarra, D. (2004). Corporativo. Desmovilización Popular. En *Nexos*. Recuperado de <https://www.nexos.com.mx/?p=11172>
- Instituto Mexicano de la Radio. IMER. (S/F). *Breve historia de la radio en México*. Recuperado de <http://www.imer.mx/micrositios/institucionales/dia-mundial-radio/breve-historia-de-la-radio-en-mexico/>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones, (2017, marzo 2). *Comunicado: El Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones da cumplimiento a una ejecutoria del Primer Tribunal Colegiado en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones*. Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicadoift24-podersustancial02032017.pdf>
-
- (2015) *Primer Informe Trimestral Estadístico*. Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/transparencia/1it2015-vf.pdf>
-
- (2015). *Tercer Informe Trimestral Estadístico*. Recuperado de

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/3ite16v4.pdf>

_____, (2014, marzo 6). *Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina al grupo de interés económico del que forman parte América Móvil, S.A.B. de C.V., Teléfonos de México, S.A.B. de C.V., Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V., Radiomóvil Dipsa, S.A.B. de C.V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V., y Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V., como agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia.* Recuperado _____ de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdolia/piftext06031476versionpublica/hoja.pdf>

_____, (2014, marzo 6). *Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de telecomunicaciones determina al grupo de interés económico del que forman parte Grupo Televisa S.A.B., Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., Radio Televisión, S.A. de C.V., Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., Mario Enríquez Mayans Concha, Televisión La Paz, S.A., Televisión de la Frontera, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Telemisión, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V., José de Jesús Partida Villanueva, Hilda Graciela Rivera Flores, Roberto Casimiro González Treviño, TV Diez Durango, S.A. de C.V., Televisora de Durango, S.A. de C.V., Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V., Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille, Martínez Morales, Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., Televisora XHBO, S.A. de C.V., TV Ocho, S.A. de C.V., Televisora Potosina, S.A. de C.V., TV de Culiacán, S.A. de C.V., Televisión del*

Pacífico, S.A. de C.V., Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V., Televisión de Tabasco, S.A. y Ramona Esparza González, como agente económico preponderante en el sector radiodifusión y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia.

Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/pifttext06031477.pdf>

_____, (2014). *Cuarto Informe Trimestral Estadístico.*

Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/4ite14-vf.pdf>.

_____. (S/F). *Resoluciones públicas.*

Recuperado de <http://www.ift.org.mx/resoluciones-de-recursos>

_____, (2017, noviembre 2). Comunicado: *El IFT*

determinó las tarifas de interconexión para servicios de telecomunicaciones móviles que regirán en 2018. Recuperado de http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicadoift140tarifasinterconexion_2.pdf

Islas, O., (2011), Los primeros años de internet. En *Razón y Palabra*, Núm. 76, mayo-julio. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/5a%20entrega/47_Islas_V76.pdf

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La Cultura de la Convergencia de los medios de Comunicación.* Ed. Paidós. Barcelona.

Jiménez, J. (2010). La Televisión y su impacto sobre el proyecto de Nación, en Esteinou J. y Oteo L. (Coord.) *Pensar el Futuro de México. La comunicación social y la reconstrucción de la nación mexicana, UAM-Xochimilco, México.* Pp. 97-134

Jiménez C. y Muñoz, J. (2008). Estructura de los medios de comunicación en Chile, en *Razón y Palabra.* Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n60/varia/jimenes_munoz.html

- Juárez, C. (2017, noviembre 2). Telcel impugnará nueva tarifa de interconexión. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Telcel-impugnara-nueva-tarifa-de-interconexion-20171114-0028.html>
- _____, C. (2017, febrero 2). CIRT aplaude al IFT por diferir lineamientos. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/CIRT-aplaude-al-IFT-por-diferir-lineamientos-20170203-0010.html>
- Karam, T., (2000). Comunicación y democracia en México. Una introducción general. En *Razón y Palabra*. Núm. 18. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/editorial.html>
- La Jornada, (2019, enero 9). Condonó el SAT impuestos por más de 272 mil pesos. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/2019/01/07/condono-el-sat-impuestos-por-mas-de-272-mil-millones-8212.html>
- La Política On Line, (2017 junio 2). *Televisa y Slim empujan a Cuevas para la presidencia del organismo que las regula*. <http://www.lapoliticaonline.com.mx/nota/100921/>
- Larrosa, J. (2014). La lucha por las telecomunicaciones en México II: la integración al mundo postindustrial. En *Análisis Plural*. ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara. Pp. 141-153 Recuperado de <http://www.juan-larrosa.com/wp-content/uploads/2014/09/Larrosa.La-Guerra-por-las-Telecomunicaciones-II.pdf>
- _____, J. (2011). La lucha por las telecomunicaciones en México: una disputa en contra de los viejos modelos políticos y económicos. En *Análisis Plural*. ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara. pp. 56-72.
- Lay, I. (2015). *La publicidad en la legislación de medios ¿vulnerando el carácter de servicio público?*
- _____, I. (2012). *Legislación de Medios y Poderes fácticos 2000-2012*. UDG Virtual. México.

- Levy, I., (2014). Reformas... ¿Estructurales? En *Ibero. Revista de la Universidad Iberoamericana*. Núm. 35. Diciembre-Enero Disponible en http://ibero-publicaciones.com/ibero/index.php?id_volumen=21
- Lipietz, A., (1994). *El posfordismo y sus espacios. Las relaciones capital-trabajo en el mundo*. Serie Seminarios Intensivos de Investigación. Documento de trabajo, núm. 4,
- _____, A., (1986). Acumulación, crisis y salidas a las crisis: algunas reflexiones metodológicas en torno a la noción de regulación. En *Estudios Sociológicos* Núm. IV. Pp. 241-280 Disponible en http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/I4N7DSJEY189YSDV8C4QUYM3BQYDXQ.pdf
- Loaeza, S. (2008). *Entre lo posible y lo probable. La experiencia de la transición en México*. Ed. Planeta. México. 235 p.
- Lozano, J., (2016). El Acuerdo para a cobertura informativa de la violencia en México: un intento fallido de autorregulación. En *Comunicación y Sociedad*. Núm. 26. Universidad de Guadalajara. México. Pp. 13-42 Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n26/0188-252X-comso-26-00013.pdf>
- Lozano, J. (2006). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación. México. 234 p.
- Lucas, N. (2019, mayo, 9). Promtel y Telecom con clave para la red estatal de telecomunicaciones de AMLO. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Promtel-y-Telecomm-son-clave-para-la-red-estatal-de-telecomunicaciones-de-AMLO-20190506-0056.html>
- _____, N. (2018, Marzo 1). IFT resuelve con cuatro votos la separación funcional de Telmex. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/IFT-resuelve-con-4-votos-la-separacion-funcional-de-Telmex-20180301-0080.html>
- _____, N. (2017, Diciembre 14). *Como la polémica de las por las audiencias dividió al IFT*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Como-la-polemica-por-las-audiencias-dividio-al-IFT-20171214-0098.html>.

- _____, N. (2017, diciembre 6). La Corte resolverá sobre el poder sustancial de Televisa en Tv de Paga. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/La-Corte-resolvera-sobre-el-poder-sustancial-de-Televisa-en-TV-de-paga-20171206-0072.html>
- Marín, M. (2018, mayo 11). Promulga EPN la Ley Chayote, pese a rechazo de organizaciones. En *Animal Político*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2018/05/promulga-epn-ley-chayote-rechazo-organizaciones/>
- Mariscal, J., (2014). Los retos que enfrenta la Reforma de Telecomunicaciones en La Competencia Económica y las telecomunicaciones en México. En *Reforma de Telecomunicaciones y Competencia. México más Productivo y más competitivo*. Fundación Colosio. Pp. 131-144
- _____; J. y Rivera, E. (2005). *Organización industrial y competencia en las telecomunicaciones en América Latina: estrategias empresariales*. En serie Desarrollo Productivo. Núm. 169 CEPAL. Santiago de Chile, 36 pp. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4564/S05930_es.pdf?sequence=1
- _____, J. y Rivera, E. (2007), *Regulación y Competencia en las telecomunicaciones mexicanas*. Serie Estudios y Perspectivas. Núm. 83. CEPAL. México, DF, 44 Pp.
- Martínez, A. (2015, febrero 27). IZZI le da resultado a Televisa. Crece 35% negocio de Telecom. En *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/izzi-le-da-resultado-a-televisa-crece-35-negocio-de-telecom.html>
- Martínez, C. (2014, julio 04). Tarifa cero de interconexión ignora al IFT. *El Universal*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2014/impreso/tarifa-cero-de-interconexion-ignora-a-ift-111558.html>
- _____, C. (2017, julio 2). Preocupa al IFT presión de empresas y autoridades. En *El Universal*. Recuperado de

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/02/7/preocupacion-ift-la-presion-de-empresas-y-autoridades>

_____, C. (2017, noviembre 30). Derechos de audiencias “reviven”: analistas. En *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/cartera/economia/derechos-de-audiencias-reviven-analistas>.

Martínez, J., (2003). Ricardo Salinas Pliego. En Reyes G. (coordinador). *Los dueños de América Latina*. Ediciones B. Grupo Z. Pp. 223-231

_____, J., (2015). Geopolítica y guerra telecom. En Figueiras L. (Coord.). *El Pacto por México y la comunicación política*. LEEA Ed. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México. Pp. 115-136

Martínez D., y Mora A., (2011). La Captura del Estado por los poderes fácticos. En *Epíkeia Revista de Derecho y Política*. Núm. 17. Pp. 1-9 Disponible en <http://epikeia.leon.uia.mx/old/numeros/17/epikeia17-la-captura%20del-estado.pdf>

Martínez, K. (2008, julio 16). Gobernación envía extrañamiento a Televisa por la censura a Santiago Creel. En *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2008/07/16/index.php?section=politica&article=014n1pol>

Martínez, K. (2012, febrero 18). Retiran cableras señales de Tv Azteca. En *El Norte*. Recuperado de <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=49870&md5=bb24588e31f27b897b1395e4cf950b62&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe&po=4>

Masini, B. (2017, enero 26). Entendiendo los lineamientos de generales sobre defensa de las audiencias. En *El Diario NTR Guadalajara*. Recuperado de http://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=62923

Mastrini, G., (2017). Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual. En *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, número 5, Universidad de Santiago de Compostela, pp. 139-148

- _____, G., (2013). *Las industrias culturales en Argentina*, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, 518 pp.
- _____, Guillermo y Becerra Martín, (2001), *50 años de concentración de medios en América Latina. Del patriarcado artesanal a la valorización en escala*.
- _____, G., y Becerra M., (2006). *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Instituto Prensa y Sociedad. Buenos Aires, Argentina. Ed. Prometeo Libros., 318 Pp.
- _____, G. y Becerra M., (2007), Presente y tendencias en la concentración de medios en América Latina. En *Revista Zer*, núm. 22, Pp. 15-40 en <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-02-mastrini.pdf>
- _____, G. y Becerra M., (2009). *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*. Buenos Aires. Prometeo Libros.
- _____, G., y Becerra M., (2011). Estructura, Concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. En *Comunicar*, nº 36, v. XVIII, Revista Científica de Educomunicación. Pp. 51-59
- McChesney, R. (2002). Economía Política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado. En Vidal, J. (director). *La ventana global*, Tauros, Madrid, pp. 233-247
- _____, R. (1998). The political economy of global media, en *Media Development* no. 4, World Association for Christian Communication, Londres, p. 3-8.
- Méndez, A. (2014, Abril 2). Admiten demandas de amparo de Grupo Carso y Televisa. En *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/04/02/economia/029n3eco>
- Mendieta, S. (2014, Abril, 2). América Móvil se amparó contra resolución del IFT. En *Milenio*. Recuperado de http://www.milenio.com/negocios/Banamex-America_Movil-Telcel-Telemex-IFT_0_273572728.html

- Mendoza, L. (2017, agosto 17). EPN, Slim y los presidenciales. En *Reforma*. Recuperado de <https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/editoriales/editorial.aspx?id=118355&md5=0af737127ccb04da3418c28ac700889f&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe&lcmd5=9e43e6747d65e9d45f6d6af084579ab8>
- Mejía, F., (1985). 50 años de televisión comercial en México (1934-1984). Cronología. En Trejo R. (coord.) *El poder de Televisa*. Editorial Claves Latinoamericanas. México. Pp. 19-39
- _____, F., (1998). Del canal 4 a Televisa. En Sánchez M. (coord.) Apuntes para una historia de la televisión mexicana. *Revista Mexicana de comunicación*. México, D.F. pp. 19-98
- _____, F., (2007). Historia mínima de la radio (1920-1996). En *Revista de Comunicación y Cultura*. Recuperado de <http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCRMVQPYy-qnemo-CSYRVCvthCnoqdy-qlhhyCTUQcgb7>
- Mehta, S. (2007, Agosto 20), Carlos Slim, the richest man in the world. En *Fortune*. Vol. 156. Recuperado de <http://archive.fortune.com/2007/08/03/news/international/carlosslim.fortune/index.htm>
- Mendieta, S. (2014, mayo 27). Advierte CIRT competencia desleal con estaciones públicas. En *Milenio*. Recuperado de http://www.milenio.com/negocios/Advierte-CIRT-competencia-estaciones-publicas_0_306569742.html?utm_campaign=Alertas&utm_content=&utm_source=Mail&utm_medium=Referral&utm_term=Negocios
- Meyer, L. (2015). Felipe Calderón o el infortunio de una transición. En *Foro Internacional*. Vol. 55. Núm. 1. Pp. 16-44. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/fi/v55n1/0185-013X-fi-55-01-00016.pdf>
- Meyer R., J., Ríos, C., Sánchez L. y Bañuelos, R. (2013). Significación y efecto de la comunicación mediática en la campaña presidencial de 2012. En *Revista Mexicana de Opinión Pública*. Núm. 14. México. Pp. 31-47 Recuperado de <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-mexicana-opinion-publica-109->

articulo-significacion-efecto-comunicacion-mediatica-campana-
S1870730013723135

Miguel, J., (1994). *Estructuras y Estrategias de los medios europeos*, Ed. Bosch, Barcelona, 360 Pp.

Milenio, (2014 marzo 17). *Preponderancia de Telmex afectará lo laboral: sindicato*. Recuperado de http://www.milenio.com/negocios/Preponderancia-Telmex-afectara-laboral-sindicato_0_263973966.html

_____, (2014, abril 2). *Admiten amparos de Televisa y Grupo Carso*. Recuperado de http://www.milenio.com/negocios/Admiten-amparos-Televisa-Grupo-Carso_0_273573010.html

_____, (2014, junio 27). *La preponderancia en las leyes telecom*. Recuperado de http://www.milenio.com/politica/telecom-preponderancia_en_telecom-agentes_preponderantes-sector_telecom-servicios_telecom-leyes_telecom-reforma_telecom-telecomunicaciones_0_325167608.html

Mosco, V., (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización 10 años después. En *Cuadernos de la Información y la Comunicación*. Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid. Pp. 57-79 Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93501106>

Miége, B. (2006). La concentración en las industrias mediáticas y los cambios en los contenidos. En *Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11. Universidad Complutense de Madrid. Pp. 155-166. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC0606110155A/7280>

_____, B. et al (1993), La convergencia entre telecomunicaciones y audiovisual. Por una renovación de perspectivas. En *Telos*. Núm. 34 Junio-agosto. Disponible en http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_034/cuaderno_central1.html

Modoux, M. (2006). Geografía de la Gobernanza; ¿la alternancia partidaria como factor de consolidación del poder de los gobernadores en el escenario nacional mexicano? En *Foro Internacional*. Vol. 16. Núm. 3. El Colegio de

- México. Pp. 513-532. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/599/59918504.pdf>
- Morelos, R. (2014, julio 5). La ley Televisa dos, califica Hernández Juárez. En *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/07/05/politica/005n3pol>
- Murdock, G., (2006). Los agujeros negros del marxismo occidental: respuesta a Dallas Smythe. En Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11. Pp. 11-22
- Murdock G., y Golding P., (1981). Capitalismo capitalismo y relaciones de clase. En Curran, J., Gurevitch, M., y Woollacot, J. (eds.). *Sociedad y Comunicación de Masas*. Ed. Fondo de Cultura Económica. México.
- _____. G. y Golding P. (1973). For a political economy of mass communications. In Milliband R y Saville J. (Editors). *the social register. A survey of movements & Ideas*. p. 203-234 Recuperado de <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355/2256>
- Navarrete, A. (2012, Octubre 25). La cobertura mediática favorable a Peña Nieto, desde la campaña y hacia el nuevo sexenio. En *Medios y Ciudadanos*. Recuperado de <http://mediosyciudadanos.com/2012/10/la-cobertura-mediatica-favorable-pena/>
- Navarro, R., (2013). Desde México, la Voz de Norteamérica para América Latina: la imposición del modelo comercial estadounidense a través de los empresarios “nacionales”. En *El Cotidiano*. Núm. 181 Septiembre-Octubre pp. 37-46
- Neffa, J., (1999). Crisis y emergencia de nuevos modelos productivos, en De la Garza E. (Coord.), *Los retos teóricos de los estudios del trabajo hacia el siglo XX*. CLACSO, Pp. 39-70
- Noguera, A (2011). Teoría del Estado y del Poder en Antonio Gramsci: claves para descifrar la dicotomía dominación-liberación. En *Nómadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Núm. 29 EMUI Euro-MediterraneanUniversityInstitute | Universidad Complutense de Madrid

- Noguez, A., (2015). Retos y oportunidades de la televisión en México: de la regulación del mercado a su función social y económica en el entorno digital. *En Memorias del XXVII Encuentro Nacional de la Asociación de Investigadoras de Comunicación (AMIC). Historias y Aportes sociales de la Investigación de la Comunicación en México, ¿Cuáles son los acuerdos mínimos del núcleo disciplinario?* Pp. 892-915. Querétaro, México. Disponible en http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_03_PDF/GI_03_RETOS_Y_OP_ORTUNIDADES.pdf
- Novelo, F. (1989). *La sociedad mexicana de los ochenta: cambio estructural hacia el retroceso*. México, D.F. Universidad Autónoma Metropolitana UAM-Xochimilco, 60 p.
- OCDE, (2012). *Estudio de la OCDE sobre políticas y regulación de telecomunicaciones en México*, OECD Publishing. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264166790-es>
- Ojeda, A. (2000, Abril 10). Valúa revista Forbes a Telmex en 7,200 mdd. En *El Universal*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/5454.html>
- Olivares, M., (2002). *Emilio Azcárraga Vidaurreta. Bosquejo Histórico*. Universidad Autónoma de Tamaulipas. Instituto de Investigaciones Históricas.
- Olmedo, B. (1983). El capital extranjero en México. En *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*. Vol. 14 núm. 53. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Pp. 83-109 <http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/36840/33356>
- Olmos, A. (1998), Del canal 13 a Tv Azteca. En Sánchez Miguel A. (coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. Ed. Revista Mexicana de la Comunicación, México. Pp.99-142
- Ordoñez, S. (2004). La nueva fase del desarrollo y el capitalismo del conocimiento. Elementos teóricos. En *Comercio Exterior*. Vol. 54. 17 p. Recuperado de http://ru.iiec.unam.mx/133/1/LaNueva_FaseDeDesarrollo.pdf-revHEAD.svn000.tmp.pdf

- _____, S. y Bouchain R., (2011), *Capitalismo del conocimiento e industria e industria de las telecomunicaciones en México*. Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM. 254 p.
- Orozco, G. (1997). Medios, Audiencias y Mediaciones. En *Comunicar*. Núm. 8. Marzo. Grupo Comunicar. Huelva, España. Pp.25-30
- Ortega, F. (1993, 24 de julio). Los dueños de canal 13 y canal 7 en su primer autorretrato. En *Proceso*. Núm. 847. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/162145>
- Osorno, D., (2015). *Slim. Biografía política del mexicano más rico del mundo*. Ed. Debate. México, D.F. 376 p.
- Otero, J. (2014, febrero 27). Operadores virtuales, opción en telecomunicaciones. En *Expansión*. Recuperado de <https://expansion.mx/opinion/2014/02/26/que-son-los-operadores-moviles-virtuales>
- Pareja, N. (2010), Televisión y democracia. La Televisión abierta y su oferta en la ciudad de México. En *Andamios*, Volumen 7, número 14, septiembre-diciembre, pp. 101-135 Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-00632010000300005&script=sci_arttext
- Partido Revolucionario Institucional (2014, marzo 4). *4 de Marzo de 1929. Fundación del Partido Nacional Revolucionario*. Recuperado de <http://migrantes.pri.org.mx/Efemerides/Efemeride.aspx?y=871>
- Pereyra, C. (1979). Del PNR al PRI. Deslavamiento Revolucionario. En *Nexos*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/125574/del-pnr-al-pri-deslavamiento-revolucionario>
- Pérez G. y Tunal G., (2003). Estrategias de flexibilidad productiva y cambio tecnológico en Telmex. En *Economía, Sociedad y Territorio*, vol. 4, núm. 14. Julio-diciembre, pp. 341-364. El Colegio Mexiquense. Toluca, México. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/111/11101406.pdf>
- Peschard, J., (2006). *La democracia ayer y hoy. A cuarenta años de La democracia en México de Pablo González Casanova*. Ponencia presentada

- en el homenaje a Pablo González Casanova, abril, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- PNUD, (2004). *La democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos*. Programa Nacional para el Desarrollo de Naciones Unidas. 246 Pp.
- Piedras, E. (2016, agosto 10). Índice Herfindahl- Hirschman y Preponderancia. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/opinion/Indice-Herfindahl-Hirschman-y-Preponderancia-20160811-0002.html>
- Posada, M., (2014, abril 2). América Móvil recortó inversiones en México al aprobarse reforma: The CIU. En *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/04/02/economia/027n2eco>
- _____, M., (2014, mayo 31). Anuncia Lozano nuevo documento de trabajo para leyes secundarias. En *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/05/31/politica/009n1pol>
- Prensario Internacional, (2016, febrero 26). *IFT autorizó a Televisa a controlar el 100 por ciento de televisión Internacional*. Recuperado de <http://www.prensario.net/15473-Mexico-IFT-autorizo-a-Televisa-a-controlar-el-100-de-Cablevision-Monterrey.note.aspx>
- _____, (2015, marzo 17). *IFT inicia proceso contra Televisa por predominancia en Tv de paga*. Recuperado de <http://www.prensario.net/12428-Mexico-IFT-inicia-proceso-contra-Televisa-por-predominancia-en-TV-paga.note.aspx>
- Proceso, (1980, Mayo 24).
- Proceso (2019, junio 18). *AMLO invita a Mark Zuckerberg como socio de conectividad en México*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/588837/amlo-invita-a-mark-zuckerberg-como-socio-de-conectividad-en-mexico-video>

- _____, (2003, enero 6). *Mutis de Fox frente al conflicto entre Tv Azteca y CNI Canal 40*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/247950/mutis-de-fox-frente-al-conflicto-entre-tv-azteca-y-cni-canal-40>
- _____, (2003, octubre 5). *La apropiación*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/190333/la-apropiacion-no-1405>
- _____, (2010, enero 26). *Slim prepara el adiós*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/83347/slim-prepara-el-adios>
- _____, (1980, Mayo 24). *El presidente Echeverría propicio la integración de Televisa: Sabido*. Disponible en <http://www.proceso.com.mx/128637/el-presidente-echeverria-propicio-la-integracion-de-televisa-sabido>
- Quibrera, Enrique, (2015). ¿Hasta dónde alcanza la reforma en telecomunicaciones en México? En *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. Núm. 129. Agosto-septiembre Pp. 77-93
- Radiofórmula, (2017, agosto 16). *SJCN no discutió tarifa cero sino a IFT le corresponde regular: Jefe Diego*. Entrevista con José Cárdenas. Recuperado de <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=706234&idFC=2017>
- _____, (2017, enero 31). *La Ley se equivocó al facultar al IFT sobre derechos de audiencias: Castillejos. Con López Dóriga*. Recuperado de <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=659199&idFC=2017>
- Ramírez, A., (2015). Reconstruir la capacidad rectora del Estado en telecomunicaciones a partir del fortalecimiento de los derechos fundamentales. En Meneses M. y Bravo J. (Coordinadores), *Telecomunicaciones y Radiodifusión en la encrucijada. Regulación, economía y cambio tecnológico*. Ed. Fontamara. Pp. 75-96
- Razo, C., y Rojas, F., (2007). *Del monopolio del Estado a la convergencia tecnológica: evolución y retos de las telecomunicaciones en América Latina*. CEPAL
- Reforma, (2017, febrero 1). *Violó IFT ley en caso Televisa, determina Tribunal*. Recuperado en http://diario.mx/Economia/2017-02-01_4f19f18a/violo-ift-ley-en-caso-televisa-determina-tribunal/

- _____, (2018, abril 26). *Reclaman por aval a Ley Chayote*. Recuperado de <https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=1380045&md5=416eb1186718c963831c38db961b59d5&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>
- Reig, R., (2011). *Los dueños del periodismo, claves de la estructura mediática mundial y de España*. Gedisa Editorial. Barcelona España. 320 pp.
- _____, R., (1998). *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Ed. Paidós Ibérica. España, 269 pp.
- Reuters (2014, septiembre 11). *Regulador de México inicia investigación en tv de paga*. Recuperado de <https://lta.reuters.com/article/businessNews/idLTAKBN0H61WB20140911>
- Revueltas, A., (1996). *Las transformaciones del Estado en México: un neoliberalismo a la mexicana*. México, D.F. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco 157 p.
- Rincón, A., (2014). Reforma en Telecomunicaciones. En *Memorias XXVI Encuentro Nacional AMIC. La investigación de la comunicación en México ante la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica*. Pp.1541-1549 Disponible en http://amic2014.uaslp.mx/g14/g14_03.pdf
- Rivera, E. (2007), *Modelos de privatización y desarrollo de la competencia en telecomunicaciones en Centroamérica y México*. En serie Reformas Económicas. CEPAL. México. D.F. 69 pp. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4995/S2007602_es.pdf?sequence=1
- Rivera H., (1991, enero 26). Azcárraga asocia a su familia. En *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/156425/azcarraga-asocia-a-su-familia>
- Rivera, R. (2016). *Del internet a las calles: #YoSoy132. Una forma alternativa de hacer política*. Ed. A Contracorriente. Universidad Estatal de Carolina del Norte. Raleigh, NC. EUA. 240 p.

- Rodríguez, D. (2017, abril 21). El regreso de la Ley Televisa y la amenaza de las audiencias. En *Alto Nivel*. Recuperado de <https://www.altonivel.com.mx/empresas/telecomunicaciones/regreso-la-ley-televisa-la-amenaza-a-las-audiencias/>
- Rodríguez, F. (2017, noviembre 6). Kaput a la reforma telecom a cambio del apoyo de Slim a EPN. En *El Independiente de Hidalgo*. Recuperado de <https://www.elindependientedehidalgo.com.mx/kaput-a-la-reforma-telecom-a-cambio-del-apoyo-slim-a-epn/>
- Rodríguez, R. (1995). *Operación Telmex: contacto en el poder*. Ed. Grijalbo, 221.p
- Robina, S. (1994). Grupos multimedia en el Tercer Mundo. Análisis del caso ejemplar de Televisa. En *Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. Pp. 25-38 Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_452/a_6191/6191.html
- Rubí, M. (2014, marzo 27). Senado fija límites para aprobar leyes en telecom. En *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Senado-fija-limite-para-votar-leyes-en-telecom-20140327-0074.html>
- Salas, L. (2016, noviembre 10). De cómo se perdieron radio y televisión. En *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/de-como-se-perdieron-radio-y-television/>
- Sánchez, G. K., (2016). Sobre los derechos de las audiencias en México. En *Comunicación y Sociedad*. Núm. 27. Universidad de Guadalajara. Pp. 97-120
- _____, G. K., (2015). La Reforma en telecomunicaciones y las negociaciones en el Congreso. En *Imex. México Interdisciplinario*. Año 4, Núm. 7, Pp. 69-84. Disponible en http://www.imex-revista.com/wp-content/uploads/05_reforma-telecomunicaciones_S%C3%A1nchez.pdf
- _____, G. K., (2014). El papel de la telebancada en la reforma de telecomunicaciones. En *Memorias XXVI Encuentro Nacional AMIC. La investigación de la comunicación en México ante la reforma constitucional*

en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica.
Pp.1569-1585

Sánchez R. E., (2009). Poderes Fácticos y gobernabilidad autoritaria. La Ley Televisa como estudio de caso. En Esteinou J. y Alva A (Coord.). *La Ley Televisa. La lucha por el poder en México* Pp. 193-221

_____ R. E., (2007). *Gobernabilidad Democrática, Cultura Política y Medios de Comunicación en México.* Universidad de Guadalajara _____ R., E.

(2010). *Los Medios en México (Prensa, Radio, Televisión y Cine) 1968-2000.* <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/fmb/Los%20medios%20en%20M%E9xico.pdf>

_____ R. E., (2006). *Medios de comunicación y democracia.* Grupo Norma. 133 Pp.

_____ R., E., (2004). El Audiovisual Mexicano: ¿Concentrar para competir? En *Global Media Journal*, vol. 1, núm. 2, otoño, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México

_____ R. E., (1991). Apuntes sobre una metodología histórico estructural con énfasis en el análisis de medios de difusión. En *Comunicación y Sociedad* núm. 10-11 Universidad de Guadalajara p. 11-49

_____ R., E., (1992). *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodología.* Universidad de Guadalajara. 120 pp.

_____ R. E., (1991). Hacia una cronología de la televisión mexicana. En *Comunicación y Sociedad.* Núm. 10-11. Universidad de Guadalajara (UdG). México. Pp. 235-262

_____ R. E., (1992). Cultura Política y medios de difusión. Educación Informal y socialización. En *Comunicación y Sociedad.* Núm. 21. Mayo-agosto. Universidad de Guadalajara (UdG). Pp. 97-137. Recuperado de http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/21_1994/97-137.pdf

Sánchez R. R., (2014). Políticas Públicas y la reforma constitucional en materia de medios y telecomunicaciones. *En Memorias XXVI Encuentro Nacional AMIC. La investigación de la comunicación en México ante la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y*

- competencia económica.* Pp. 1550-1568 http://amic2014.uaslp.mx/g14/g14_04.pdf
- Sarti, I. (1979). *Comunicação e Dependência Cultural: um equívoco*". en Werthein, J (Org.) *Meios de Comunicação: realidade e mito*. Ed. Nacional, San Pablo.
- Saúl, L. (2011, julio 13). Paga la SSP 118 mdp por serie de televisión. *En El Universal*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/primera/37272.html>
- Seco, R. (2012, Julio 28). *El movimiento Yosoy132 cerca la cadena Televisa* https://elpais.com/internacional/2012/07/27/actualidad/1343354496_270808.html
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (1990, Agosto 3). *Modificación al título de concesión de Teléfonos de México S.A. de C.V.* Recuperado de <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480028ab1.pdf>
- Senado de la República (2014, abril 10). *Carta enviado por Héctor Slim Sead, director general de Telmex.* Recuperado de http://www.senado.gob.mx/comisiones/comunicaciones_transportes/docs/Telecom/HSS_TELMEX.pdf
- Sevilla, A. (2017, abril 6). ¿Contrarreforma en telecomunicaciones? En *Tercera Vía*. Recuperado de <http://terceravia.mx/2017/04/diputados-buscan-enmendar-errores-en-la-ley-especialistas-acusan-una-contrarreforma-en-telecomunicaciones/>
- Sevilla, P., (1998)- Del Cable al DTH, En Sánchez Miguel A. (coord.). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. Ed. Revista Mexicana de la Comunicación, México. Pp.415-484
- Siempre, (2017, enero 30). *Postura de la Academia Nacional de Periodistas de Radio y Televisión (Anpert) sobre los lineamientos de defensoría de audiencias.* Recuperado de <http://www.siempre.mx/2017/01/postura-de-anpert-sobre-los-lineamientos-de-defensoria-de-audiencias/>
- Sierra, F. (2009). *Economía Política de la Comunicación y Teoría Crítica. Apuntes y Tendencias.* En *I/C Revista Científica de Información y Comunicación*. Número 6, pp. 149-171

- Sigler, E. (2014, abril, 2). AMX ve daños por ley telecom. En *Expansión*. Recuperado de <https://expansion.mx/negocios/2014/04/03/amovil-ve-danos-por-leyes-en-telecom>
- _____, E. (2014, mayo 15). BID y OCDE critican la tarifa cero a AMóvil. En *Expansión*. Recuperado de <https://expansion.mx/negocios/2014/05/14/bid-y-ocde-critican-tarifa-cero-a-amovil>
- _____, E. (2015, septiembre 10). Tv Azteca se ampara contra resolución del IFT sobre poder sustancial de Televisa. En *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/tv-azteca-se-ampara-contra-el-ift-por-poder-sustancial-de-televisa.html>
- Silva L. (2011). Las concesiones en materia de telecomunicaciones. En Fernández J. y Rivera J. (coord.) *La concesión de las telecomunicaciones*. Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Pp. 195-226
- Smith, C., (2015). *La influencia del contexto macropolítico en la negociación de políticas públicas. Estudio de caso de las coaliciones legislativas para la regulación de la radiodifusión y las telecomunicaciones en México*. En *Política, Globalidad y Ciudadanía*, Vol. 1. Núm., 2 Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, Universidad Autónoma de Nuevo León Julio-diciembre pp. 1-24 Disponible en revpoliticas.anl.mx/RPGyC/index.php/RPGyC/article/download/13/13
- Schmitter, P., (1974). Still the century of corporatism?, *Review of politics*. Pp. 86-131
- Smythe, D., (1977). Communications: Blindspot of Western Marxismo. En *Canadian Journey of political and social theory*, Vol. 1, Núm. 3 Disponible en http://www.ctheory.net/library/volumes/Vol%2001%20No%203/VOL01_NO3_1.pdf
- _____, D., (1957). *The Structure and Policy of Electronic Communications*, Urbana, University of Illinois Press

- Sinclair, J., (1999). *Latin American Television: a global view*. Oxford, Nueva York, Oxford University Press, 200 Pp.
- Solís, B., (2015). Las telecomunicaciones y el debate legislativo. En Figueiras L. (Coord.). *El Pacto por México y la comunicación política*. LEEA Ed. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México. Pp.143-150
- _____, B., (2013). Derechos por construir: los derechos de los ciudadanos en la reforma constitucional de 2013 en telecomunicaciones, radiodifusión y competencia. En *El Cotidiano*. Núm. 181 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. México Pp. 17-23
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32528954003>
- _____, B., (2009). Libertad de expresión y el monopolio de los medios de comunicación: el caso mexicano. En *El Cotidiano*, Núm. 158, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco Pp. 15-24 Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512741004>
- _____, B., (2009). Los derechos de las audiencias. En *El Cotidiano*. Pp.31-235
- _____, B., (2009). De cómo llegamos hasta aquí... Los antecedentes de la Ley Televisa. En Esteinou y Alva (coord.) *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*. Universidad Autónoma Metropolitana, México. Pp. 28-53
- Solórzano, J. (2014, marzo 28). La Ley Secundaria se queda a medias. En *SDP Noticias*. Recuperado de <https://www.sdpnoticias.com/columnas/2014/03/28/la-ley-secundaria-de-telecomunicaciones-se-queda-a-medias>
- Sosa, G., (2016). Los grupos de poder mediático ante el cambio institucional: la reforma de telecomunicaciones (2013-2015). En *Estudios Políticos*. Vol. 9. Núm. 39. Septiembre-Diciembre. Pp. 91-119. Universidad Autónoma Nacional de México (UNAM).
- Sosa P. G., (2016). Concentración de medios de comunicación, poder y nuevas legislaciones en América Latina. *El Cotidiano*. Núm. 195. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. México. Pp. 17-30
 Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/325/32543454003.pdf>

- Streeter, T., (1996). *Selling the Air: A Critique of the Policy of Commercial Broadcasting in the United States*, Chicago: University of Chicago Press
- Suprema Corte de Justicia de la Nación (2015). *Amparo en revisión 1100/2015. Quejosa y Recurrente: Radiomóvil Dipsa S.A. de C.V.* Recuperado de https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/listas/documento_dos/2017-08/AR-1100-2015.pdf
- Shütze, S., (2009). Espacios públicos locales y nuevas formas de privacidad. En Braig M. y Huffschmid A. (eds). *Los poderes de lo público: debates, espacios y actores en América Latina*. Iberoamericana-Verveut. Pp. 245-260
- Tello, C. (1978). La economía echeverrista. Balance provisional. En *Proceso*. Noviembre. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=3233>
- Thwaites, M. (1994). La noción gramsciana de hegemonía. En Ferreira et al (coord.) *Gramsci Mirando al sur. Sobre la hegemonía en los 90*. K&ai Editor. Colección Teoría Crítica. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de http://www.catedras.fsoc.uba.ar/thwaites/grams_94.pdf.
- The Competitive Intelligence Unit (2009). *Competencia en México: ¿Qué 20 años no es nada?* Recuperado de http://www.the-ciu.net/ciu_0k/pdf/ciu18agosto.pdf
- The Guardian. (2012, junio 26). *Escándalo en los medios de comunicación mexicanos: una unidad secreta de Televisa promocionó al candidato del PRI*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/media/2012/jun/26/escandalo-medios-televisa-candidato-pri>
- Thompson, J. (2002). *Ideología y Cultura Moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana. 483 p.
- _____, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ed. Paidós. Buenos Aires, Argentina. 357 p.
- Toriz, F., (2010). Futuro de las Telecomunicaciones en México ¿Cuál debe ser el rol del gobierno ante los nuevos escenarios del mercado? En *Tecsícatl: Economía y Sociedad en México. Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 2.

Núm. 8. Junio. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n8/fgtf.htm>

Toussaint, F., (2014a). La Industria Televisiva en México, en tránsito para la etapa digital. En *Memorias XXVI Encuentro Nacional AMIC. La investigación de la comunicación en México ante la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica*. Pp. 303-310 Disponible en http://amic2014.uaslp.mx/q3/q3_01.pdf

_____, F., (2014b), *La industria televisiva y sus cambios*, Ponencia presentada en Congreso ALAIC Perú 2014 Disponible en <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT6-Florence-Toussaint.pdf>

_____, F., (2009). Historia y Políticas de Televisión Pública en México, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Vol.LI, núm. 206, Mayo-agosto, UNAM, México Pp. 105-118 Disponible en <http://www.redalyc.org:9081/articulo.oa?id=42115999006>

_____, F., (1998). *Tv sin fronteras*. Siglo XXI Editores, México, 178 p.

_____, F., (1985). Televisa: una semana de programación ¿mente sana en cuerpo sana? Trejo R. (coord.) *El poder de Televisa*. Editorial Claves Latinoamericanas. México. Pp.40-61

Tovar, R., (2015). La Reforma en telecomunicaciones y Radiodifusión: Un enfoque crítico. En *El Cotidiano*. Núm. 190. Marzo-abril. Pp. 41-47. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32536845006>

Trejo, R., (2014, julio 9). Consecuencias anticipables de la ley. En *El Universal*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2014/impreso/consecuencias-anticipables-de-la-ley-111661.html>

_____, R., (2013). Reforma histórica, reivindicación de lo público. En *Revista Zócalo*. Recuperado de <http://www.revistazocalo.com.mx/archivo/45-zocalo/3587-reforma-historica-reivindicacion-de-lo-publico.html>

_____, R., (2012). Poderes Fácticos, Problemas Drásticos. En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Año LVIII. Núm. 217, Pp. 223-232

- _____, R., (2011). Tv privada, seis décadas de privilegios. En *Revisa Zócalo*. Recuperado de <http://www.revistazocalo.com.mx/archivo/45-zocalo/1221-pag812128.html>
- _____, R. (2009). Los diputados ante la ley Televisa. En Esteinou y Alva (coord.) *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*. Universidad Autónoma Metropolitana, México. Pp. 75-101
- _____, R. (2006). El nuevo clientelismo: partidos y medios, relación inequitativa. En *Nexos*. Recuperado de <https://www.nexos.com.mx/?p=11825>
- _____, R. (1985). La primavera de Televisa, En Trejo R. (coord.), *Las redes de Televisa*, Ed. Claves Latinoamericanas, México. Pp. 21-74
- Vargas, R. (2015). La Reforma Energética: a 20 años del TLCAN. En *Problemas del Desarrollo*. Vol. 46. Núm. 180. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362015000100006
- Vázquez, G. (2015). La calidad de la educación. Reformas educativas y control social en América Latina. En *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*. Núm. 60. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-85742015000100004
- Vázquez, L., (2010). *La Democracia Deliberativa y confrontación de poderes fácticos en una decisión gubernamental: modificación al artículo 77 de la Ley de Propiedad Industrial*, Vol. LII, Núm. 210, Universidad Nacional Autónoma de México. Pp. 105-131 Disponible en <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=42118500006ÇÇ>
- Velasco, E., (1998-1999). La radio en la transformación del Estado Mexicano. En *Razón y Palabra*. Núm. 12. Año 3. Octubre 1998-Enero 1999. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n12/rad12.html>
- Velázquez, R., (1984). El Nacimiento de la radiodifusión mexicana. En *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*. Núm. 9. Instituto de Investigaciones Históricas. Universidad Nacional Autónoma de México

- (UNAM). Pp. 137-170 Recuperado de <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/revistas/moderna/vols/ehmc09/111.pdf>
- Vidal B., (2015). México, concesiones y monopolios convergentes. Una aproximación empírica. En Meneses, María Elena *et al* (coordinadores), *Telecomunicaciones y Radiodifusión en la encrucijada. Regulación, economía y cambio tecnológico*. Ed. Fontamara-UASLP Pp. 125-146
- Villamil, J. (2017, Diciembre 11). El IFT decide no interponer controversia contra la Ley Televisa Döring. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/514673/el-ift-decide-no-interponer-controversia-contra-ley-televisa-doring>
- _____, J. (2017, diciembre 8). Seis senadores del PAN se desisten del Litigio contra Ley Televisa Döring; revelan presiones. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/514291/seis-senadores-del-pan-se-desisten-del-litigio-contra-ley-televisa-doring-revelan-presiones>
- _____, J. (2017, octubre 31). El golpe de Televisa a los derechos de las audiencias. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/509376/golpe-televisa-a-los-derechos-las-audiencias>
- _____, J. (2017, agosto 10). Arremeten competidores contra América Móvil por tarifa de Interconexión. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/498460/competidores-arremeten-contra-america-movil-tarifa-cero-interconexion>
- _____, J. (2017, enero 25). Senado interviene en conflicto por lineamientos de audiencias. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/471743/senado-interviene-en-conflicto-lineamientos-derechos-audiencias>
- _____, J., (2015). *La caída del telepresidente. De la imposición a la indignación social*. Penguin Random House Grupo Editorial. México. 278 p.

- _____, J. (2015, octubre 3). La sumisión ante Televisa no termina. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/417168/la-sumision-ante-televisa-no-termina>
- _____, J. (2014, abril 16). OCDE exhibe las miserias de la Ley Peña-Televisa. En *Proceso*. Recuperado de <http://hemeroteca.proceso.com.mx/?p=369833>
- _____, J. (2014, abril 3). Se quejan y presionan los gigantes de telefonía y televisoras en el Senado. En *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/368782>
- _____, J. (2011, junio 4). A Slim, veto con fondo político. En *Proceso*. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/271393/a-slim-veto-con-fondo-politico>
- Vizcarra, F. (2002). Premisas y conceptos en la sociología de Pierre Bourdieu. En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol. 8. Núm. 16, Colima México. Pp. 55-68
- Wasko, J., (2014). The study of the political economy of the media in the twenty-first century. En *International Journal of Media & Cultural Politics Volume 10 Number 3*, pp. 260-271
- _____, J., (2006). La Economía Política del Cine. En *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 11. pp. 95-110
- Wholers, M., (2008). *Convergencia tecnológica y agenda regulatoria en América Latina*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile. 50 p. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3615/S2008194_es.pdf?sequence=1
- Wright, L. (2009, Junio 1). Slim's Time. En *The New Yorker*. Recuperado de <https://www.newyorker.com/magazine/2009/06/01/slims-time>
- Wolf, S. (2011). La guerra de México contra el narcotráfico y la iniciativa Mérida: piedras angulares en la búsqueda de la legitimidad. En *Foro Internacional*. Vol. LI. Núm. 6. El Colegio de México A. C. Pp. 669-714. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59923588003>

- Wolton (1998) La comunicación política. La Construcción de un modelo. En Ferry J., Wolton D. et al. El nuevo espacio público. Ed. Gedisa. Barcelona Pp. 28-46
- XEU (2017, enero 27). *Senado rechaza lineamiento del IFT. Acusa censura.* Recuperado de <http://www.xeu.com.mx/nota.cfm?id=885518>
- Zallo, R., (1988). *Economía Política de la Comunicación y la Cultura*, Ed. Akal Comunicación. Madrid, España 209 pp.
- Zapata, F., (2004). Democratización o rearticulación del corporativismo. El caso mexicano. En Política. Universidad de Chile. Santiago, Chile. Pp. 13-14
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64504203>

Anexo: CRONOLOGÍA DE LOS PRINCIPALES EJES DE CONFLICTO DERIVADOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA REFORMA DE TELECOMUNICACIONES (2013-2018).

El objetivo de la cronología es observar las resistencias de los poderes fácticos mediáticos a la implementación de la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión, las cuales fueron registradas por la prensa en un periodo de 2013 a 2018. Esto nos permite establecer tres ejes de conflicto: la interconexión cero de las redes de telecomunicaciones, la concentración de la televisión restringida y los derechos de las audiencias, en los cuales intervienen los grupos económicos dominantes en las telecomunicaciones y la radiodifusión, el poder estatal y la sociedad. Asimismo la cronología, presentada por cada eje, permite identificar a los actores, recursos, estrategias y efectos de la resistencia de los poderes fácticos a las regulaciones.

Eje de conflicto: Interconexión de tarifa cero en las redes de telecomunicaciones

Fecha/fuente informativa	Actor	Regulación/Resistencia	Qué implica:
11-06-2013 Diario Oficial de la Federación	Poder Legislativo	La reforma constitucional establece que el IFT deberá determinar al agente preponderante (más de 50% en infraestructura, usuarios) en telecomunicaciones y establecerle medidas asimétricas pro competencia.	La posibilidad de imponer límites a la concentración de los principales grupos.
6-03-2014 Comunicado de prensa del Instituto Federal de Telecomunicaciones	IFT/América Móvil (AMX)- Grupo Carso- Grupo Inbursa	De acuerdo a las disposiciones constitucionales, el IFT determinó al Grupo Carso, sus filiales en América Móvil (Telmex, Telcel y Telnor) y el Grupo Inbursa como el grupo económico preponderante en el sector de telecomunicaciones. Mientras que a Grupo Televisa lo declaró preponderante en Radiodifusión.	Reconocimiento de la condición dominante de los grupos que concentran la propiedad en el sector.
6-03-2014 Comunicado de prensa del Instituto Federal de Telecomunicaciones	IFT/América Móvil.	Entre las medidas que el IFT impuso a América Móvil (AMX) por su condición de preponderante está el establecimiento de tarifas asimétrica de interconexión y la intervención del órgano regulador para los convenios de interconexión con los competidores. Además, AMX deberá	La intervención del IFT para que el agente económico preponderante no abuse de su posición para imponer tarifas de interconexión a sus competidores y que éstas no sean discrecionales.

		publicar sus ofertas de interconexión.	
24-03-2014 Comunicado de prensa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes	Poder Ejecutivo/Poder Legislativo	El Poder Ejecutivo envió al Senado la iniciativa de decreto de Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Entre otros puntos, plantea la implementación de la tarifa cero en interconexión para el preponderante. Es decir, la obligación de AMX de permitir la conexión gratuita a sus competidores mientras que sí deberá pagar a estos por el servicio respectivo.	La inclusión de una medida que afectaría a América Móvil y que usurpa las facultades del IFT para regular la tarifa de interconexión de acuerdo a sus medidas asimétricas para el preponderante. Asimismo implica la influencia de otros grupos económicos, las televisoras y competidores de AMX, que cabildearon la inclusión de la tarifa cero para beneficiarse.
28-03-2014 La Jornada	América Móvil	América Móvil y Accival Casa de Bolsa emiten un comunicado en el que acusan que la iniciativa de ley secundaria pone en riesgo su infraestructura y desincentivaría su inversión en telefonía móvil.	América Móvil implementa una resistencia mediática para rechazar la tarifa cero en interconexión y evitar su inclusión en la ley.
02-04-2014 Aristegui Noticias	Grupo Carso-América Móvil e Inbursa /Poder Judicial.	Grupo Carso y sus filiales presentaron un amparo ante los juzgados especializados en telecomunicaciones y competencia económica por la declaración de preponderancia	Resistencia jurídica a las resoluciones del órgano regulador.
02-04-2014 La Jornada	América Móvil	De acuerdo a la consultoría The Competitive Intelligence Unit (The CIU), América Móvil redujo su inversión a partir de la reforma de telecomunicaciones, aunque sería una actitud pasajera.	América Movil implementa recursos económicos como medida de presión.
3.04.2014 e-consulta proceso	América Móvil y Grupo Televisa	En la fase de análisis de la Ley secundaria, los monopolios se enfrentan y acusan mutuamente. Televisa enfatiza que Telmex debe compartir sus infraestructura y permitir la interconexión con tarifa cero . A su vez Telmex señala que no es justo que lo obliguen a compartir su inversión.	Presión política y mediáticamente de los principales grupos para obtener una regulación favorable.
03.04.2014 Expansión	América Móvil	América Móvil mantiene un discurso mediático y político contra la	América Móvil enfatiza su resistencia mediática y política

		iniciativa de ley secundaria ya que los obliga a regalar su red y puede desincentivar su inversión.	a los términos en se plantea la Ley secundaria.
10.04.2014 Senado de la República	Telmex	El director de Telmex, Héctor Slim, envió una carta al Senado en la que, a manera de presión ante la discusión de la ley secundaria, destaca la inversión de la empresa en interconexión e infraestructura tras la privatización. Asimismo enfatiza que la industria requiere altas inversiones pero sus competidores invierten poco.	América Móvil ejerce presión directa sobre el poder político, enfatizando su poder económico.
15-04-2014 Animal político	Poder Judicial/América Móvil	La juez federal Silvia Cerón, del Segundo Tribunal Colegiado aceptó revisar la resolución del IFT, pero desechó por notoria improcedencia la parte de los amparos en que las empresas impugnaron aspectos de la reforma constitucional, como el artículo octavo transitorio en el que se fijaron las reglas para determinar agentes preponderantes.	Avance de la estrategia jurídica de resistencia implementada por América Móvil
15.05.2014 EXPANSIÓN	Organismos internacionales /AMX	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) considera que una tarifa cero de interconexión para Telmex y Telcel, como lo propone el Gobierno, puede desincentivar la inversión en el país, en lugar de mejorar la competencia. La OCDE también criticó la tarifa de interconexión al considerar que en la ley se aborda con demasiados detalles técnicos y puede minar las capacidades del IFT en la regulación de interconexión.	Organismos internacionales respaldan la estrategia de presión de América Móvil. Posible cabildeo del consorcio con los organismos.
16-04-2014 Proceso			
01-07-2014 Sin embargo	América Móvil/IFT	Telmex y Telcel presentaron al IFT sus convenios de interconexión de acuerdo a la regulación asimétrica impuesta, los cuales definen condiciones técnicas y económicas para dar el servicio a sus competidores.	América Móvil cumple lo establecido por el IFT, probablemente como parte de su estrategia de rechazo a la tarifa cero de interconexión.
01-07-2014 La Jornada	Telmex/Poder Legislativo	Al señalar que la iniciativa de ley secundaria beneficia a Televisa, el secretario del Sindicato de	El gremio sindical respalda la estrategia mediática y política de América Móvil

		trabajadores de Telmex, Francisco Hernández Juárez, criticó que con ella, la telefónica se verá obligada a regalar sus servicios y no será posible invertir en infraestructura. Eso deterioraría el sistema de comunicación del país, perjudicaría los salarios de los trabajadores y reduciría su jubilación.	incorporando los derechos laborales al recurso discursivo del consorcio.
04-07-2014 El Universal	América Móvil/Poder Legislativo	Analistas consideran que la tarifa cero de interconexión que se impone en la ley secundaria de telecomunicaciones a la empresa América Móvil, por ser preponderante en interconexión, ignora e invade las atribuciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).	Los especialistas observan la intromisión del poder político en las facultades del IFT. Este señalamiento será posteriormente retomado por América Móvil e incorporado a su estrategia jurídica de resistencia.
05-07-2014	Poder Legislativo/AMX	El Senado aprobó la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. En el ámbito de la interconexión, la ley establece que la empresa preponderante no cobrará a sus competidores por el uso de su red, es decir la tarifa cero.	A pesar de las resistencias mediáticas y políticas de América Móvil se incluye este precepto que beneficia a la competencia, entre ellas las televisoras que cabildaron su inclusión.
07-07-2014	Financieros	Accival-Banamex señaló que la reforma de telecomunicaciones afectaría a América Móvil y beneficiará a los competidores.	Grupos económicos financieros respaldan la resistencia de América Móvil.
08-07-2014 Comunicado América Móvil	América Móvil	América Móvil anunció que su Consejo de Administración autorizó medidas para reducir su participación nacional en el sector de telecomunicaciones a fin de dejar de ser el preponderante. Ello incluía la desincorporación y venta de activos en favor de algún nuevo operador independiente de América Móvil. Aunque ello estaría condicionado a que Teléfonos de México, S.A.B. de C.V. ("Telmex") y Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. ("Telcel") dejen de ser preponderantes y estar sujetos a medidas asimétricas, y puedan acceder a la convergencia.	Ante el rechazo a su condición de preponderante y a los intentos regulatorios por frenar su concentración, América Móvil emprende una resistencia legal corporativa.

09-07-2014 El financiero	América Móvil	El IFT estableció un plazo de un año para revisar si las medidas asimétricas para América Móvil se suspenden de ser aprobado el plan de desincorporación de activos	La resistencia corporativa – discursiva busca evitar desventajas para América Móvil pero no tiene un efecto inmediato en la regulación.
10-07-2014 El Financiero	América Móvil	Los activos que América Móvil planea desincorporar tendrían un valor de 8 mil 650 mdd, según analistas. A decir de la empresa, los activos se tendrían que vender a un sólo comprador del sector que tenga capacidad para hacer grandes inversiones en el país.	La estrategia corporativa-discursiva de América Móvil tuvo un efecto primordialmente mediático con el propósito de mejorar su imagen, por su condición preponderante, ante el órgano regulador, el poder político y la sociedad.
10-07-2014 El Financiero	América Móvil	Arturo Elías Ayub, director de alianzas estratégicas de Telmex, dijo que América Móvil está en busca de comprador y que se analizará qué activos vender para dejar la preponderancia y así poder participar en la televisión de paga	La estrategia corporativa-discursiva de América Móvil tuvo un efecto primordialmente mediático con el propósito de mejorar su imagen, por su condición preponderante, ante el órgano regulador, el poder político y la sociedad.
18-02-2015 SCJN	América Móvil/Poder Judicial/Poder Ejecutivo	Radio Dipsa representante legal de Telcel interpuso un amparo ante la SCJN contra la participación del Poder Legislativo en la regulación y establecimiento de tarifas de interconexión ya que invade atribuciones del IFT.	Resistencia jurídica de América Móvil hacia la obligación legal la gratuidad en la interconexión mandatada en la ley. América Móvil adoptó la invasión de atribuciones del IFT por parte del Legislativo como estrategia jurídica.
10-08-2017 Proceso	Competidores/América Móvil	Un total de 21 compañías de telecomunicaciones, entre empresas telefónicas y cableras, firmaron un desplegado para demandar que el agente económico preponderante del sector, América Móvil, propiedad de Carlos Slim, no sea beneficiado en su litigio contra la tarifa de interconexión cero. “Telmex y Telcel buscan retrasar y diluir los efectos del nuevo marco regulatorio mediante recursos legales y artilugios”, argumentan las compañías firmantes, entre las que se encuentran AT&T la española	Presión mediática y política de competidores de Slim entre ellos, las filiales de Televisa, para que no se acepte se acepte su impugnación.

		Telefónica, Axtel, Cablemás, Izzi, Bestel (las últimas tres propiedad de Grupo Televisa), Total Play (propiedad de Grupo Azteca), Virgin, Megacable, MCM Telecom Altan Redes (concesionaria de la Red Compartida).	
11-08-2017 El Economista	Poder Judicial/América Móvil/IFT/Poder Legislativo	El proyecto del ministro Javier Laynez Potisek, de momento perfila el favor de la justicia mexicana a Radiomóvil Dipsa en su argumentación sobre que es el IFT quien debe definir las tarifas de interconexión más no el Congreso de la Unión	Influencia de América Móvil para lograr una sentencia a su favor.
16-08-2017 Expansión	América Móvil/Poder Legislativo-Poder Judicial	La Segunda Sala de la Suprema Corte de SCJN concedió el amparo a Telcel de América Móvil, en contra de la tarifa cero de interconexión con unanimidad de votos. El amparo declara que el Congreso no era competente para fijar la “tarifa cero”, sino que ello le correspondía al IFT.	Los recursos jurídicos y políticos (cabildo) de América Móvil le permiten obtener una sentencia favorable de la Corte.
16-08-2017 Proceso	IFT/América Móvil	Tras la resolución de la SCNJ a favor de América Móvil contra la tarifa cero, el IFT afirmó que se fortalece a los órganos reguladores.	El amparo concedido a América Móvil es legitimado por el órgano regulador.
02-11-2017 Comunicado IFT	IFT/AMX y Competidores	En cumplimiento a la decisión de la Corte, el IFT resolvió las condiciones técnicas mínimas necesarias para la interconexión entre concesionarios, y determinó las tarifas de interconexión que utilizará ante los desacuerdos que al respecto se presenten.	IFT establece la regulación en tarifas de interconexión de acuerdo a lo establecido en la reforma
03-11-2017 El Sur	IFT/AMX y Competidores	Los competidores consideran que esta definición es un duro golpe y en desplegados mediáticos AT&T, Telefónica, Altán Redes (concesionaria de la Red Compartida), Axtel, Izzi, Megacable, Simplii, Total Play, Virgin Mobile y Weex, plantean que al desaparecer la “tarifa cero”, se pierde uno de los	Resistencia mediática de los competidores de Telmex, entre ellos Televisa, al pago de tarifas de interconexión a América Móvil.

		“beneficios más directos de la reforma constitucional en telecomunicaciones”.	
13-11-2017 Etcétera	América Móvil/IFT	Pese a eliminación de la tarifa cero, Telcel impugna las tarifas de interconexión establecidas por el IFT pues, según dice, son “ subsidios regulatorios injustificados ”. Argumentó que con las tarifas establecidas por el órgano regulador tendrán que pagar 295% más que la competencia por el mismo servicio (0.028562 vs. 0.112799 pesos).	Resistencia jurídica de América Móvil a las condiciones impuestas por el órgano regulador.

Eje de conflicto: la concentración de la televisión restringida

Fecha/fuente informativa	Actores	Regulación/Resistencia	Qué implica:
11-06-2013 DOF	Poder Legislativo-Ejecutivo/pr estadores de servicio y agentes preponderantes	La reforma constitucional establece que el IFT deberá determinar al agente preponderante de telecomunicaciones y al agente con poder sustancial en la prestación final de servicios, estableciéndoles medidas asimétricas pro competencia. .	La posibilidad de imponer límites a la concentración de los principales grupos.
1-08-2013 Pulso	Televisa	Televisa adquirió, por 7000 mdp, 51 % de la empresa Cablecom que además del servicio de televisión por cable ofrece triple play (video, internet y voz).	Antes de ser definida o no como preponderante, Televisa incrementa su estructura de propiedad.
02-08-2013 La Jornada	Televisa	La compra del 51 % de Cablevisión por parte de Televisa fue notificada al mercado de valores, aunque la transacción está sujeta a la aprobación de distintas autoridades, entre ellas las de competencia económica, ya que ésta sería la cuarta empresa de televisión por cable que Televisa sumaría a su cartera junto con Cablevisión, Cablemás y TVI, las cuales ofrecen <i>triple play</i> que incluye televisión, Internet y telefonía fija.	Incremento de su participación en el mercado y en su estructura de propiedad.

Agosto 2013 Diario MX	Televisa/IFT	La autorización de la compra de Cablemás quedó suspendida en tanto se forman el nuevo órgano regulador, el IFT, y se crean las leyes secundarias.	Pese a suspensión de la autorización, Televisa comercializó los servicios de la nueva empresa.
17-03-2014 Dinero en Imagen	IFT-Grupos económicos	El IFT inició una investigación sobre la concentración en mercados de telecomunicaciones, entre ellos el de televisión restringida. El análisis de si existe o no concentración se realiza en términos de los artículos 16 y 17 de la ley de Competencia económica.	Posibilidad de establecer medidas asimétricas a Televisa para evitar la concentración del mercado.
6-03-2014	IFT/Televisa	El IFT declaró a los agentes preponderantes por sectores (telecomunicaciones y radiodifusión) y no por servicios. Ello implicó que a Televisa, que concentra, para esta fecha, más del 50 % del mercado, no se le aplicarán medidas asimétricas anti concentración.	Resolución regulatoria favorable para Televisa
13.08.2014 Prensario	Telmex/IFT	Telmex cancelará la compra del 51% de Dish, operación que le permitiría al grupo de Carlos Slim ingresar en el mercado de la TV paga en México, pero que lo dejaría en un lugar complicado ante el IFT, que lo declaró agente económico preponderante.	Estrategia corporativa que suspende temporalmente su incorporación al mercado de televisión restringida.
15-05-2014 Aristegui Noticias	IFT/América Móvil	El IFT estableció 18 meses para que el agente preponderante en telecomunicaciones, América Móvil y sus filiales Telmex y Telcel, puedan solicitar un permiso para ofrecer servicios de televisión; lo anterior, a pesar de que dos comisionados (Gabriel Contreras y Mario Fromow) pidieron que el plazo se extendiera a 24 meses.	El órgano regulador da a América Móvil la posibilidad de ingresar al mercado de televisión restringida lo que implicaría una mayor concentración en su estructura de propiedad
15-05-2014 El Financiero	Telmex (AMX)-IFT	Expertos señalan que tan pronto como Telmex recibiera la notificación de su concesión única ofertaría televisión restringida. Expertos advierten que la anticipación que hizo el IFT para que esa empresa pueda ofrecer servicios de televisión avala legalmente a la compañía para que en ese plazo pueda ofrecer al público aquello que hoy dan compañías	El órgano regulador da a América Móvil la posibilidad de ingresar al mercado de televisión restringida lo que implicaría una mayor concentración en su estructura de

		como Cablevisión.	propiedad
28-05-2014 Milenio	Telmex (AMX)/Competencia	Francisco Gil Díaz, presidente de Telefónica Movistar, aseguró que ningún plazo es suficiente para que Teléfonos de México (Telmex) ofrezca servicios de televisión de paga, pues lo tiene prohibido en su título de concesión mismo que debe ser respetado	Presión de empresas al poder político para evitar la entrada de América Móvil al mercado de televisión restringida.
31-05-2014 La Jornada		El presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (Canitec), Alejandro Puentes, dijo que no se debe permitir la entrada de las empresas de Carlos Slim al negocio televisivo, porque el país no está preparado para soportar su participación sino cumple sus obligaciones.	Presión de empresas al poder político para evitar la entrada de América Móvil al mercado de televisión restringida.
02-06-2014 Sin Embargo	IFT/Telmex (AMX).	IFT autorizará a Telmex participar en el mercado de la televisión sólo si comprueba que su presencia no representa un impacto negativo en la competencia del sector, aseguró la comisionada, María Elena Estavillo. "Sólo si se determina que la autorización de un servicio adicional no tendrá impacto negativo en la competencia se le podrá autorizar", dijo.	El órgano regulador da a América Móvil la posibilidad de ingresar al mercado de televisión restringida lo que implicaría una mayor concentración en su estructura de propiedad.
02-06-2014 La Silla Rota	Televisa/competencia	La empresa Dish consideró que Televisa debe ser declarada como preponderante en el mercado de TV de paga, según la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones. En un desplegado publicado en varios diarios nacionales indicó que Televisa concentra 62.2% en televisión restringida e indicó que la ley secundaria debe considerar la preponderancia por servicios.	Presión de empresas al poder político para establecer criterios en la regulación que permitan declarar al grupo dominante en el mercado de televisión restringida como preponderante
5-07-2014	Poder Legislativo	Se aprueba la Ley Federal de Telecomunicaciones y radiodifusión que confirma la preponderancia por sectores y no por servicios.	El cabildeo de Televisa con el poder político fue más efectivo que la presión de otros grupos, evitando ser declarada preponderante pese a su concentración en la televisión restringida.

14-08-2014 Aristegui Noticias	Televisa	Grupo Televisa adquirió 100 por ciento del capital social de Cablecom. En coincidencia con la entrada en vigor de la nueva Ley de Telecomunicaciones, algunos analistas criticaron que fue un “Regalazo”, pues al no considerar la preponderancia por servicio a la empresa se le dio un trato privilegiado en la ley pese a concentrar el mercado de televisión restringida	Incremento de su estructura de propiedad a partir de la regulaciones en su favor.
8-01-2015 Proceso	Televisa	Grupo Televisa continuó su concentración en televisión de paga, al anunciar la adquisición del 100% de Telecable (Cablevisión Red), una de las cinco compañías más grandes del país. Con ello tendrá 65% del mercado de televisión por cable.	Incremento de su estructura de propiedad.
15-01.2015 Comunicado IFT	IFT/Telmex-Dish	El Pleno del IFT resuelve que las relaciones contractuales entre Telmex y Dish México constituyen una concentración que debió ser notificada antes de su realización. Ante ello, impuso una multa (14mdp para Telmex y 43mdp a Dish) por no notificar los actos por los que Telmex adquirió control sobre Dish México. Sin embargo, el IFT resolvió que la concentración no era prohibida ni tuvo efectos adversos para la competencia.	Aunque se multa a Telmex no se finca responsabilidad por concentración.
03-02-2015 Reforma	Telmex (AMX)/IFT	Telmex impugnó la multa impuesta por el IFT por su relación con Dish. La telefónica sostiene que no hubo concentración y sólo firmó una alianza con Dish para servicios de facturación.	La empresa se resiste por la vía jurídica a aceptar la resolución del regulador
03-02-2015 Reforma	Telmex/Competencia	La competencia de Telmex, Cablevisión de Televisa y Total Play de Grupo Salinas, impugnan la resolución del IFT sobre la alianza de éste con Dish al considerarla insuficiente pues al no considerar que hubo concentración prohibida no se aplicaron sanciones más fuertes.	Presión de empresas de comunicación, en su condición de poderes fácticos, al poder político
03-02-2015 Reforma		El IFT, por su presidente Gabriel Contreras, defiende su resolución en Telmex-Dish en la que a alianza no era prohibida. "Nos encontramos con una serie de vínculos, no sólo de carácter comercial, sino ante un sistema	El órgano regulador avala la participación de América Móvil en el mercado televisivo.

		<p>estructurado a través de diversos contratos que permiten una coordinación que merman la autonomía de Dish para actuar en forma independiente respecto de Telmex-Teninver", dijo. "¿Eso hace que esta sea una concentración indebida? Definitivamente no. ¿Es una concentración que debió notificarse? La conclusión es que sí, y eso es lo que se sanciona, la falta de notificación, pero no significa eso que la concentración tenga un efecto adverso en el proceso de competencia", agregó Contreras.</p>	
<p>17-03-2015</p> <p>Prensario</p>	IFT / Televisa	<p>El IFT determinó iniciar un proceso a Televisa en base a la declaración preliminar de poder sustancial en el mercado de TV paga, que encontró que el Grupo concentraría el 65% de este mercado. Adicionalmente, abrió dos investigaciones paralelas (en noviembre y en enero pasados) para analizar las adquisiciones concretadas por parte de Televisa de los operadores de cable Cablecom y Telecable, que por un artículo transitorio de la Ley, no requirieron la aprobación previa del Instituto, por representar menos del 20% de participación en los ingresos del sector.</p>	<p>Posibilidad de establecer medidas asimétricas a Televisa para evitar la concentración del mercado.</p>
<p>29-04-2015</p> <p>La Jornada</p>	IFT/Televisa	<p>En un avance preliminar de la investigación por concentración en televisión restringida iniciada en marzo, el IFT consideró que con la compra de Cablecom, Grupo Televisa obtuvo poder sustancial en 99 mercados relevantes del servicio de televisión y audio restringido.</p>	<p>Posibilidad de establecer medidas asimétricas a Televisa para evitar la concentración del mercado.</p>
<p>09-09-2015</p>	Televisa / IFT	<p>El IFT reportó que Televisa, a raíz de la adquisición de la empresa Telecable, cuenta con un "poder sustancial" en 63 mercados del país, donde ofrece servicios de telefonía, televisión e Internet. Sin embargo, para efectos del Dictamen Preliminar, "se consideró que no existen</p>	<p>Posibilidad de establecer medidas asimétricas a Televisa para evitar la concentración del mercado.</p>

		elementos suficientes para determinar que, derivado de la transacción que originó la investigación, Grupo Televisa adquiriera poder sustancial”.	
21-09-2015 Reforma	Televisa /IFT	Televisa busca impedir que el IFT le imponga medidas que limiten su venta de publicidad y compra de contenidos en caso de ser declarada dominante en televisión de paga. En el transcurso de dos semanas, acompañados de abogados, sus representantes (Alfonso de Angoitia, vicepresidente de la empresa; Alejandro Bustos, vicepresidente de Temas Jurídicos y Regulación, y Adolfo Lagos, vicepresidente de Telecomunicaciones) mantuvieron tres reuniones con comisionados del pleno del IFT para dialogar sobre la primera resolución de poder sustancial que el regulador discutiría este miércoles.	La empresa se resiste por la vía jurídica a aceptar la resolución del regulador
26-02-2016 Prensario	IFT/Grupo Televisa	El IFT autorizó a Grupo Televisa a adquirir un 50% adicional de Televisión Internacional, conocida como Cablevisión Monterrey, hasta ahora propiedad de Grupo Multimedios. Televisa compró 50% de Televisión Internacional en 2006, reteniendo Grupo Multimedios el resto de la empresa; con la operación autorizada ahora, Televisa tendrá el 100% del sistema de telecomunicaciones por cable.	El órgano regulador avala la concentración de Televisa en televisión restringida.
30-09-2015 Proceso	Grupo Televisa / IFT	Por cinco votos contra dos los comisionados del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), determinaron que, a pesar de tener 62.2% de los suscriptores, Grupo Televisa no tiene poder sustancial en el mercado de televisión restringida. Por lo tanto no se le impondrán medidas de regulación asimétricas. Fuentes del IFT confirmaron que hubo un intenso cabildeo del vicepresidente de Televisa, Alfonso de Angoitia, y de otros altos funcionarios de la empresa para que el órgano regulador no declarara con poder sustancial.	El poder público determina no limitar la concentración de la propiedad de la empresa y la influencia de ésta, como poder fáctico fue determinante para esa decisión.
05-10-2015	Empresas de	Los precios de la televisión de paga	La reforma tiene

El diario de Coahuila	televisión restringida	incrementan en lugar de bajar. Firmas como Cablevisión y Axtel, anunciaron el incremento en el precio de sus servicios en las últimas semanas y Totalplay, lo hará próximamente.	efectos negativos para los usuarios pese a sus objetivos originales.
28-10-2015 El Financiero Bolsa Manía	TV AZTECA/IFT/ Grupo Televisa	Tv Azteca presentó dos amparos contra la resolución del IFT mediante la que no se considera a Televisa con poder sustancial en televisión restringida, los cuales fueron aceptados por el Juzgado Especializado en Telecomunicaciones y Competencia Económica. También Televisora del Valle de México, Canal 40, interpuso un amparo y Dish anunció la interposición de otro.	Presión de empresas de comunicación, en su condición de poderes fácticos, al poder político
13-11-2015 El Universal	IFT/Televisa y su competencia	Ante las críticas a su resolución y los juicios de amparo promovidos en su contra, el IFT justificó que no declaró a Televisa con poder sustancial en televisión restringida dado que también Dish, Totalplay y Megacable crecieron en el mercado	El órgano regulador legitima la concentración de Televisa.
19-01-2017 Proceso	Poder Judicial/IFT/Televisa y su competencia	El Primer Tribunal Colegiado Especializado en Telecomunicaciones y Competencia Económica revocó la resolución de IFT que no considera a Televisa con poder sustancial en televisión restringida. La sentencia da la razón a las empresas que se ampararon y ordena al IFT volver a investigar.	Resolución emitida a raíz de la presión de empresas de comunicación, en su condición de poderes fácticos, al poder político.
1-02-2017 Diario MX	Poder Judicial/IFT/Televisa y su competencia	El IFT violó la ley al resolver, en septiembre de 2015, que Grupo Televisa no tiene poder sustancial en el mercado de televisión de paga, estableció el Primer Tribunal Colegiado Especializado en Telecomunicaciones. En una sentencia inapelable, el tribunal además ordenó al IFT revisar de nueva cuenta el caso Televisa, misma que fue notificada oficialmente este martes.	Resolución emitida a raíz de la presión de empresas de comunicación, en su condición de poderes fácticos, al poder político.
1-03-2017 El Financiero 02-03-2017	IFT / Grupo Televisa	El Pleno del IFT decidió, en una votación de 6 a 1, que Televisa sí tiene poder sustancial en el mercado relevante de televisión de paga. El Pleno concluye que Grupo Televisa no enfrentó presión	Posibilidad de establecer medidas asimétricas a Televisa para evitar la concentración del

Comunicado IFT		<p>competitiva porque tuvo la capacidad de formular ofertas del servicio de TV de paga en condiciones que los demás participantes no pudieron equiparar. Ello debido a que Grupo Televisa es el único participante en el mercado que opera los dos tipos de plataformas, y tiene los derechos y es productor de contenidos audiovisuales de gran valor para las audiencias que no están disponibles para sus competidores en las mismas condiciones.</p>	<p>mercado.</p>
<p>02-03-2017</p> El Economista	<p>Televisa /IFT</p>	<p>Grupo Televisa solicitó al IFT mantener una posición consistente en sus argumentos, esto luego de que el regulador estableciera en una segunda ocasión que la televisora es un agente con poder sustancial en el negocio de la televisión restringida, echando abajo una primera definición de septiembre de 2015 que aseguraba lo contrario.</p>	<p>Resistencia mediática y política de la empresa al órgano regulador en su condición de poder fáctico.</p>
<p>07-03-2017</p> Sin Embargo	<p>Empresas telecom/IFT</p>	<p>Desde su creación hace 32 meses, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) ha impuesto sanciones económicas a Televisa, Dish, Telmex, Telefónica y Maxcom por un total de 504 millones de pesos. Ninguna ha realizado los pagos, más bien impugnaron la resolución del órgano regulador.</p>	<p>Resistencia informal de las empresas telecom que, en su condición de poderes fácticos, incumplen las disposiciones del órgano regulador.</p>
<p>01-04-2017</p> El Universal		<p>El IFT desechó, con 4 votos a favor y 2 en contra, la investigación que desde 2013 indagaba a Televisa por concentración prohibida en la compra de Telecom. Resolvió que Televisa pudo adquirir Cablecom sin autorización de IFT pues la ley indica que sólo las empresas preponderante requieren el visto bueno del regulador y Televisa no es preponderante en telecomunicaciones, donde se generó la concentración.</p>	<p>Resolución influida por la presión de la empresa, en su condición de poder fáctico.</p>
<p>05-04-2017</p> El Financiero	<p>IFT/Telmex-Dish</p>	<p>El IFT resolvió que Telmex incumplió una condición de su título de concesión y le impuso una multa de 5 millones 383 mil 200 pesos. (Adicional a la de 13 mdp por no notificar de la alianza con DISH) El regulador de telecomunicaciones resolvió que, derivado de acuerdos con la</p>	<p>Se limita la participación de América Móvil en televisión restringida.</p>

		empresa de TV satelital Dish México y sus afiliadas, Telmex incumplió la condición 1.9 de su título de concesión, la cual se refiere a la explotación directa o indirecta de una concesión para servicios de televisión al público.	
06-10-2017 El Mañana	IFT/Televisa	El IFT ya tardó 8 meses en aplicar medidas asimétricas a Grupo Televisa por su poder sustancial en el mercado de televisión de paga, señalaron analistas.	Posible influencia de la empresa, como poder fáctico, sobre el órgano regulador.
06-12-2017 El Economista		La Primera Sala de la SCJN decidió atraer dos recursos presentados por Televisa, uno de inconformidad y otra de queja, contra la decisión del IFT de declararlo con poder sustancial y en contra del tribunal especializado que ordenó a regulador establecerle medidas asimétrica por esa condición. Los recursos fueron presentados por la filial Innova S. de R.L.de C.V. de Televisa y aceptados por el ministro Arturo Saldívar, seis meses después, el 22 de mayo de que Innova solicitó a la Corte la atracción del caso.	La empresa se resiste por la vía jurídica a aceptar la resolución del regulador.
08-12-2017 Reforma		Analistas advierten que eliminar las medidas que debe dictar el IFT a Televisa por tener poder sustancial en el mercado de televisión de paga podría traer consecuencias negativas para el mercado.	Posible influencia de la empresa, como poder fáctico, para obtener una resolución a su favor.
21-01-2018 Homozapping		Al resolver el IFT que Televisa sí tenía poder sustancial en TV de paga, debió imponer las medidas correspondientes desde febrero de 2017, pero ha transcurrido casi un año sin que eso ocurra , en una clara omisión regulatoria pese a que no existe suspensión en sus resoluciones. Mientras que ante los recursos interpuestos por Televisa, la SCJN podría emitir una sentencia que ordene al IFT a aprobar una nueva resolución que exonere a Grupo Televisa de su poder sustancial de mercado.	Omisiones y conflictos regulatorios que no limitan la concentración de la propiedad y podrían estar influenciados por los poderes fácticos.
10-02-2018		El IFT actúa con parsimonia para imponer medidas regulatoria a Televisa tras	Omisiones y conflictos

Arena Política		declararlo con poder sustancial en televisión restringida. Ello indica que podría estar dejando esa decisión a la Corte.	regulatorios que no limitan la concentración de la propiedad y podrían estar influenciados por los poderes fácticos
--------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Eje de conflicto: los derechos de las audiencias.

Fecha/Fuente	Actores	Regulación /Resistencia	Qué implica
11-06-2013 Radioeducación	Poder Legislativo/Audiencias	En la reforma constitucional se mandatar que en radiodifusión se preservará la pluralidad y la veracidad de la información. Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Se indica que la ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones y de las audiencias así como los mecanismos para su protección.	Protección jurídica a las audiencias frente a las prácticas derivadas de la concentración de la propiedad.
05-07-2014 Proceso	Radiodifusores/ Televisa y Tv Azteca	Los derechos de las audiencias fueron mal vistos por los concesionarios, en especial por los barones de Televisa y de TV Azteca, más sus socios de las estaciones de radio comerciales. Trataron de frenar, chantajear y presionar para excluirlos de la reforma de telecomunicaciones. De hecho, fueron aprobados en contra de la iniciativa original enviada por el Ejecutivo federal en 2013	Resistencia de medio de comunicación frente a regulaciones que amenazan su condición de poderes fácticos.
El Universal El Economista	Radiodifusores /Audiencias	En la ley hay limitantes relacionadas con los códigos de ética (artículo 256) y la defensoría de las audiencias (artículos 259, 260 y 261). Por un lado, “la ética no puede substituir a la ley”. Por otro lado, no se establece con claridad quién es la autoridad ante la cual pueden acudir las audiencias al ver violentados sus	Omisiones legislativas que pueden ser aprovechadas por las empresas de comunicación.

		derechos, ni el régimen de sanciones. Asimismo no se consideró a las audiencias de televisión restringida.	
Julio 2014 Comunicación y Sociedad (Sánchez, 2016)	Radiodifusores /Audiencias	Otro aspecto relacionado fue la discriminación de la ley a los medios de uso público y social, a los que se limitó su fuente de financiamiento y la discrecionalidad del IFT en el otorgamiento de concesiones. Al obstaculizarse los medios alternativos se limita la participación de audiencias	Ventaja de los medios de usos comercial sobre los de uso público y social y sus audiencias.
Julio 2014	IFT/Audiencias/ Concesionarios	La ley secundaria mandata al IFT la emisión de lineamientos de defensa de las audiencias.	Posibilidad de que las empresas sean reguladas en favor de las audiencias
29-11-2016	IFT/Audiencias/ Concesionarios	Aprueba IFT lineamientos de defensa de audiencias	Posibilidad de que las empresas sean reguladas en favor de las audiencias
21-12-2016 DOF	IFT/Audiencias/ Concesionarios	Se publican los Lineamientos Generales para la Defensa de las Audiencias para asegurar el cumplimiento de los derechos de información de expresión y de recepción de contenidos de acuerdo a la Constitución mexicana	Posibilidad de que las empresas sean reguladas en favor de las audiencias
25-01-2017 Proceso	IFT/Poder Legislativo/Poder Ejecutivo	La Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía del Senado hizo eco de las quejas que han expresado los concesionarios y comentaristas de medios electrónicos hacia los Lineamientos sobre Defensa de las Audiencias a los que considera excesivos y se comprometió trazar una ruta de análisis del documento	Influencia de la empresas de comunicación, en su condición de poderes fácticos, sobre el poder político.
30.01.2017 Siempre	IFT/Concesionarios	La Academia Nacional de Periodistas de Radio y Televisión (ANPERT), rechazó los Lineamientos sobre la Defensa de las Audiencia calificándolos como una iniciativa retrograda que atenta contra la libertad de expresión.	Discurso legitimador a favor de las empresas mediáticas que critica la regulación.
31-01-2017 Radiofórmu	IFT/Poder Legislativo/Poder	El consejero jurídico de Presidencia, Humberto Castillejas, dijo que	El órgano regulador

la	r Ejecutivo	"La ley se equivocó al decir 'le corresponde al Instituto regular el derecho a las audiencias porque le corresponde a la propia ley regularlo de forma detallada y, en su caso, al Ejecutivo Federal reglamentarlo. Por eso la ley invadió facultades del Ejecutivo Federal."	supeditado al Ejecutivo y Legislativo por la influencia de la empresas de comunicación, en su condición de poderes fácticos sobre el poder político.
31-01-2017 Animal Político	Poder Ejecutivo	Presidencia de la República presentó una controversia constitucional ante la SCJN en contra de 8 artículos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias.	El poder político promueve cambios regulatorios por la influencia de poderes fácticos.
30-01-2017 El Financiero Cámara de diputados	Poder Legislativo	En un comunicado, la Comisión de Radio y Difusión de la Cámara de Diputados señaló que los Lineamiento sobre la Defensa de las Audiencias contravienen la ley vigente pues vulneran la libertad de expresión y el derecho a la información	El poder político promueve cambios regulatorios por la influencia de poderes fácticos
31-01-2017 Encuentro Radio y Tv	Iglesia/IFT	La Arquidiócesis Primada de México señaló que con los Lineamientos de Defensa de las Audiencias el IFT, lejos de promover la democratización de los medios de comunicación, realiza fiscalizaciones informativas que coartan la libertad de expresión reconocida en la Constitución	Otros grupos asumen el discurso legitimador de las empresas y el poder político para señalar una regulación
01-02-2017 Comunicado IFT	IFT	En virtud de las impugnaciones en contra de los Lineamientos sobre la Defensa de las audiencias, el IFT aplazó su aplicación al 16 de agosto de 2017, aunque revisará esa fecha si para entonces no se ha resultado la controversia constitucional.	La presión de los poderes fácticos sobre el poder político tiene influencia en el regulador.

02-02-2017 Comunicado CIRT	IFT/Organizaciones de radiodifusores y sindicatos de trabajadores de radiodifusión	En un comunicado conjunto la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y los sindicatos SIEMART, SITATYR y STIRTT, aseguran que la postergación de la entrada en vigor de los lineamientos generales de los derechos de las audiencias permitió que se concretara la negociación del contrato salarial del gremio.	La industria de radiodifusión, como poder fáctico, también adopta as condiciones laborales como discurso legitimador.
03-02-2017 El Economista	Industria de radiodifusión/IFT	Los industriales de la radio y la televisión celebraron que el IFT resolvió diferir del 16 de febrero al 16 agosto la entrada en vigor de los lineamientos generales sobre la defensa de las audiencias, porque “da certeza a toda la industria” y evitó la huelga prevista para el último minuto de este 31 de enero.	Presión mediática y discursiva efectiva.
06-02-2017 El Universal	IFT/Industria de Radiodifusión	La presión ejercida por empresas y autoridades condujo a aplazar la entrada en vigor de los Lineamientos de Derechos de las Audiencias, indicó el Consejo Consultivo del IFT.	Efecto de la presión de las empresas mediáticas sobre las decisiones del regulador.
Febrero 2017 El Universal El Universal	Columnistas afines a la industria de radiodifusión	Diversos columnistas denostaron los lineamientos para la Defensa de las Audiencias al señalar que es un exceso regulatorio que viola la libertad de expresión y en el que el IFT excedió sus atribuciones (José Cárdenas, Federico González B., José Yustes y David Páramo)	Presión mediática basada en recursos discursivos
05-04-2017 Tercera Vía	Poder Legislativo	La Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados votó y aprobó un proyecto de dictamen integrado por las iniciativas presentadas por Clemente Castañeda de Movimiento Ciudadano (MC) y Federico Döring del PAN. La primera busca suprimir que se diferencie con claridad la información noticiosa de las opiniones de los comunicadores. El otro promueve la autorregulación de las empresas.	Los recursos políticos de las empresas mediáticas, específicamente de Televisa, influyeron al poder político para que este presentara una reforma favorable a la industria de la radiodifusión.
25-04-2017	Industria de	Expertos señalan que en medio de la	Efectos de la relación

Alto Nivel	Radiodifusión/Poder Legislativo	cercanía del proceso electoral de 2018, hay una orquestación desde la industria hacia los legisladores, quienes no están dispuestos a tener una controversia con los medios, sino asegurarse beneficios como publicidad o propaganda oculta en las campañas.	de mutua dependencia entre el poder político y los poderes fácticos mediáticos.
27-04-2017 Animal Político	Poder Legislativo	Con 288 votos a favor, 114 en contra y 18 abstenciones, el pleno de la Cámara de Diputados aprobó una reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la cual acota las facultades del IFT y evita sanciones a los radiodifusores que violen los derechos de las audiencias en sus noticieros, denunciaron organizaciones civiles. Las organizaciones civiles acusaron que la reforma a la ley elimina la obligación de los concesionarios de aportar elementos para distinguir la publicidad de la información.	Los recursos políticos de las empresas mediáticas, específicamente de Televisa, influyeron al poder político para que se aprobara una reforma favorable a la industria de la radiodifusión.
08-08-2017 Comunicado IFT	IFT	El IFT determinó que toda vez que al día de hoy la SCJN no ha resuelto las controversias constitucionales interpuestas sobre los Lineamientos para la Defensa de las Audiencias, resulta prudente que se difiera nuevamente la entrada en vigor de dichos Lineamientos al 16 de noviembre de 2017.	Efecto de la presión de las empresas mediáticas sobre las decisiones del regulador
14-08-2017 Revista Zócalo	Poder Legislativo	Al aprobar un sorpresivo dictamen de reforma a la ley secundaria en abril, pese a que están pendientes las dos controversias constitucionales por los lineamientos de defensa de las audiencias, la Cámara de Diputados tuvo una intromisión contra el Poder Judicial.	Efectos de la presión del poder fáctico mediático al poder político, en este caso el Legislativo que aprobó una reforma sin que se haya agotado el proceso judicial sobre los lineamientos de defensa de las audiencias.
26-10-2017	Poder Legislativo/Indu	El pleno del Senado de la República aprobó, con 72 votos a favor,	Los recursos políticos de las empresas

El Financiero	industria de Radiodifusión	13 en contra y 3 abstenciones, la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones en materia de derecho de audiencias bajo el argumento de que las disposiciones vigentes limitan la libertad de expresión y la libertad editorial. La reforma establece que cada concesionario deberá emitir libremente un Código de Ética y no estará sujeto a convalidación o a la revisión previa o posterior del IFE. Además designarán libremente al defensor de la audiencia	mediáticas, específicamente de Televisa, influyeron al poder político para que se aprobara una reforma favorable a la industria de la radiodifusión.
31-10-2017 Canal 11	Poder Ejecutivo	La SCT publicó el decreto por el que se modifica la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, por lo que a partir del miércoles 1 de noviembre los medios de comunicación se autorregularán, y el IFT actuará sólo como vigilante de que se cumpla la ley	Los recursos políticos de las empresas mediáticas, específicamente de Televisa, influyeron al poder político para que se aprobara una reforma favorable a la industria de la radiodifusión.
29-11-2017 Reforma	Poder Legislativo/Poder Judicial	Senadores de la República presentaron una acción de inconstitucionalidad ante la SCJN en contra de las reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones. La oposición consideró que darían manga ancha a las televisoras para promocionar políticos o lanzar campañas negras en las elecciones de 2018.	Reconocimiento a los mutuos beneficios entre el poder político y los poderes fácticos mediáticos.
08-12-2017 El Universal	IFT	La especialista Irene Levy consideró que es indispensable que el IFT presente una controversia constitucional ante la Corte. El analista Gabriel Sosa señaló que el instituto daría un muy buen mensaje a las audiencias, y demostraría que está en una posición de defensa de sus atribuciones	Posibilidad de que el IFT rectifique su facultad reguladora.
08-12-2017 Proceso	Poder político.	Seis senadores del PAN cercanos a su dirigente Ricardo Anaya y encabezados por su coordinador Fernando Herrera, se desistieron ante la Suprema Corte de Justicia de la acción de anticonstitucionalidad contra la reforma	Efectos de la presión del poder fáctico mediático sobre el poder político.

		a la ley secundaria. El senador Ernesto Ruffo, no incluido entre los que se desistieron, comentó que el mismo día que presentaron la acción de inconstitucionalidad, Herrera le pidió que eliminara su firma y hasta le llegó a ofrecer una candidatura plurinominal a la Cámara de Diputados.	
19-12-2017 Homozapping	IFT/Poder político.	<p>Por 4 votos contra 3, el IFT definió que no interpondrá una demanda por inconstitucionalidad ante la SCJN Por las modificaciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) aprobadas en el Congreso sobre derechos de las audiencias.</p> <p>Pese a la recomendación del Consejo Consultivo del IFT de avanzar con la demanda y del documento presentado por las comisionadas María Elena Estavillo y Adriana Lombardini -postura que contó el apoyo del comisionado Adolfo Cuevas-, los comisionados Gabriel Contreras; Mario Germán Fromow; Javier Juárez y Arturo Robles votaron en contra.</p>	Posibles efectos de la presión del poder fáctico mediático sobre el órgano regulador.