

Televisoras privadas, elecciones del 2012 y límites de la democracia formal en México

*Javier Esteinou Madrid**

RESUMEN

El comportamiento empresarial intolerante del duopolio televisivo durante las elecciones de 2012 al oponerse a transmitir el primer debate de los candidatos presidenciales, corroboró su tendencia mediática de impedir la edificación de la democracia en México, con el fin de evitar que este proceso pudiera crear otro proyecto abierto y plural de comunicación social que ponga en peligro sus intereses monopólicos. Con dicho objetivo boicotearon sistemáticamente la creación de los sistemas comunicativos plurales de gobernabilidad nacional para conservar con ello los enormes privilegios unilaterales e ilimitados que ha conquistado por décadas al aliarse al funcionamiento del viejo prototipo de autoritarismo político en el país. Por ello, ahora es impostergable que la sociedad civil exija al Congreso de la Unión la aprobación de una nueva ley de medios y de telecomunicaciones que modifique la actual relación desproporcionada que existe entre monopolios informativos, el Estado y la sociedad, introduciendo un nuevo pacto plural y democrático entre estos actores.

PALABRAS CLAVE: elecciones 2012, poder mediático, telecracia, movimiento #YoSoy132, alianza Televisa-Iusacell, Multivisión, legislación comunicativa.

ABSTRACT

The intolerant corporate behavior that the Mexican TV duopoly showed during the elections of 2012, when it refused to broadcast the first presidential debate, confirmed its tendency to oppose the construction of democracy in Mexico. Its objective was to avoid that this debate could create a more open or plural discussion about social communication that could jeopardize the monopolistic interests already conquered. Driven by the ambition of maintain the enormous, unlimited and unilateral privileges, gained after decades of becoming allies of the traditional authoritarian political forces in the country, these monopolies have systematically impeded the creation of plural systems of social communication. For this reason, it is urgent that the civil society demands the Congress of the Union to approve a new telecommunications law, which modifies the inequitable relationship that exists today, between the informative monopolies, the State and the society, introducing a new democratic pact between these actors.

KEY WORDS: 2012 elections, mediatic power, telecracy, #YoSoy132 movement, Televisa-Iusacell alliance, Multivisión, communicative legislation.

* Profesor-investigador en el Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco [jesteinou@gmail.com].

EL PODER MEDIÁTICO Y LA MUTACIÓN HISTÓRICA DEL ESTADO MODERNO

Para comprender la realidad histórica del Estado mexicano a principios del siglo XXI, particularmente en las fases electorales, es necesario contemplar el desarrollo y la actuación que han alcanzado las grandes redes de medios de difusión colectiva y de las nuevas tecnologías de información a lo largo de las últimas décadas como factores de transformación radical del *espacio público* en el país. Es decir, para descubrir al nuevo Estado que se conformó en el México contemporáneo del siglo XXI es indispensable reconocer el lugar privilegiado que han alcanzado las herramientas de transmisión de información masiva, particularmente electrónica, para construir y dirigir a la sociedad mexicana moderna (véase Esteinou, 2010a).

De esta forma, con el surgimiento y la acción de las tecnologías electrónicas de información en México, no se introdujo una simple novedad técnica de la modernidad, sino se produjo una severa transformación civilizatoria del fundamento de la base y dinámica de la sociedad contemporánea, que es su basamento comunicativo. Ello ocasionó el surgimiento de una nueva etapa histórica de transformación *societal*, que no se había dado en el país desde la revolución cultural que introdujo la irrupción del libro y la prensa en México. Esto debido a que con su acción como intermediarios técnicos de las relaciones sociales, los medios modificaron sustancialmente las dinámicas de producción, distribución y consumo de la comunicación y de la cultura para convertirlos en procesos en serie, masivos y constantes.

Con ello, transformaron las maneras de informar, percibir, conocer, aprender, pensar, imaginar, interactuar y comunicarse por medio de las nuevas tecnologías electrónicas de información que brotaron en el país y, en última instancia, modificaron el proceso de construcción de la conciencia social. Todo ello creó una nueva *semiósfera*, es decir, una novedosa atmósfera de significaciones, conocimientos o culturas ordinarias a partir de las cuales los individuos adquieren sentido o conciencia sobre su realidad. De esta forma, la acción de las tecnologías electrónicas de información colectivas modificó sustancialmente la familia, la vida cotidiana, la educación, la política, la cultura, los imaginarios, los deseos, las ilusiones, el *espacio público*, el tejido social, el Estado, etcétera, dando

origen a una sociedad mediatizada que es la que se desenvuelve con enorme contundencia a principios del siglo XXI.

Por consiguiente, si no consideramos la nueva realidad mediática que desde mediados del siglo XX surgió en la fase de la modernidad nacional, no descubriremos el nuevo panorama de la mutación del Estado-nación en México, pues se continuará arrastrando al siglo XXI –como vigente– la vieja concepción de la estructura y dinámica del Estado tradicional tripartita que operó durante los siglos XIX y XX en la historia nacional, pero que es inoperante para el periodo de la posmodernidad contemporánea en la que éste se desenvuelve. Ello debido a que emergió otra realidad mediática que lo modificó radicalmente dando origen al *Estado híbrido*.

Es indispensable reconstruir la nueva realidad que constituye al *Estado concreto* o *Estado real* que ha brotado en México desde los nuevos vectores del macro *poder mediático* que ha surgido y actúa con todo ímpetu en la sociedad contemporánea del tercer milenio. Dentro del conjunto de las nuevas variables históricas que conforman al Estado moderno en México figuran los medios electrónicos de difusión masiva como trascendentales fuerzas de poder transformadoras del espacio público que construyen cotidianamente el conocimiento colectivo, la afectividad comunitaria, las interacciones sociales, el ánimo masivo, los procesos de representatividad social, la distribución de la energía humana, los comportamientos civiles, la interactividad virtual, las decisiones colectivas, etcétera, de los grandes grupos sociales en la República, impactando medularmente sobre el proceso de edificación del Estado nacional en nuestro país (véase Esteinou, 2010).

Por ello, es importante analizar la nueva centralidad que han alcanzado las *industrias culturales* electrónicas contemporáneas sobre la reproducción cotidiana de la sociedad mexicana, especialmente en los periodos electorales, para comprender cómo su acción cotidiana ha modificado las viejas estructuras del Estado, de la República y de la nación tradicional, dando origen a nuevos fenómenos de poder en el ámbito público estatal que dirigen el corazón del siglo XXI.

LOS COMICIOS DEL 2012 Y LA PROVOCACIÓN DE LA TELECRACIA

En un clima de grave crisis nacional—enmarcada por el alto desempleo, el avance incontrollable de la corrupción, la depauperización del poder adquisitivo de las mayorías, la creciente migración de trabajadores a los Estados Unidos, el progreso de la inseguridad en todos sus niveles, la falta de futuro para los jóvenes, la baja credibilidad ciudadana en la política, la decadencia del sistema de educación pública, la deshumanización progresiva de las principales ciudades del país, la pérdida del liderazgo de México a escala internacional, una guerra contra los cárteles del narcotráfico que ha dejado más de 60 mil muertos, el avance del deterioro ecológico en todas las coordenadas de la República, etcétera—, los partidos políticos iniciaron sus campañas de propaganda electoral para renovar a los poderes públicos de la nación en julio de 2012.

Frente a esta severa realidad de conflictos estructurales que vivió la sociedad mexicana en su proyecto de desarrollo, era indispensable que los diversos candidatos a la Presidencia de la República debatieran públicamente entre sí sus ideas y propuestas para el próximo periodo de gobierno. Mediante ello, sería posible crear una conciencia más clara e informada en la opinión pública para que los electores pudieran elegir de manera libre y racional el 1 de julio de 2012 a los aspirantes más adecuados que contribuyeran a resolver en el siguiente sexenio los grandes conflictos que enfrentaban las agendas nacionales y regionales del país.

Así, el Instituto Federal Electoral (IFE) anunció la realización del primer debate electoral entre los cuatro candidatos a la Presidencia de la República: Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota, Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre. De esta forma, el IFE continuó con la tradición iniciada en 1994 en México cuando se inauguraron los debates presidenciales por televisión, con el fin de instaurar una nueva etapa moderna más racional e informada en la construcción de la democracia nacional (*La Jornada*, 6 de junio de 2012:6).

No obstante dicha prioridad estratégica estructural planteada por el IFE para realizarse el 6 de mayo de 2012 en cadena nacional, asombrosamente las principales empresas de la televisión comercial privada desafiaron al Estado mexicano boicoteando la difusión masiva del primer encuentro entre los candidatos presidenciales.

Así, TV Azteca argumentó que “a la mayor parte de los mexicanos no les interesaba el debate entre los contendientes en el formato que fue diseñado, pues sólo 15% del auditorio indicaba estar muy interesado y al 54% no le llamaba la atención en lo más mínimo” (*La Jornada*, 5 de mayo de 2012:7); la televisora decidió transmitir a la misma hora del encuentro político el partido de fútbol de la liguilla de cuartos de finales entre Monarcas y Tigres de la Universidad de Nuevo León (*Reforma*, 1 de mayo de 2012:1-2).

Reforzando su posición opuesta al debate, el presidente de TV Azteca –empresa que más sanciones recibió del IFE desde el 2008–, Ricardo Salinas Pliego, subrayó por Twitter: “¡si quieren debate, véanlo por Televisa, si no vean el partido por TV Azteca. Yo les paso los *ratings* al día siguiente!” (*La Jornada*, 1 de mayo de 2012:1).¹ Ante este desplante empresarial unilateral del *poder mediático* la reacción de las redes sociales fue intensamente crítica al grado de convertir esta posición empresarial en un *trending topic* (tema del momento), al cual Salinas Pliego reaccionó cuestionando al “grupito de twitteros autoritarios” que lo criticaron por no transmitir el debate presidencial y, en su lugar, pasar el partido Morelia-Tigres. ¡Este sí fue un verdadero debate entre “twitteros autoritarios” y los ciudadanos libres de votar por lo que quieran ver” (*Reforma*, 2 de mayo de 2012).

De esta manera, Salinas Pliego olvidó que en septiembre de 2011 había publicado en su *blog* que “los medios de comunicación tenemos la obligación de informar e incluso, de ser críticos. Desde luego tenemos la responsabilidad de poner esta información en su contexto y, también, de dar a conocer las muchas cosas buenas que tiene México” (Loeza, 2012).

¹ “Al respecto, es importante considerar que Televisión Azteca ha sido la empresa más multada por la autoridad electoral por sus recurrentes transgresiones a la ley, a lo que respondió con campañas sistemáticas para desacreditar al IFE. Así, desde el 2008 la empresa Azteca fue la organización de comunicación más renuente a cumplir las pautas de mensajes electorales en los tiempos oficiales y, por ende, fue la más multada con un total acumulado de 200 millones de pesos. Su renuencia y deliberado boicot [...] al IFE datan de la época en que entró en vigor la *Reforma Electoral*, cuando Televisión Azteca se negó a recibir la notificación de las pautas del Instituto en el 2008. De esta forma, la televisora del Ajusco comenzó sus sistemáticas campañas contra el IFE y la presunta corrupción registrada en sus finanzas, así como acusaciones contra el consejero presidente, Leonardo Valdés, para desacreditar su gestión” (*La Jornada*, 2 de mayo de 2012:9).

No obstante las demandas de múltiples instituciones, grupos y personajes sociales para solicitar la difusión en cobertura nacional del primer debate presidencial, Televisión Azteca conservó su posición empresarial restrictiva de no transmitirlo en un radio de gran amplitud. Así, el duopolio televisivo decidió practicar el *bullying* electoral sin limitaciones, ni más justificación que hacer prevalecer el negocio del fútbol profesional por encima de cualquier prioridad nacional (López, 2012:15).

A pesar de la fuerte presión que ejerció la sociedad civil organizada, especialmente de los twitteros, Salinas Pliego reconsideró su posición y aceptó dar a conocer el evento de forma restringida. Así, TV Azteca no difundió el debate por los canales 13 y 7 de cobertura nacional, sino que sólo lo dio a conocer por el Canal 40 experimental de cobertura regional sólo para el Valle de México (*El Universal*, 1 de mayo de 2012; Gómez, 2012; Brambilia, 2012:45). Por su parte, Televisa decidió difundirlo por la cobertura menor del Canal 5 y no por la cobertura nacional de su Canal 2 estelar, en la cual decidió transmitir en el mismo horario el concurso de canto infantil denominado *Pequeños gigantes*, que en ese capítulo descalificó al grupo de niños concursantes denominado “Los rebeldes”.

En este sentido, la primera disputa de los candidatos presidenciables efectuada desde el World Trade Center de la Ciudad de México sólo se transmitió en televisión por el Canal 11 (Politécnico Nacional), Canal 22 (Conaculta), Canal 34 (TV Mexiquense), Milenio TV, CNN en Español, Canal 5 (Televisa), Canal 40 (TV Azteca), repetidoras para las 32 entidades del país y señales especiales de internet (*La Jornada*, 6 de mayo de 2012:12). De esta forma, la intolerancia de los concesionarios que controlaban 90% de la penetración televisiva en el país, puso a competir en audiencia el primer debate político con dos programas de entretenimiento de alta audiencia (Córdova, 2012).

Así, desconociendo que los empresarios de la televisión comercial privada funcionan en México con base en concesiones jurídicas que les otorga el Estado para funcionar a partir del interés público, el duopolio televisivo excluyó este escenario constitucional y retó al propio Estado mexicano rebelándose para no transmitir en los principales canales de televisión dicho encuentro. De esta manera, menospreciando toda la gran inversión material, física, cultural y humana que realizó el IFE en los últimos dos años para preparar

la construcción de una “democracia de alta intensidad” en el país que reflexionara y discutiera sobre las grandes contradicciones de crecimiento nacional (*El Universal*, 2 de mayo de 2012), el poder mediático minimizó tal evento que sólo se efectúa cada seis años en el país, y apostó por el modelo de la “democracia de baja intensidad”, en el que no se le dio relevancia o se marginó la polémica sobre los grandes problemas nacionales, y sólo privilegió el simple proceso de participación formal de los ciudadanos mediante el voto para legitimizar a la nueva clase política que se elegiría en las urnas.

Pese a los obstáculos impuestos por el duopolio televisivo, los resultados de penetración del evento fueron sorprendentes pues, por una parte, el partido de fútbol Monarcas-Tigres, transmitido por el Canal 40 de TV Azteca, obtuvo nueve puntos de *rating*, mientras que el debate presidencial transmitido por el Canal 5 de Televisa en cobertura abierta alcanzó una penetración superior promedio a 10.4 puntos de *rating*, y en la parte final obtuvo hasta 12 puntos de audiencia (*La Jornada*, 8 de mayo de 2012:5; *Crónica*, 7 de mayo de 2012).²

Incluso, un mes después, este éxito de la cultura política televisiva se repitió con el segundo debate presidencial, realizado el 10 de junio de 2012, éste tuvo un interés más notable en la población al registrar 100% de mayor penetración con 22.6 puntos de *rating* en todo el país (*La Jornada*, 12 de junio de 2012:13). Así, el día del segundo encuentro el *rating* del debate político rebasó la penetración de las principales televisoras con su programación comercial, pues el Canal 2 de Televisa sólo registró un *rating* de 17.4 puntos y el Canal 13 de Televisión Azteca obtuvo 5.2% puntos (*La Jornada*, 12 de junio de 2012:13).

Por otra parte, en las redes sociales tal debate entre los candidatos presidenciales también alcanzó un éxito inusitado, pues al menos en Twitter el encuentro por la sucesión presidencial derrotó al partido de fútbol transmitido por Televisión Azteca a la misma

² Un punto de *rating* equivale aproximadamente a 380 mil televidentes, lo cual significa que 3 millones 952 mil personas decidieron seguir la discusión entre los candidatos presidenciales; en tanto que 3 millones 420 mil optaron por el fútbol. En cuanto al programa *Pequeños gigantes* de Televisa, obtuvo un *rating* de 17.3 puntos que sí superó la audiencia del debate político (*La Jornada*, 8 de mayo de 2012:5).

hora, ya que tales tópicos futboleros tuvieron escasa presencia como temas relevantes o *trending topics* (TT) en esa red social. Sin embargo, asombrosamente, en ese lapso a escala mundial buena parte de los TT estuvieron relacionados con el intercambio entre los aspirantes a la Presidencia de México, llegando un momento en el que hasta ocho de los 10 temas más destacados en el planeta tenían que ver con lo que se estaba discutiendo en el World Trade Center del Distrito Federal. En cuanto al sentimiento de los *twitteros* hacia los candidatos presidenciales, todos los seguidores postearon *tuits* críticos, por lo que la totalidad del tiempo el índice estuvo en terreno negativo (*La Jornada*, 7 de mayo de 2012:7).

De esta manera, no obstante las limitaciones impuestas por el poder mediático, las consecuencias de la difusión del encuentro sobre la opinión pública también fueron importantes, pues las encuestas de opinión posteriores a la transmisión del primer debate reflejaron un cambio importante en las preferencias de intención del voto al dejar a Enrique Peña Nieto con 46.9%, Josefina Vázquez Mota con 26.2%, Andrés López Obrador con 23.7% y Gabriel Quadri con 1.9% de preferencia electoral (*Milenio*, 8 de mayo de 2012).

Sin embargo, no satisfechos los concesionarios privados con el boicot a la difusión de la primera discusión política y sin considerar el significativo impacto positivo que éste motivó en la opinión pública nacional, al día siguiente de la transmisión del primer debate, las industrias electrónicas privadas, particularmente las audiovisuales, intentaron desviar la atención del país señalando que lo más destacado del debate no fueron los contenidos que se expusieron sobre la problemática del país, sino la presencia sexy y frívola de la edecán argentina Julia Orayen, una ex conejita de Playboy 2008. Así, subrayaron que lo visualmente fundamental no fue la sustancia ideológica expuesta por los contendientes presidenciales, sino el atrevido escote que la modelo lució ante las cámaras durante un minuto enfundada en un vestido blanco para entregar a los precandidatos al inicio de la competencia unas boletas jerarquizadas con el fin de definir los turnos de las participaciones, llevándose con ello estelarmente la noche política (*Reforma*, 7 de mayo de 2012; *El Universal*, 7 de mayo de 2012; Sarmiento, 2012:14).

La ofensiva crítica mediática contra el IFE en el posdebate fue tan grande, especialmente de la *telecracia*, que el presidente del organismo, Leonardo Valdés, pidió disculpas públicas a la sociedad y a los candidatos por la infortunada participación de la edecán, atribuyéndole a la casa productora del evento la responsabilidad de introducir a la mujer como “objeto de distracción” (*La Jornada*, 8 de mayo de 2012:10; *El Universal*, 8 de mayo de 2012; *Milenio*, 8 de mayo de 2012; *Reforma*, 8 de mayo de 2012:1a).

Pese a los obstáculos interpuestos por la *telecracia*, la transmisión de la discusión política sobre el futuro del país fue un éxito, pues suscitó más interés en los auditorios que la difusión del entretenimiento deportivo o espectacular en México. De esta forma, la actitud sensible de la teleaudiencia para enfrentar la solución de los grandes conflictos de nuestro desarrollo nacional desmitificó el lema popular “¿Pa’ que veo el debate, si ya sé de qué se va a tratar? [...] mejor veo el fut”, y eligió mayoritariamente atender la polémica sobre el desarrollo de la nación. Esta realidad demostró contundentemente que al contrario de los postulados despóticos de los concesionarios televisivos, la discusión de los grandes problemas de la agenda nacional sí despierta gran motivación en la mayoría de la población, incluso por encima de otros eventos “triunfadores” de la programación comercial privada.

CONSECUENCIAS DE LA APLICACIÓN

DEL PODER MEDIÁTICO SOBRE EL PROCESO ELECTORAL

La avalancha de hechos que cotidianamente transmiten los medios de difusión colectiva hacia la opinión pública en México, especialmente la televisión, sepultan sistemáticamente el recuerdo y el análisis de realidades relevantes para comprender y corregir el futuro de la historia de la comunicación política moderna en el país. Por ello, resulta importante considerar que a partir del fuerte desafío ejercido por el poder mediático como *poder fáctico* contra el Estado-nación mexicano y la incapacidad notable de la clase política para ejercer su autoridad rectora a favor de las mayorías nacionales, se confirmaron las siguientes 14 realidades en el ámbito nacional, y en particular en el terreno de la comunicación política:

1. El comportamiento empresarial intolerante del duopolio televisivo corroboró su tendencia mediática de oponerse a la edificación de la democracia en México, con el fin de evitar que este proceso pudiera crear otro proyecto abierto y plural de comunicación social que pusiera en peligro sus intereses monopólicos. Con dicho objetivo boicotean sistemáticamente la creación de los sistemas comunicativos plurales de gobernabilidad nacional con la mira de conservar los enormes privilegios unilaterales e ilimitados que ha conquistado por décadas al aliarse al funcionamiento del viejo prototipo de autoritarismo político en el país.
2. La actitud prepotente de los monopolios informativos constató el desprecio por la democracia y la debilidad de los actores políticos y de sus instituciones frente al poder fáctico de las televisoras, como también el nulo interés de estas empresas oligopólicas por respetar el derecho a la información y los procesos plurales del país. Así, dichas empresas optaron por proporcionar “pan y circo” para las mayorías al priorizar el derecho superior de los televidentes para recibir con mayor cobertura informativa el fútbol y los concursos de los “nuevos valores musicales” infantiles; que actuar responsablemente ante lo que fue uno de los comicios más importantes para definir el destino de la nación en el 2012 (Calleja y Aziz, 2012:2) y que sólo se practica cada seis años en el país.
3. Este capítulo de la historia de la comunicación política nacional exhibió la debilidad del Estado mexicano frente a los poderes fácticos mediáticos cuando se oponen al avance de la construcción de la democracia en México, y que desde el derrumbe del presidencialismo metaconstitucional, se constata que abdicó ante el *poder mediático* (Cantú, 2012:56-57). Dicha situación llegó a tal extremo cuando, después de que las principales televisoras del país se opusieran a difundir el primer debate presidencial, el IFE publicó un desplegado en el que afirmaba que “reconocía públicamente el compromiso democrático de los concesionarios de radio y televisión” (Huchim, 2012:14).
4. La acción desafiante de los poderes fácticos mediáticos hacia el Estado fue producto, por una parte, de un gobierno mexicano cada vez más débil, que no tuvo capacidad para ejercer su autoridad rectora y regular el funcionamiento social de los

- medios de comunicación electrónicos; y por otra, de los legisladores que fueron ineptos y omisos para crear una nueva ley que democratizara la radiodifusión nacional y facilitara mayores opciones para que los concesionarios realizaran una difusión masiva de los debates presidenciales.
5. La consolidación de la democracia no se puede cristalizar sin la “construcción de la ciudadanía”, pero esta función no es responsabilidad exclusiva del Estado y sus instituciones, sino también de los medios de difusión colectivos. Sin embargo, el prototipo empresarial del duopolio televisivo en México se resiste sistemáticamente a colaborar en este proceso fundamental al privilegiar el lucro y la restricción comunicativa, y no su fin social, como lo demanda el otorgamiento estatal de las concesiones que han sido concedidas como un bien público para el buen funcionamiento de la sociedad (Córdova, 2012).
 6. A pesar del gran interés que mostraron por los ciudadanos para conocer las diversas propuestas de cambio para el país formuladas por los distintos partidos políticos en la fase de cambio de poderes públicos, los propietarios de los grandes medios de difusión electrónicos impusieron un cerco informativo eludiendo difundirlas en gran cobertura. Con ello, evitaron la polémica y protegieron la imagen del candidato Enrique Peña Nieto, con mayor ventaja en las encuestas electorales (*La Jornada*, 6 de mayo de 2012:10).
 7. El boicot al debate fue un elemento más de fuerza que ejerció el poder mediático en su empeño por impulsar la contrarreforma electoral, con objeto de regresar al viejo modelo de comunicación política electoral privado que les dejaba ganancias millonarias y les permitía presionar coyunturalmente a los candidatos, partidos y funcionarios para obtener más privilegios monopólicos (*La Jornada*, 7 de junio de 2012:9). De esta forma, se constató que su responsabilidad con la democracia y el derecho a la comunicación sólo es viable si pueden lucrar con las elecciones (Calleja y Aziz, 2012:2).
 8. Para el poder de la telecracia fue más importante realizar el *business publicitario* que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional, con lo cual se opuso a la creación de la *democracia deliberativa* en México, que es una de las vías relevantes que permite elevar el nivel

civilizatorio en el terreno político de México. De esta forma, apostó por la ganancia comercial y por la información acotada para conservar su control político y no por edificar bases de mayor racionalidad civilizatoria.

9. El duopolio, acostumbrado a imponer sus intereses por encima de la sociedad, sabe que puede ir más lejos sin ninguna consecuencia, porque ni el gobierno ni los partidos harán nada para detenerlos. Un ejemplo así lo muestra con la toma ilegal que hizo TV Azteca del Canal 40 mediante un comando armado, sin que hubiera autoridad alguna que hiciera valer el estado de derecho (Calleja y Aziz, 2012:2).
10. El fallido intento de TV Azteca para entorpecer la difusión del debate presidencial y la reticencia de Televisa para darle toda la cobertura posible, confirmaron las consecuencias indeseables que tiene para el país la desmedida concentración de muchas frecuencias de televisión en manos solamente de dos empresas. Por consiguiente, no se puede tener confianza alguna en la vocación social de dichos consorcios que reiteradamente se han opuesto al avance de la democracia en México (*Boletín Amedi*, 12 de mayo de 2012:2).
11. Con todo ello, la política dejó de ser política y se convirtió en *telepolítica* adoptando las reglas y dinámicas de la televisión: la virtualidad, el espectáculo y la obtención de su respectivo *rating*, y no la discusión integral a fondo de los grandes problemas nacionales. De esta forma, los candidatos a la Presidencia de la República, tuvieron éxito o no, en la medida, en que fueron buenos actores televisivos ante las cámaras o diales y no en el promedio en que sus propuestas planificadoras como estadistas encararon los grandes desafíos de la nación. La forma se convirtió en fondo, y el fondo prácticamente desapareció del horizonte de transformación del país.
12. En la contienda electoral del 2012 los partidos políticos y el Instituto Federal Electoral emplearon los mayores recursos de difusión de toda la historia de la comunicación nacional con el uso de más de 43 millones de spots a través de los *tiempos oficiales* del Estado para difundir sus mensajes proselitistas a la sociedad; sin destinar un solo segundo de estos apoyos informativos para que los ciudadanos, que son quienes pagan dichos tiempos de Estado, pudieran discutir con tales

instituciones políticas sus diversas propuestas de gobierno para el futuro nacional. Es decir, la clase política construyó un macromodelo comunicativo electoral de mordaza masiva donde sólo los partidos pudieron hablar a la colectividad a partir de sus espots y seudodebates; y todo el resto de los ciudadanos quedaron borrados para utilizar dicho sistema con el fin de comunicarse con los candidatos para confrontar sus promesas sobre el futuro de la colectividad nacional.

13. La incapacidad de los partidos para comunicarse con la sociedad durante el proceso electoral del 2012 fue tan paupérrima que la estrategia fundamental de la mercadotecnia política de los candidatos a los cargos de representación popular, giró alrededor de aplicar el “moderno” recurso mercadológico de la *guerra sucia*, consistente en difamarse, ridiculizarse, denostarse, acusarse, descalificarse, anularse, desprestigiarse, etcétera, entre sí, y no en polemizar a fondo sobre los urgentes conflictos de nuestra grave agenda nacional, proponiendo las alternativas viables para la resolución de los mismos. Los pocos diagnósticos presentados por los candidatos a la jefatura de la República, a los gobiernos de los estados, al Distrito Federal y a los cargos en el poder Legislativo sobre la situación de nuestras comunidades, fueron grandes lugares comunes sin las formas específicas y los recursos concretos que aseguraran cómo alcanzarlos –quedaron como simples ofrecimientos oportunistas de campaña, que cumplieron con el dicho popular ¡Prometer, no empobrece!
14. Finalmente, este capítulo de la historia de la comunicación político electoral demostró que el poder mediático ya no es el cuarto poder, sino ahora el primer poder político que está por encima del IFE, de los poderes públicos y de los órganos constitucionales de gobierno legítimos, imponiendo sus intereses particulares sobre las necesidades colectivas básicas de la nación (*Reforma*, 3 de mayo de 2012; *La Jornada*, 4 de mayo de 2012). Por ello, ahora es prioritario preguntarse y esclarecer ¿qué poder está por encima del otro en la República?, ¿quién determina y hace valer el interés general?, ¿quién manda en el país? (Aristegui, 2012:13).

Estos hechos constataron que no obstante que el primer debate presidencial fue realizado en el contexto de la celebración de los

150 años de la liberación del poder despótico que ejerció el imperio francés sobre la República mexicana, y de la conmemoración de las conquistas de justicia de los trabajadores mexicanos el 1 de mayo, paradójicamente un siglo y medio después se volvió a vivir la misma experiencia despótica contra el Estado y la sociedad, pero ahora por parte del poder mediático, que nuevamente se opuso al avance de la democracia moderna en México. Así, se comprobó que la filosofía planteada por el general Ignacio Zaragoza hace 150 años, cuyo contenido formuló “el triunfo de la razón por encima de cualquier interés que no fuera el de la nación”, todavía está muy lejos de alcanzarse en nuestro país.

Dicha realidad atestiguó, una vez más, el grado en el que el poder mediático ha conquistado una enorme fuerza histórica con la que ahora subordina al poder legítimo del Estado nación derivado de la Independencia y la Revolución Mexicana. Por ello, es necesario tomar conciencia que históricamente hoy estamos ante un nuevo tipo de Estado híbrido que es el que domina a principios del tercer milenio en México y no frente el Estado republicano derivado de los movimientos emancipadores de la historia nacional que tardó más de 200 años en construirse en el país.

EL SURGIMIENTO DEL MOVIMIENTO #YOSOY132 Y DE LA PRIMAVERA NACIONAL

Ante la severa decadencia del sistema político nacional que ocasionó que durante mucho tiempo éste desdeñara o considerara muy poco a los ciudadanos, particularmente en los periodos electorales, sorpresivamente los jóvenes del país –hartos de esta larga herencia de irresponsabilidad, marginación, simulación y desvergüenza del viejo orden establecido– expresaron su indignación nacional creando el 11 de mayo del 2012, a partir de las redes sociales, particularmente a través de Twitter, el movimiento estudiantil denominado con el *hashtag* #YoSoy132. Dicho movimiento rebasó la mercadotecnia propagandística *light* de los estrategas de los partidos y la posición prepotente de los poderes fácticos mediáticos de la radio y la televisión privada introduciendo una nueva interrelación entre candidatos a la Presidencia de la República,

partidos políticos y ciudadanía que modificó positivamente el clima electoral de esa fase de transición política nacional.

Así surgió el movimiento estudiantil #YoSoy132 que sacudió al país y emergió con un posicionamiento:

[...] lejos de las imposiciones ideológicas y cerca de las preocupaciones ciudadanas. Con una lógica lejana a los intereses de los poderes fácticos y cerca de quienes los cuestionan. Rechazó la desinformación y exigió la veracidad; rechazó la manipulación y exigió el profesionalismo; rechazó las directrices del duopolio televisivo y logró romper el cerco que con demasiada frecuencia impone. Armado únicamente con el entusiasmo y los instrumentos de las redes sociales, cambió el debate preelectoral y lo condujo hacia lo que realmente importa: la disfuncionalidad de la democracia mexicana y las peores prácticas que aún la caracterizan (Dresser, 2012).

De esta forma, la corriente juvenil #YoSoy132 se autodefinió ante la opinión pública en su primer manifiesto como un movimiento eminentemente estudiantil con las siguientes características:

Somos un antiguo minero, o un joven rebelde, o una burguesa guapa. Somos lo que ustedes no son. Nosotros venimos de las redes, de un mundo de ceros y unos, de un mundo que no conocen y que nunca manipularán. No queremos el mundo tuerto que los medios construyen cada día para distraernos mejor. Somos los que no encontraron la salida y se perdieron en las escaleras de emergencia. Somos el México que despertó. No nos creemos las clarinadas de la victoria: “La democracia ha ganado”, “La historia se ha acabado”, “Triunfa la libertad”, “El mercado está abierto”.

Nosotros nacemos del silencio, lejos del bullicio de nuestras manifestaciones. Somos los que balbucean consignas en contra del poder. Nuestra ideología, erra, vagabundea. Somos los expatriados, los que no creen en las fronteras ni en los pasaportes. Somos amigos de lo clandestino, parias que copian *software*, música y libros y los distribuimos en todo el mundo. Somos los que conjuran un mejor país, hombres y mujeres partidos en varias lenguas, en muchas culturas y pensamientos. Somos los desesperados, los que refrescan el *timeline* cada cinco minutos. Somos la nostalgia de revolución de nuestros padres. Somos la nostalgia de un futuro que podría ser. Creemos que la protesta pertenece al pasado, pero también creemos que la protesta contra el orden es el fundamento del orden nuevo. Somos un camino, una desviación. Somos #YoSoy132 (*Proceso*, 28 de mayo de 2012).

A partir de dicha dinámica de insurgencia civil se inició sorprendentemente la etapa de la “Primavera mexicana”, consistente en la discusión abierta en el espacio público, especialmente de internet y algunos medios de comunicación públicos, por parte de la sociedad civil, sobre los grandes problemas de la nación y la demanda de resolución de los mismos. Paradójicamente, durante muchas décadas ni los partidos políticos, ni el sistema de comunicación comercial de las industrias electrónicas particulares, ni el gobierno de “transición a la democracia” fueron capaces de generar tal nivel de concientización y de polemización nacional.

De esta forma impactó relevantemente la dinámica política y de participación social del país:

[...] exhibió los vínculos entre el poder mediático y el poder político y lo hizo eficazmente. Obligó a las televisoras a ceder y a los políticos a recular. Obligó a los candidatos a debatir y a los medios a informar. Abolló la candidatura de Enrique Peña Nieto y lo forzó a anunciar reformas que de otra manera jamás habría promovido. Armó marchas multitudinarias en el Distrito Federal y sacudió conciencias en otros estados. Colocó –en varios eventos de campaña– al puntero priísta contra la pared. Pero más importante aún: abasteció la esperanza en el país posible. Cuestionó la pasividad de un país predecible. Le informó al PRI que ya no podría gobernar de la misma manera: edificando porros, comprando candidaturas, manteniendo a México en la inamovilidad (Dresser, 2012).

Tal corriente juvenil obligó a que la orientación verborrérica de las campañas políticas, la conducta autoritaria de los monopolios mediáticos y la actitud simuladora de los partidos, cambiaran de dirección, permitiendo la apertura y la expresión de la pluralidad en los diales de la radio y las pantallas de televisión; y paradójicamente, lograron que algunos de los candidatos a la Presidencia de la República polemizaran con dicho frente ciudadano sobre cómo enfrentar y solucionar los grandes pendientes de la agenda de la nación.

Asombrosamente, este movimiento juvenil de renovación nacional surgió primero en internet, a través de diversas redes sociales, y luego tomando físicamente los espacios públicos, con banderas ciudadanas que nunca antes se habían levantado como propuestas políticas de renovación del sistema de comunicación colectivo y de reestructuración del proceso de democracia nacional. Así, por

ejemplo, demandaron limitar el poder de los monopolios de la comunicación, la transmisión en cadena nacional de los debates para la Presidencia de la República, evitar la manipulación informativa de las industrias culturales, la creación de nuevas cadenas de televisión en todo el territorio nacional, el incremento de voces plurales en la programación comercial, la formación de figuras jurídicas defensoras de las audiencias, la apertura de nuevos espacios ciudadanos en los canales electrónicos, etcétera, que las plataformas legislativas de los partidos políticos nunca fueron capaces de plantear por sus bancadas durante muchas décadas a la sociedad.

La existencia del movimiento juvenil #YoSoy132 no sólo cuestionó la rigidez y manipulación del proceso electoral del 2012 y obligó a que dicha dinámica cambiara en algunos rubros importantes; sino que también formuló diversos planteamientos sobre la agenda de los principales conflictos nacionales, especialmente los relativos a la democratización de los medios de comunicación en México. Dicho proyecto de cambio comunicativo se fundó en los siguientes cuatro ejes:

1. Comprometerse a combatir el monopolio informativo, fundamentalmente mediante la aplicación de cuatro estrategias:
 - a) Promover la competencia que garantice la pluralidad de opiniones en el ámbito de lo privado, a partir de una reforma del marco jurídico que evite la creación y consolidación de monopolios y/o oligopolios informativos (televisión, prensa, radio, etcétera). Que genere a su vez un rango más amplio de contenidos y precios más competitivos, atendiendo a la función social que deben tener los medios.
 - b) Fortalecer la garantía de independencia de los organismos reguladores en materia de medios de comunicación y telecomunicaciones, para evitar que sean sometidos por los entes regulados.
 - c) Descentralizar las concesiones del espectro radioeléctrico y transparencia en los procesos y criterios de licitación, incentivando la diversidad y pluralidad en los medios de comunicación así como su acceso a todos los segmentos de la sociedad en condiciones de equidad y de no discriminación.
 - d) Reconocer e incluir a los medios ciudadanos, alternativos y comunitarios conforme a tratados internacionales de Derechos Humanos y de Libertad de Expresión.

2. Garantizar que la transición analógica respete y promueva el derecho a la información de la población y la inclusión de todos los sectores. La migración tecnológica deberá contener criterios democráticos que incentiven la diversidad y pluralismo de los medios, garantizando la inclusión de todos los sectores sociales en condiciones de igualdad y no discriminación al momento de la asignación de los nuevos canales para evitar que caigan en las mismas manos. Asimismo, el Estado deberá garantizar que el costo de la transición no sea un obstáculo para el buen funcionamiento de los medios públicos y permisionarios.
3. Crear y fortalecer un modelo de medios públicos, complementando los modelos existentes: estatal y privado. Entendiendo como medio público, aquel que cuenta con presupuesto público, patrimonio propio, autonomía y un consejo ciudadano que gestione sus contenidos.
4. Garantizar el acceso universal a internet, especialmente para aquellos grupos vulnerables o marginados, buscando disminuir progresivamente la brecha digital. De igual forma, todo intento por regular la libertad de expresión en internet, deberá mantenerse al margen de la criminalización a los usuarios y prestadores de servicios en esta plataforma tecnológica (Agenda del Movimiento #YoSoy132, 2012).

Con los lineamientos de tal proyecto a lo largo de diversos momentos, los jóvenes salieron a las calles de todo el país y de otras partes del mundo con diversas consignas como “Peña, la tele es tuya, la calle es nuestra”; “La tele te idiotiza”; “No queremos una democracia de telenovela”; “Apaga la tele y prende la verdad” (*La Jornada*, 14 de junio de 2012:13); “Televisa te idiotiza, TV Azteca te apendeja” (*Reforma*, 19 de mayo de 2012:1); “Yo sí leo, no veo Televisa”; “La voz es nuestra no de Televisa” (*Reforma*, 19 de mayo de 2012:4); “Las manifestaciones cierran calles, pero abren caminos”; “Hay que estudiar, hay que estudiar, el que no estudie como Peña va a acabar”; “Estudiantes informados, jamás manipulados”; “Yo decido, yo me informo” (*Reforma*, 19 de mayo de 2012:4); “No somos uno, no somos cien; prensa vendida, cuéntanos bien” (*La Jornada*, 12 de junio de 2012:21); “Somos estudiantes, no somos porros” (*La Jornada*, 19 de mayo de 2012:5); “Encuestas vendidas, Peña no va arriba”; “Enrique entiende, la prole no te quiere” (*La Jornada*, 14 de junio de 2012:13); “Peña Nieto, ¡Fuera, la Ibero no te quiere!” (*La Jornada*, 18 de mayo de 2012:24); “Esos

son, esos son, los que chingan la nación” (*Proceso*, 28 de mayo de 2012); “Queremos campañas políticas y no mediáticas” (*Reforma*, 19 de mayo de 2012:4); “Voto mata copete” (*Reforma*, 19 de mayo de 2012:1); “Tienes el valor o te vale” (*Reforma*, 19 de mayo de 2012:4); “Tu foto, tu voto” (*Reforma*, 11 de junio de 2012:2), etcétera.

El movimiento #YoSoy132 realizó múltiples marchas y movilizaciones en el Distrito Federal, la principales metrópolis de la República Mexicana y otras urbes del mundo contra Televisa, Televisión Azteca, el PRI y las instituciones de apoyo al viejo régimen, con el fin de solicitar la existencia de otro modelo de comunicación que favoreciera el proceso de la democracia y la creación de otro prototipo de desarrollo que diera un futuro positivo para las mayorías nacionales. Dichos movimientos estudiantiles alcanzaron en muy poco tiempo en las redes sociales, particularmente de Twitter, el primer lugar entre los 10 temas más importantes del momento en todo el mundo (TT) (*La Jornada*, 19 de mayo de 2012:5).

Lo que la clase política y sus partidos no le permitieron lograr a la sociedad mexicana durante los últimos 40 años, los jóvenes lograron colocarlo relevantemente ante la opinión pública en sólo 20 días.

Sin embargo, no obstante la rápida conquista de la opinión pública por tal movimiento juvenil en la fase electoral, más allá de armar asambleas y emitir comunicados, organizar marchas y promover plantones, gritar “más escuelas y menos telenovelas”, denunciar la elección y llamar a invalidarla, el movimiento cuenta con un capital político que no debe despilfarrar. Tiene un impacto mediático que no debe desaprovechar; tiene un caudal de apoyo que no debe tirar por la borda y lo hará si no atiende los siguientes tres riesgos: la radicalización, la irrelevancia, y la rigidez.

El riesgo de la radicalización. Hoy #YoSoy132 se ha vuelto un movimiento político más amplio que el original, más grande que el de 132 alumnos de la Universidad Iberoamericana que le dio origen. Actualmente reúne muchas banderas, muchas causas, muchos agravios que trascienden los originalmente planteados. Actualmente abarca a grupos como el Sindicato Mexicano de Electricistas, la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación, el Frente de Pueblos en Defensa de la Tierra de San Salvador Atenco, el Frente Popular Francisco Villa. Organizaciones que llevan años manifestándose contra el gobierno; organizaciones con agravios legítimos pero distantes

a los originales que el movimiento estudiantil decía enarbolar; organizaciones con una imagen más cuestionada entre la sociedad. El riesgo para #YoSoy132 es acabar engullido por ellas. El reto para #YoSoy132 es asegurar que eso no suceda. Mantener la independencia intelectual y la autonomía política. Solidarizarse con algunas causas pero no asumirlas todas. Tender puentes hacia otros movimientos sociales pero no sucumbir ante sus líderes más radicales.

El riesgo de la irrelevancia. Hoy #YoSoy132 exhorta a desconocer la elección e invalidarla, a rechazar la victoria de Enrique Peña Nieto y a impedir que tome posesión. Pero ¿qué pasará con el movimiento si el Trife certifica los resultados?, ¿si la protesta social contra la imposición no logra revertirla? Los estudiantes deben pensar táctica y estratégicamente sobre qué quieren lograr más allá de lo que desean vetar. Y es ahí donde #YoSoy132 se entrapa en una larga lista de demandas que van desde eliminar las evaluaciones académicas “impuestas por el Fondo Monetario Internacional, la OCDE y el Banco Mundial” hasta el combate al neoliberalismo. Un día el objetivo del movimiento parece ser impedir la llegada de Peña Nieto a la Presidencia; al otro la demanda es la restitución del trabajo que les fue quitado con la disolución de Luz y Fuerza del Centro. Un día la meta es tomar Televisa; al otro es marchar junto al SME. Más que denunciar, el movimiento debe proponer. Más que atacar reformas en puerta, el movimiento debe empujar las propias. Más que diagnosticar lo que no funciona del sistema, el movimiento debe contribuir a cambiarlo.

El riesgo de la rigidez. Hoy #YoSoy132 puede quedar ahogado en sus asambleas, atrapado en la dinámica de las marchas sin rumbo, encajonado por una estructura que, como describe Diego Ángeles Sistac en ADN Político, “los pone contra el reloj y a veces contra sí mismos”. La horizontalidad del movimiento le resta eficacia y especificidad. La falta de una buena estructura –dinámica y flexible– ha llevado a un cúmulo de información desigual que confunde a la opinión pública y que no permite diferenciar cuándo una acción es propia del movimiento y cuándo no lo es, como en el caso del plantón fuera del IFE que no fue acordado por la asamblea universitaria. Las fricciones internas amenazan con debilitar la unidad, las agendas contrastantes pueden minarla. Al movimiento le urge encontrar una forma de procesar las diferencias que permita –al mismo tiempo– capitalizar las coincidencias. Al movimiento le urge una dinámica interna que le permita actuar con mayor rapidez, tomar decisiones con más eficacia, presentarse ante la sociedad con mayor coherencia.

#YoSoy132 irrumpió en la vida política con una frescura inusitada y bienvenida. Ahora no debe perderla al sumarse a agendas que no son las suyas, al apoyar agravios que son los que originalmente atendió, al caer en posturas atávicas que minan su credibilidad e independencia, al asumir posturas llamativas pero improductivas. #YoSoy132 le dio la cara al poder y ahora debe domesticarlo con propuestas prácticas de política pública. Con medidas específicas que puedan ser atendidas por el poder Legislativo y cabildeadas dentro de él. Con iniciativas claras que contribuyan a democratizar a los medios y obligar a la rendición de cuentas y la transparencia y la representación ciudadana. Los jóvenes han señalado los rasgos autoritarios del sistema político mexicano. Ahora les toca ser su sombra (Dresser, 2012).

Es por ello que en esta nueva fase será fundamental que para conservar los avances alcanzados hasta ahora en el ámbito de la formación de conciencia en el espacio público, dicho movimiento ciudadano universitario se transforme de una iniciativa coyuntural electoral, en un movimiento permanente de vigilancia sobre el comportamiento de los medios de comunicación y de creación de diversas propuestas para formar un nuevo modelo de comunicación colectivo que posibilite el avance de la democracia y la civilidad en México.

LA RESPUESTA DEL ESTADO A LA *PRIMAVERA MEXICANA*

La aprobación del oligopolio Televisa-Iusacell

Sin embargo, mientras miles de jóvenes estudiantes se organizaron en el país bajo el movimiento #YoSoy132 y salieron a las calles a protestar contra la manipulación del duopolio de la televisión; la respuesta del gobierno panista del presidente Felipe Calderón Hinojosa el 15 de junio de 2012 fue fortalecer más a dicho poder fáctico gigantesco al concederle privilegios mayúsculos, reforzar su concentración insolente, y provocar a los jóvenes de una manera irresponsable. Por medio de esta acción unilateral el gobierno envió a los estudiantes un mensaje durísimo: sus exigencias democráticas no valen nada.

Así, debido, por una parte, a las burdas presiones que se configuraron sobre la Comisión Federal de Competencia (CFC) y sobre la

Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), como órganos reguladores, y por otra a la manera en que el presidente de la República intervino para asegurar el acuerdo, el gobierno federal mediante la CFC autorizó la fusión Televisa-Iusacell mediante un Recurso de Reconsideración que previamente interpusieron jurídicamente tales empresas. Este hecho representó el más grande retroceso que se ha producido en el país en materia de competencia en el sector de la televisión abierta (Corral, 2012).

La autorización de la fusión entre Televisa y Iusacell operó a contrapelo de la competencia, con varias y muy nocivas consecuencias para la sociedad mexicana, pues fue un duro golpe a nuestra incipiente vida democrática y es absolutamente contraria a la esencia de la Constitución Política Mexicana. No se trató de una decisión jurídica o técnica, sino fue un fallo político donde no triunfaron los argumentos de las televisoras en términos del recurso de reconsideración interpuesto, pues las mismas condiciones monopólicas que la CFC había manifestado como existentes en su fallo del 24 de enero de 2012, se mantuvieron intactos hasta el momento de la autorización de la fusión. Es decir, nada cambió entre el primer y el segundo fallo, pues ambas empresas continuaron con su dominio del mercado de la televisión, fueron los principales depositarios en el mercado de la publicidad, y permanecieron actuando como predominantes en el mercado de contenidos (*Zócalo*, abril de 2012:6; Corral, 2012).

Por consiguiente, esta determinación fue una afrenta en términos de la política de competencia del Estado mexicano, pues el artículo 28 constitucional establece que:

[...] en los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas [...] El Estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación, salvo las excepciones que las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los servicios y la utilización social de los bienes, y evitarán fenómenos de concentración que contraríen el interés público (Corral, 2012).

En consecuencia, la decisión tomada por la CFC provocó un enorme daño a la sociedad mexicana en el mercado de contenidos, en el ámbito de la información, en el de la comunicación, y en el de

la democracia, puesto que dos empresas que dicen competir en la televisión estarán ahora asociadas oligopólicamente en un negocio principal que es el de la telefonía e internet. Lo que se ha asegurado con este fallo es que el duopolio pase a ser un megaoligopolio de la televisión para tener estrategias comunes, no solamente en cuanto a venta de publicidad, sino en la materia más importante que es la información.

En términos políticos y comunicativos esto representó que a más tardar en cinco años dicho megaconsorcio entre “Televisa y Iusacell dominará los servicios de televisión móvil, de internet y de telecomunicaciones móviles, ya que la televisión abierta perderá fuerza” (*Noticias Guerreras@SME*, 15 de junio de 2012).

Por ello, la sociedad se topó ante una auténtica regresión histórica, pues al aprobar esta fusión, la CFC se liquidó en su esencia y se derrumbó en su objeto fundamental consistente en fomentar la competencia y promover las sanciones a las prácticas anticompetitivas. Esta realidad constató, una vez más, que el Estado mexicano es incapaz de frenar las presiones que ejerce el gigantesco poder mediático que existe en el país, especialmente de la telecracia, y termina negociando o subordinándose a éste para no enfrentar más conflictos políticos. La herencia del gobierno de la “transición pacífica a la democracia” fue que cada vez más quien gobierna en el país es la telecracia y no el Estado nación con su dinámica de democracia.

Esa fue la primera respuesta institucional que dio el gobierno de la “transición pacífica a la democracia” a las solicitudes del movimiento #YoSoy132 en el ámbito de la apertura comunicativa del país.

La “recuperación” de la banda 2.5 mhz

La actitud cerrada, autoritaria y déspota del gobierno panista de Felipe Calderón frente a las demandas democratizadoras del movimiento juvenil #YoSoy132 en materia de comunicación social, no sólo se reflejó en la aprobación de la formación del oligopolio de telecomunicaciones entre Televisa y Iusacell (TV Azteca), sino la segunda respuesta fue la eliminación de otros competidores en el ámbito de las telecomunicaciones. Así, mientras desde el 2007 la compañía de comunicaciones MVS Multivisión

negociaba formalmente con el gobierno federal la renovación de sus concesiones de telecomunicaciones para los próximos 20 años y ampliar el uso intensivo de éstas, especialmente de la banda 2.5 gigahertz (ghz), sorpresivamente el 8 de agosto de 2012, el secretario de Comunicaciones y Transportes, Dionisio Pérez Jácome, argumentó que por motivos de desaprovechamiento de este recurso y por la ausencia del pago de la contraprestación correspondiente por el empresario Joaquín Vargas Guajardo para la utilización de la misma, se negó la renovación de la frecuencia.

Con ello se inició un proceso de “rescate” de este bien propiedad de la nación para destinarlo a servicios de banda ancha y reordenar esa parte del espectro conforme a los principios de política pública y las “mejores prácticas internacionales”. De esta forma, pese a que se encontraban operando 11 empresas con 68 concesiones vigentes en dicha banda de 2.5 ghz., la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinó que estaba subutilizada, pues era como “una autopista de altas especificaciones en la que apenas se aprovechaba el acotamiento”, y en consecuencia, este gigantesco potencial comunicativo debía ponerse a disposición de nuevos usuarios para satisfacer la demanda de servicios de Cuarta Generación (4G) en los próximos años (*El Universal*, 9 de agosto de 2012).

Sin embargo, no obstante tales argumentaciones del gobierno federal para proceder al “rescate” de la banda 2.5 ghz, el presidente de MVS, Joaquín Vargas, señaló que tal proceso “expropiatorio” fue improcedente, y que las verdaderas razones de fondo que ocasionaron dicha expropiación fueron las dos siguientes:

1. Las presiones ejercidas por Televisa y organismos afines desde el 2008, cuando se anunció el lanzamiento de Dish y su correspondiente política de precios bajos en cable, lo que suscitó las exigencias del monopolio ante la CFC para que fueran retiradas las concesiones que MVS en la banda de los 2.5 ghz. Con ello Televisa ganó una enorme ventaja desde el momento en que MVS no pudo dar servicios de *triple* ni *cuádruple play* a través de Dish. Mediante este proceso de rescate se inhibió el uso de esta banda por otros competidores, quedando Televisa con Iusacell como las únicas empresas facultadas para ofrecer los servicios de voz, video y datos tanto fijos como móviles a nivel nacional. Incluso en caso de que el rescate prospere, serán

- de los pocos jugadores que puedan entrar a la subasta de dichas frecuencias (Vargas, 2012:4).
2. Una reacción autoritaria de algunos funcionarios del gobierno federal por la recontractación de la periodista crítica Carmen Aristegui, titular del noticiario matutino de MVS, después de realizar un comentario radiofónico sobre la información difundida en el Congreso de la Unión por el diputado Gerardo Fernández Noroña acerca de un supuesto problema del alcoholismo del presidente Felipe Calderón Hinojosa. En este sentido, fue la aplicación de toda la fuerza del Estado contra MVS al condicionar el cese de Aristegui a cambio de continuar avanzando en las negociaciones de la banda 2.5 ghz (*El Universal*, 23 de agosto de 2012:A-4).

Esta realidad demostró, entre otros, los siguientes dos aspectos en materia de las comunicaciones nacionales:

1. La decisión de expropiar la banda 2.5 ghz no se debió a cuestiones técnicas, financieras o administrativas; sino a un asunto político donde independientemente de las gestiones oficiales que se efectuaran para la renovación de las concesiones, “la decisión de la expropiación ya estaba tomada con anticipación” (Coronel, 2012:25-26). Ello reflejó la ausencia de una política de telecomunicaciones y la carencia del estado de derecho para proteger a los competidores que se enfrentan a los grandes monopolios de la comunicación en México.
2. El Estado mexicano y sus órganos de gobernabilidad no son una entidad rectora al servicio de las causas de la apertura, la competencia y la democracia comunicativa, sino que son un “gerente” al servicio de la defensa de los intereses de los grandes *poderes fácticos mediáticos* que presionan para la expansión ilimitada de sus empresas monopólicas.

Por ello, frente a la crisis desatada por el gobierno para recuperar el espectro en propiedad de MVS, ahora más que nunca es urgente que el Congreso de la Unión realice una amplia reforma legal en el ámbito de las telecomunicaciones para evitar el manejo discrecional de este recurso estratégico por los poderes facticos y otros sectores de poder. Con ello se colaborará a tener una política de Estado en

materia de telecomunicaciones, y a reducir los vicios y el vacío que existen en este ámbito.

LOS PROCESOS ELECTORALES

Y LA DEBILIDAD DE LA DEMOCRACIA FORMAL EN MÉXICO

Ante este panorama político es importante destacar que no obstante a que la reforma electoral introdujo un nuevo modelo de difusión política para los periodos de renovación de los poderes públicos, la megaconcentración de poder y de gran persuasión social que previamente alcanzaron las industrias mediáticas en México, especialmente de la radiodifusión, debilitó la esencia democrática y plural de dicho proceso. Ello debido a que su creciente fuerza mediática se opuso a la reforma electoral creando una atmósfera contrarreformista y contrarreguladora que contribuyó a erosionar la rectoría política del Estado nacional en dicho ámbito.

De esta forma, aunque finalmente fueron elegidos con relativa libertad el presidente, los gobernadores, los diputados, los senadores y los municipales de la República para el periodo de gobierno 2012-2018, en realidad todos estos poderes públicos quedaron vulnerados y acotados pues tuvieron un margen de actuación y soberanía muy restringido ante los intereses que impone el megapoder mediático sobre la gobernabilidad del país. Así, los nuevos poderes públicos de la siguiente fase de gobierno de la *tercera república nacional* que se renovaron con las elecciones del 1 de junio de 2012, nacieron previamente subordinados al viejo poder mediático superamplificado que dio origen a la *cuarta república mediática* en el México moderno de comienzos del siglo XXI.

A diferencia de la relevación de los poderes públicos republicanos que son elegidos cíclicamente por la población cada 3, 4 y 6 años mediante el sufragio efectivo en el país para que administren la gobernabilidad nacional; paradójicamente, los poderes fácticos mediáticos de la radio y la televisión nunca son elegidos o votados por los ciudadanos y sin embargo participan de forma cada vez más sustantiva e intensa en la definición y ejecución del proceso diario de gobernabilidad nacional, e incluso llegan a doblegar o superar a los poderes públicos de la República.

Debido a la centralidad y concentración estratégica que alcanzó el sistema de medios de difusión electrónicos en México en el siglo XXI, fuera el partido, la institución, la corriente o el candidato político que ganó en los comicios de cada fase electoral, de antemano estructuralmente éstos quedan limitados, sometidos, desafiados, desdibujados, avasallados y hasta suplantados por el sistema de presión económico-político-ideológico que ejerce el poderío mediático en el país.

No obstante la aplicación de las nuevas reglas de difusión política de la reforma electoral, en última instancia, además del triunfo de la *partidocracia*, otro de los grandes ganadores de la contienda política de las elecciones intermedias del 2012 fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva y no la sociedad, entre otras, por las siguientes siete razones:

1. Los monopolios mediáticos retaron abiertamente al Estado al no cumplir o al acatar inadecuadamente las leyes electorales, imponiendo parcialmente sus reglas de poder empresarial mediático en esta esfera política.
2. Desacreditaron parcialmente a los órganos públicos como el Instituto Federal Electoral, el Congreso de la Unión y a los candidatos adversos a sus intereses mercantiles de expansión monopólica en mayor escala.
3. Televisa y Televisión Azteca con su estrategia discrecional de difusión de mensajes políticos “informales” actuaron cotidianamente como grandes maquinarias electorales muy eficientes que influyeron significativamente sobre la decisión del voto ciudadano y, por consiguiente, sobre los resultados electorales.
4. Debido a que el sistema de medios electrónicos reconstruye virtualmente la realidad social cotidiana, los nuevos representantes políticos de la República elegidos para conformar el Congreso de la Unión para el periodo 2012-2018 quedaron estructuralmente obligados a pactar en el futuro con el poder mediático para conservar su “buena imagen” pública y su consenso social, a cambio de recibir nuevos privilegios empresariales.
5. Conquistaron más capacidad como poder mediático al lograr colocar en la Cámara de Diputados la denominada “Telebancada” de legisladores incondicionales *a modo*, especialmente a través del Partido Verde Ecologista de México, que obviamente en el futuro

- crearán las iniciativas de leyes *ad hoc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica y no de los ciudadanos.
6. Negociaron con los partidos y candidatos prerrogativas oligopólicas más fuertes como fue la fusión de las empresas de telecomunicaciones Televisa-Iusacell-Movistar, que representa un nuevo oligopolio que debilita la rectoría y soberanía del Estado mexicano que se creó en el marco de las elecciones del 2012. Con ello, dicho oligopolio podrá renovar automáticamente las concesiones de radiodifusión pendientes, apropiarse de los *canales espejo* prestados para continuar el proceso de la transición analógica a la digital, la dispensa de pago al Estado de contraprestaciones para ofrecer a los auditorios nuevos servicios agregados de telecomunicaciones, impedir que el IFE les aplique fuertes multas por violar los preceptos centrales de la reforma electoral, la reducción de pago de impuestos al poner en marcha nuevas empresas de comunicación, impedir la emergencia de una tercera cadena de televisión nacional que compita con el duopolio audiovisual ya consolidado, obtener nuevas concesiones de fibra óptica para expandir sus consorcios de radiotelevisión y de telecomunicaciones, generar una contrarreforma electoral después de las elecciones del 2012, etcétera. Es decir, vulnerar profundamente el proceso de construcción de la democracia en México y de la rectoría del Estado-nación.
 7. Finalmente, los medios colectivos de difusión electrónica con carácter monopólico permanecieron gobernando cotidianamente al país, mediante la administración privatizada del nuevo *espacio público mediático*, sin la necesidad de ser elegidos por la ciudadanía para este fin hegemónico, y sin aparecer ante la conciencia colectiva como fuerzas de poder nacional, sino autopresentados ante la opinión pública como meras instituciones neutras de “esparcimiento”, “información”, “distracción” y “cultura”.

Ante esta cruda realidad política del nuevo triunfo del poder mediático que se consolida cada vez más en el territorio nacional, es necesario preguntarnos: ¿para qué el Estado y la sociedad mexicana realiza el enorme gasto que representa la organización cíclica del voto ciudadano y el financiamiento de las múltiples

campañas electorales en el territorio nacional y en el extranjero, si en última instancia, crecientemente el poder real habitual, en un alto porcentaje, lo define y lo ejerce el poderío ideológico político de los medios electrónicos de difusión colectivos que no son escogidos democráticamente por la ciudadanía, sino que éstos se le imponen a la sociedad por su propia *fuera fáctica*, específicamente la *telecracia*?, ¿por qué al mismo tiempo que la población recurrentemente selecciona a los representantes políticos de los diversos poderes públicos, no vota igualmente por la renovación y la dirección del proyecto comunicativo de las industrias mediáticas que también son poderes públicos que participan medularmente en la dirección cotidiana de la nación? Si todas las instituciones del Estado que participan en el proceso de gobernabilidad nacional están sujetas a las reglas de la transparencia gubernamental, ¿por qué los medios electrónicos de difusión colectiva, que también participan estratégicamente en la dinámica de la gobernabilidad cotidiana de la sociedad, no están sometidos a las normas de la transparencia pública?

Es por ello que el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia en México, además de implicar la apertura amplia de las viejas estructuras políticas a la participación civil, ahora requiere urgentemente el ajuste sustantivo de la acción de los poderes fácticos de los monopolios informativos a un nuevo estado de derecho virtuoso que sitúe a los oligopolios mediáticos bajo la dinámica constitucional de la igualdad, la transparencia y la democracia. De lo contrario, los partidos políticos continuarán impulsando por décadas la promoción cíclica de una fantasía democrática electoral de carácter formal que en la realidad diaria quedará subordinado a la verdadera estructura de poder cotidiano real que gobierna a la nación que es la *telecracia mediática*.

El conjunto de estas situaciones no delimitadas por los marcos jurídicos electorales legales pudieron colocar como ilegítimos los resultados de los procesos de sucesión gubernamental intermedios en México, creando un vacío político sumamente grave entre el antiguo sistema político que concluía su mandato y el nuevo grupo político que intentó ocupar los cargos de representación popular de manera “genuina” y “pacífica” en la sociedad. Dicha crítica realidad creó una coyuntura política muy delicada pues pudo generar una grave inestabilidad y caos social que podría haber

desembocado en la violencia colectiva y en otras manifestaciones de rebeldía ciudadana, como sucedió con los resultados de las elecciones presidenciales de julio de 2006 en el país.

En este sentido, el proceso de construcción de la democracia en México se ubicó ante un severo peligro al no cubrirse estos vacíos jurídicos que dejó la reforma electoral, pues se comprobó, por una parte, que la voracidad mediática no tiene límite, ya que está dispuesta a provocar el colapso social, si éste se convierte en un negocio muy rentable para las empresas monopólicas de la radiodifusión nacional. Y por otra, que el Estado mexicano llegó a una etapa fallida de tanta debilidad en su capacidad rectora donde ya no puede doblegar a los poderes fácticos de la comunicación electrónica bajo los principios medulares de la Constitución Política Mexicana. Ahora son estos poderes fácticos mediáticos los que presionan y subordinan al Estado y a los órganos ciudadanos electorales en los periodos de cambios de poderes públicos para tener más ventajas con objeto de imponer socialmente a los candidatos electorales que les son funcionales con sus intereses de expansión empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Agenda del Movimiento #YoSoy132, Asambleas Generales Interuniversitarias, realizadas en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Universidad Iberoamericana (Uia), el Instituto Politécnico Nacional (IPN), el Claustro de Sor Juana (CJ), la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco (UAM-Xochimilco) y la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, junio-julio de 2012.
- Brambilia, José Antonio (2012), "Tolerancia sin límites", *Zócalo. Comunicación, Política y Sociedad*, núm. 148, México, junio, p. 45 [www.zocalo.com.mx].
- Calleja, Aleida y Alberto Aziz Nassif (2012), "Televisora desafía a instituciones del Estado", *Boletín Amedi*, México, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, 2 de mayo [www.amedi.com.mx].
- Cantú, Jesús (2012), "TV Azteca y el Estado que abdica", *Proceso. Semanario de información y análisis*, núm. 1853, México, 6 de mayo.
- Coronel Guzmán, Mauricio (2012), "MVS exhibe chantaje", *Zócalo. Comunicación, Política y Sociedad*, núm. 151, año XII, México, septiembre [www.revistazocalo.com.mx].

- “Difunden “Manifiesto” del movimiento #YoSoy132”, *Proceso. Semanario de información y análisis*, México, 28 de mayo del 2012 [www.proceso.com.mx/], fecha de consulta: 13 de agosto de 2012.
- Dresser, Denise (2012), “#YoSoy132: tres riesgos”, *Proceso. Semanario de información y análisis*, núm. 1867, México, 13 de agosto [http://www.proceso.com.mx/?p=316927].
- “Duopolio pide reconsideración a Cofeco”, *Zócalo. Comunicación, Política y Sociedad*, núm. 146, año XII, México, abril de 2012.
- Esteinou Madrid, Javier (2010), “Bicentenario, tecnologías electrónicas de información colectiva y formación del Estado mestizo en México”, *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 25, año, XX, diciembre, México, UAM-Xochimilco, pp. 61-93 [http://version.xoc.uam.mxhttp://version.xoc.uam.mx].
- (2010a), “La innovación comunicativa y el cambio social”, *Razón y Palabra*, núm. 73, año 4, agosto-octubre, “Cultura digital y vida cotidiana en Iberoamérica: una revisión crítica más allá de la comunicación”, México, ITESM [http://www.razonypalabra.org.mx]
- “Televisa-Iusacell, virtual duopolio con el aval oficial”, *Noticias Guerreras@SME*, Información de Resistencia Semeita, México, Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), 15 de junio de 2012 [http://guerrerossme.blogspot.mx/2012/06/televisa-iusacell-virtual-duopolio-con.html].
- “Televisión nacional para el segundo debate”, *Boletín Amedi*, México, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, 12 de mayo de 2012 [www.amedi.com.mx].
- Vargas Guajardo, Joaquín (2012), “Discurso informativo sobre el rescate de la banda de 2.5 Ghz”, México, 15 de agosto, *Media Telecom, Información Estratégica*, Sección Telecomunicaciones [http://www.mediatelecom.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=27321&catid=9&Itemid=35].
- “#YoSoy132 exige a Segob debate en cadena nacional”, *Proceso. Semanario de información y análisis*, México, 28 de mayo de 2012 [www.proceso.com.mx/?p=309048], fecha de consulta: 14 de agosto de 2012.

HEMEROGRAFÍA

- “Acuerdan IFE y CIRT garantizar en las 32 entidades la transmisión del debate”, *La Jornada*, México, 6 de mayo de 2012.
- “Advierte WSJ de duopolio”, ((Reforma)), México, 3 de mayo de 2012 [www.reforma.com].
- Aristegui F, Carmen (2012), “El verdadero debate”, *Reforma*, México, 4 de mayo de 2012.

- "Arma Revuelo Salinas Pliego", *Reforma*, México, 2 de mayo de 2012.
- "Cese de manipulación informativa en campañas, piden universitarios", *La Jornada*, Sección Política, México, 19 de mayo de 2012.
- "Crecen Acusaciones sobre el caso MVS", *El Universal*, primera plana, sección nacional, México, 23 de agosto de 2012.
- "Crecen protestas contra Peña y TV", *Reforma*, México, 11 de junio de 2012.
- Córdova Vianello, Lorenzo, "Los medios y el debate", *El Universal*, México, 4 de mayo de 2012 [www.eluniversal.com.mx].
- Corral Jurado, Javier (2012), "Fusión Televisa-Iusacell, la burla", *El Universal*, columna Rotafolio, México, 17 de junio de 2012.
- "Da IFE rol estelar a iplaymate!", *Reforma*, México, 7 de mayo de 2012.
- "Debate no se verá en canales estelares de TV", *El Universal*, 1 de mayo de 2012.
- "El debate de la edecán incómoda", *Milenio*, México, 8 de mayo de 2012 [www.milenio.com.mx].
- "El debate superó expectativas", *Crónica*, México, 7 de mayo de 2012 [www.cronica.com.mx].
- "El fin de la democracia de telenovela", *La Jornada*, México, 12 de junio de 2012.
- "En Canal 5, el debate tuvo más audiencia que el fútbol", *La Jornada*, México, 8 de mayo de 2012.
- "Encuesta de seguimiento diario Milenio GEA/ISA", *Milenio Diario*, México, 8 de mayo de 2012.
- "Exigen estudiantes a TV decir verdad", *Reforma*, México, 19 de mayo de 2012.
- "Faltan condiciones para unos comicios limpios y equitativos, señalan expertos", *La Jornada*, México, 7 de junio de 2012.
- "Faulea el fútbol a debate del IFE", *Reforma*, 1 de mayo de 2012.
- Gómez Leyva, Ciro (2012), "La patanería de Ricardo Salinas Pliego", *Milenio Diario*, México, 1 de mayo de 2012.
- Huchim, Eduardo R. (2012), "El debate y el Estado débil", *Reforma*, México, 8 de mayo de 2012.
- "Ignora Azteca al IFE", *Reforma*, México, 1 de mayo de 2012.
- "La edecán fue un error de producción: IFE", *El Universal*, 8 de mayo de 2012 [www.eluniversal.com.mx].
- "La edecán, yo creo que sí es una provocación del IFE", *El Universal*, México, 7 de mayo de 2012.
- Loeza, Guadalupe (2012), "El patán", *Reforma*, México, 3 de mayo de 2012.
- "Logran las protestas resonancia mundial en Twitter", *La Jornada*, Sección Política, México, 19 de mayo de 2012.

- López Narváez, Froylán (2012), "Bullying electoral", *Reforma*, México, 2 de junio de 2012.
- "Los medios imponen cerco informativo a propuestas de cambio verdadero: AMLO", *La Jornada*, México, 6 de mayo de 2012.
- "Modeló para *Playboy* y actuó en *realities*", *El Universal*, México, 7 de mayo de 2012 [www.eluniversal.com.mx].
- "MVS al rescate", *El Universal*, México, 9 de agosto de 2009 [<http://www.eluniversal.com.mx>].
- "No hay reto al Estado; el debate a muy poco les interesa: Salinas Pliego", *La Jornada*, México, 5 de mayo de 2012.
- Rodríguez, Gabriela (2012), "Jóvenes incandescentes", *La Jornada*, México, 18 de mayo de 2012.
- Sarmiento, Sergio (2012), "La edecán", *Reforma*, México, 8 de mayo de 2012.
- "SCT busca retirar concesión a MVS", *El Universal*, primera plana, México, 9 de agosto de 2012 [<http://www.eluniversal.com.mx/primer/40067.html>].
- "Se confirma que las televisoras están por encima del organismo electoral: AMLO", *La Jornada*, México, 4 de mayo de 2012.
- "Se disculpa el IFE por el atuendo de la edecán; responsabiliza al 'productor'", *La Jornada*, 8 de mayo de 2012.
- "Segundo debate, el más visto de la historia", *La Jornada*, 12 de junio de 2012.
- "Siente edecán del IFE que manosean su vida", *Reforma*, Sección Gente, México, 8 de mayo de 2012.
- "Televisoras ponen en vilo al debate", *El Universal*, México, 1 de mayo de 2012.
- "Torpedean TV Azteca y Femexfut el debate", *La Jornada*, México, 1 de mayo de 2012.
- "TV Azteca reta a la autoridad: IFE", *El Universal*, México, 2 de mayo de 2012.
- "TV Azteca, la empresa que más sanciones ha recibido del IFE", *La Jornada*, México, 2 de mayo de 2012.
- "Twitter: La discusión derrotó al fútbol", *La Jornada*, México, 7 de mayo de 2012.
- "Vacío de concesionarios saluda etapa obligatoria en los debates", *La Jornada*, México, 6 de junio de 2012.
- "Van estudiantes contra Televisa", *Reforma*, México, 19 de mayo de 2012.
- "#YoSoy132 pide apagar la TV y encender la verdad", *La Jornada*, México, 14 de junio de 2012.