



Revista Mexicana de Opinión Pública

ISSN: 1870-7300

rmop@politicas.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de
México
México

Esteinou Madrid, Javier

La rebelión del poder mediático ante la construcción de la democracia electoral en
México

Revista Mexicana de Opinión Pública, núm. 13, julio-diciembre, 2012, pp. 51-71

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487456185007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La rebelión del poder *mediático* ante la construcción de la democracia electoral en México

The rebellion of media power in the face of the construction of electoral democracy in Mexico

Javier Esteinou Madrid¹

Resumen

A partir de la conquista de las nuevas capacidades político-culturales que alcanzaron los medios electrónicos privados de comunicación colectiva, éstos se convirtieron en grandes *poderes fácticos* que han transformado la estructura del tradicional Estado-nación en México, construyendo en la actualidad un nuevo *Estado híbrido* conformado por el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial y el *poder mediático*. Dicho *poder mediático*, una vez más, demostró su fuerza frente al Estado cuando en las elecciones del 1 de julio del 2012 se negó a transmitir en sus canales estelares de cobertura nacional el debate político entre los cuatro aspirantes a la Presidencia de la república, argumentando que el fútbol y los concursos musicales eran eventos más relevantes para la ciudadanía que las discusiones políticas preelectorales.

De aquí la necesidad de que la sociedad civil exija al Congreso de la Unión la aprobación de una nueva ley integral de medios y de telecomunicaciones, que modifique la actual relación desproporcionada que existe entre los monopolios informativos, el Estado y la sociedad, e introduzca un nuevo pacto plural y democrático, entre estos actores, que permita crear condiciones más plurales y virtuosas en el funcionamiento de las industrias culturales electrónicas en la nación.

Palabras clave

Poderes fácticos, *Estado híbrido*, *república mediática*, medios de comunicación, democracia, ley de medios, alternativas comunicativas.

Abstract

With the conquest of new political and cultural skills that reached the private electronic media, these became great factual powers which have changed the traditional structure of the Mexican nation state, and thus building today a new Hybrid State formed by the Executive Power, the Legislative, the Judicial Power and the Media Power. Such Media Power again has shown its strength regarding the State when in the elections of the 1st of July of 2012 refused to broadcast in their main nation wide channels the political debate between the four candidates to the Presidency of the Republic, arguing that football and musical contests were more relevant events for the citizens than the pre-electoral political discussions.

This fact reveals the need of civil society to demand to the Congress the approval of an integral media and telecommunications law which modifies the actual disproportional relationship between the informative monopolies, the State and the society, and that introduce a new pluralistic

¹ Profesor investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., jesteinou@gmail.com

and democratic pact among these actors which allows to create more pluralistic and virtuous conditions in the performance of electronic cultural industries in the nation.

Keywords

Factual Powers, Hybrid State, Media Republic, Communication Media, Democracy, Media Law, Communicative Alternatives.

I. Introducción

Tradicionalmente los *poderes fácticos mediáticos* con diversas estrategias se han opuesto a la construcción de la democracia en México. Una de las situaciones más recientes en la que se demostró su posición *fáctica* fue su actuación institucional ante las elecciones del 2012 en México, al crear graves consecuencias para la pluralidad y el equilibrio democrático nacional. Por ello, para analizar dicha realidad, reconstruimos con fuentes hemerográficas tal periodo de la historia política del país y lo reinterpretemos dentro de la concepción del nuevo *Estado híbrido* en México.

El estudio de este fenómeno nos permitió concluir, entre otros, los siguientes tres aspectos en el ámbito político-comunicativo nacional:

1. Debido a que el *poder mediático* históricamente se ha convertido en México en una fuerza político-ideológica con gran poder que se disputa cotidianamente la dirección de la nación, dicho sector reta recurrentemente al Estado formal y al orden constitucional establecido, con el fin de acumular mayores posiciones de fuerza que le permitan consolidarse crecientemente como un poder más hegemónico sobre el Estado, el poder político y la sociedad civil en su conjunto. De esta forma, el *poder mediático* ya no actúa como empresa, sino como un aparato privado de gobernabilidad colectiva que pretende intervenir, cada vez más, sobre la construcción del proyecto de nación.
2. El sistema de "democracia formal",² derivado del proceso electoral realizado en el 2012, fue insuficiente para construir la verdadera "democracia real" en el país, pues los representantes políticos elegidos por los ciudadanos en las urnas para los nuevos cargos públicos quedaron sometidos a la fuerza del *poder mediático*, sin que esta fuerza nunca se vote o plebiscite para ser seleccionada como poder público para gobernar. Es decir, después de la realización de muchos esfuerzos e inversiones por parte de la sociedad a través del Instituto Federal Electoral (IFE), los partidos políticos y otros órganos del Estado para alcanzar elecciones transparentes y equilibradas en el país, en el mejor de los casos el resultado de dicho proceso sólo fue alcanzar elecciones limpias y nutridas para elegir a los nuevos poderes públicos formales del Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo; pero no obstante la aplicación de los procesos democráticos para seleccionar a los

2 Para profundizar sobre las características de la democracia formal, consultar de Javier Esteinou Madrid, "El modelo de comunicación de la Reforma Electoral y la construcción de la democracia en México", en: *XVII Anuario de Investigación de la Comunicación*, Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Autónoma de Baja California (UABC), México, D.F, agosto de 2010, pp. 43-61, ISBN: 978-607-7753-72-8.

nuevos representantes públicos de la población, todos los nuevos personajes quedaron subordinados al *poder mediático*, que, por sus capacidades fácticas, se impone y reproduce cotidianamente de manera *fáctica* para gobernar ideológicamente en el país.

En este sentido, aunque se aplicaron dinámicas “democráticas” para renovar las estructuras de la democracia mexicana, lo que únicamente se logró fue la instauración de la “democracia formal”, consistente en el ejercicio del sufragio efectivo para elegir a los dos poderes republicanos anteriores (Ejecutivo y Legislativo), pero no se logró la “democracia integral”, pues el *Poder Mediático* que interviene sustantivamente sobre la conformación y la dirección diaria del la sociedad mexicana no fue renovado, sino que continúa operando con las mismas características, estructuras y grupos de poder tradicional desde hace más de 40 años. Por consiguiente, con las últimas elecciones en México sólo se conquistó la “democracia formal” - y no la “democracia integral” -, que es un proceso valioso, pero altamente insuficiente para propiciar el crecimiento global del país en el siglo XXI.

3. Con el resultado de las elecciones del 2012, que sólo renovó los poderes de la “democracia formal” y no introdujo la realidad de la “democracia integral”, el nuevo prototipo del *Estado híbrido*; conformado por el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial y el *poder mediático*, quedó más reforzado en México, debilitando con ello el modelo del Estado-nación conformado desde hace más de 200 años a través de la Independencia, la Reforma y la Revolución, y que es el que debe respaldar la comunidad nacional para alcanzar una gobernabilidad más armónica en la república. Por consiguiente, la rectoría del país para los próximos años no será ejecutada por el prototipo de la república tripartita, sino que será ejercida por los tres poderes formales de la república más, el *Poder Mediático*, generando con ello una gobernabilidad híbrido-mediática para la sociedad mexicana en el nuevo milenio.

Por ello resulta necesario analizar con precisión este capítulo del devenir político-comunicativo del país, para extraer los aprendizajes necesarios e introducir los mecanismos correctivos que impidan que este hecho se vuelva a repetir en la historia de México.

II. El surgimiento del nuevo *Estado híbrido*

Para observar con claridad la realidad del Estado-nación mexicano en el siglo XXI, es necesario abandonar las posiciones ideológicas doctrinarias u oficialistas que han definido al mismo actuando como camisas de fuerza mental respecto de este nuevo suceso histórico en la fase moderna de la historia nacional. Así, hay que reconocer que este hecho no es una realidad acabada, sino que es un producto social en constante mutación, que se ha edificado de forma distinta según han sido los diversos momentos de progreso por los que ha atravesado la combinación de las fuerzas de poder dominante que definen el proyecto de dirección de la sociedad mexicana. En este sentido, siguiendo la lógica constitutiva del *Estado moderno*, podemos decir que en la medida en que un sector o grupo social de poder es capaz de crear los mismos elementos rec-

tores básicos que conforman al *Estado clásico*, como contar con un territorio, una población, un aparato de gobierno, una organización jurídica, una capacidad de aplicación de la fuerza o de la violencia, una legitimidad, una lengua, una cultura, una identidad, una hegemonía, una forma de obtener recursos económicos, una moneda, etcétera; esta entidad se convierte *de facto* en parte constitutiva del *Estado real*. De esta forma, ya sean reconocidos doctrinariamente o no por la teoría tradicional establecida sobre el mismo o por los “representantes oficiales” del Estado formal (abogados, ministros, juristas, magistrados de la Corte, legisladores, etc.), en la realidad cotidiana tales entidades de fuerza pasan a formar parte *de facto* del *Estado concreto* o del *Estado real* que funciona eficazmente todos los días en nuestras vidas.

Dicha nueva transformación puede darse bajo dos modalidades: por una parte, en la medida en que sólo se modifican algunos de sus elementos constitutivos, la nueva entidad de poder que surge se convierte en una nueva área o faceta de ampliación del *Estado tradicional concreto*, sin que llegue a alcanzar el grado de consolidación de un nuevo *Estado maduro*. Por otra parte, en la proporción en que se transforma la mayoría de sus factores conformadores, avanzando como instancias regidoras de la sociedad, da origen a otro nuevo tipo de *Estado concreto* de naturaleza mestiza o mezclada o híbrida, con sus propios elementos de fuerza y, funciones específicas que cambian la estructura propia del *Estado jurídico* convencional.

La contundencia de acción del nuevo Estado o de una nueva rama postiza que se crea de éste, según sea uno u otro caso, dependerá del grado de consolidación que alcance cada uno de los elementos estructurales que configuran al Estado como entidad rectora del conjunto social. Es decir, quedará en función del nuevo nivel de afianzamiento que obtenga la realización de su territorio; de su población; de su capacidad de aplicación de la violencia genuina; de su legitimidad jurídica; de su aparato de gobernabilidad; de su cultura, de su ideología, de su moneda, etc., como nuevos elementos de poder rector para gobernar al conjunto social. Este fenómeno significa que, en la medida en que evolucionen sólidamente en conjunto tales elementos de poder público rectores, estaremos ante el surgimiento de un nuevo *Estado concreto* o sólo frente a un nuevo rasgo estructural del mismo que impactará relevantemente sobre el proceso global de la dirección del país, sobre la formación de la hegemonía, sobre la maduración de la gobernabilidad y sobre la definición del proyecto de desarrollo nacional, colocando en cuestión la existencia pura del *Estado jurídico* convencional que se creó desde las etapas de la Independencia y la Revolución en México.

Por lo tanto, mediante un fenómeno histórico de cruzamiento o mixturamiento institucional que se dio entre los tradicionales poderes constitucionales formales y el funcionamiento de las tecnologías electrónicas de difusión masivas, que gradualmente alcanzaron posiciones fácticas, desde la mitad del siglo XX y principios del siglo XXI, se ocasionó que el Estado nacional sufriera nuevas modificaciones sustanciales que cambiaron su naturaleza y sus funciones rectoras básicas. Así, las transformaciones graduales que a lo largo de varias décadas experimentó el Estado-nación posrevolucionario en cada uno de sus elementos estructurales constitutivos, con la acción del *poder mediático*, dieron origen a un nuevo fenómeno de naturaleza mestiza que

generó un nuevo tipo de *Estado híbrido*,³ con su correspondiente nueva república histórica de naturaleza altamente mediático-política, que modificó el escenario del convencional Estado contemporáneo en el país.

De esta manera, el *Estado híbrido* nació en México como aquel fenómeno que mestizó o combinó el poder rector nacional que surgió en la etapa moderna de evolución de la sociedad mexicana, a través de la suma de la estructura jurídico-política del *Estado formal* tradicional, creado a través de los movimientos de la Independencia de 1810 y la Revolución de 1910, y el gradual agregado de los modernos procesos mediáticos político-culturales que afloraron desde 1950 en adelante con la introducción de las tecnologías electrónicas de difusión colectivas en el país. Este trascendental cruce o mixtura de poderes rectores nacionales generó una nueva realidad histórica mezclada que produjo al *Estado híbrido* compuesto por la conjunción del *Estado jurídico-político* convencional más la fuerza del *poder mediático* avanzado en México.⁴

En este sentido, el surgimiento del *Estado híbrido* en México no corresponde a una simple faceta más de evolución natural de la misma trayectoria del Estado tripartita republicano convencional que surgió desde la *Tercera república nacional*, sino que se refiere a una nueva etapa de mutación completamente nueva que dio origen a otro novel fenómeno histórico donde la rectoría de la nación, además de continuar siendo conducida por los habituales tres poderes públicos constitucionales, ahora también es combinada, compartida o disputada cotidianamente por la intervención del *poder fáctico mediático*. De esta forma, los *poderes fácticos mediáticos* ya no sólo actúan como instrumentos externos de presión sobre el Estado tradicional, como sucedió hasta el último tercio del siglo XX, sino que, a partir del intento de la transición a la democracia en México, del año 2000 en adelante, su fuerza rectora sobre la sociedad avanzó de tal forma que ahora ya son parte de la misma estructura, de la dinámica y del núcleo del *Estado*

3 La realidad híbrida del Estado contemporáneo no la entendemos desde la conceptualización antropológica o histórica tradicional del término, que lo define como la fecundación que se produce en el ámbito racial por la mezcla de la cultura española con la cultura indígena o entre la población blanca y la población negra, originando otra situación racial combinada sino, regresando al origen primigenio del proceso mixturante del mestizaje, que, lo asimilamos en un sentido sociológico como la suma de diversas fuerzas de poder totalmente distintas que se amalgaman entre sí, dando origen a una nueva realidad híbrida con diferentes características y funciones, que repercuten de manera diferente sobre la conformación y dirección rectora de la sociedad. En este sentido, a nivel de gobernabilidad de los poderes rectores nacionales, el fenómeno del mestizaje lo comprendemos como el hecho histórico que se genera en México por la mezcla de la *Tercera república nacional*, derivada de la posrevolución mexicana, con la fuerza del *poder mediático electrónico* contemporáneo, alumbrando una nueva realidad de poder dominante híbrido que puede denominarse como el surgimiento *Estado híbrido* en México.

4 Para profundizar sobre el surgimiento del fenómeno del *Estado híbrido*, consultar de Javier Esteinou Madrid, "El *Estado mestizo*. El poder mediático y la transformación del Estado mexicano", en: revista *Veredas*, número Especial, año 12, *Revista del Pensamiento Sociológico*, "El rostro de la patria, visto por la generación bicentennial", *Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco*, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Relaciones Sociales, primer semestre de 2011, México, D.F., ISSN: 1665-1537, pp.11-166, <http://dchpublicaciones.xoc.uam.mx>

real que actúa informalmente todos los días en el país.⁵ Así, lo novedoso y central del *Estado híbrido* es que los medios no sólo actúan como *poderes fácticos* para influir o presionar sobre el Estado tradicional, sino que ahora ya evolucionaron para formar parte medular de corazón del mismo. Es decir, sin ser reconocidos oficialmente como parte constitutiva de la médula del Estado, se convirtieron paulatina y silenciosamente en elementos centrales de éste.

Por ello, para entender a principios del siglo XXI la nueva etapa de evolución en la que se encuentra el Estado mexicano, heredado desde los movimientos de la Independencia de 1810 y de la Revolución de 1910, ahora es indispensable examinar el fenómeno del nuevo *Estado híbrido* con su correspondiente nueva *república mediática* que surgió en el país con los cambios estructurales que paulatinamente introdujeron las tecnologías electrónicas de difusión colectivas en la vida cotidiana del México contemporáneo. Esto es, debido a las capacidades técnico-culturales que gradualmente conquistaron las industrias culturales, éstas se convirtieron en *poderes fácticos* de carácter mediático que actuaron sobre el *espacio público* de la sociedad transformando al Estado-nación republicano, generando una nueva realidad de *poder híbrido* en el campo de la gobernabilidad nacional.

Sólo así comprenderemos que estamos en otra fase de desarrollo histórico del Estado nacional que ya no corresponde a la filosofía, ni a la concepción, ni a los ideales de los movimientos emancipadores anteriores que le dieron vida en siglos pasados, sino que a comienzos del nuevo milenio estamos ante la acción de un flamante *Estado híbrido* que es el nuevo paradigma histórico real que domina la gobernabilidad cotidiana de la nación, y que por consiguiente, es urgente que precisemos intelectualmente cuáles son sus características, su estructura, sus procesos de acción, sus tendencias, las consecuencias sociales que provoca, sus crisis y la dirección auténtica hacia donde conduce el futuro del país.

De lo contrario, arrastraremos una vieja concepción formal decimonónica del Estado que será incapaz de explicar el verdadero fenómeno del Estado rector real que actúa diariamente en el México contemporáneo del siglo XXI.

III. Las elecciones del 2012 y el desafío mediático

En un clima de profunda crisis nacional, enmarcada por el alto desempleo de los habitantes, el avance incontrolable de la corrupción, la depauperización del poder adquisitivo de las mayorías, la creciente migración de trabajadores a los EUA, el progreso de la inseguridad en todos sus

5 Consultar: Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva "La Ley Televisa y la lucha por el poder en México", Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, Fundación Friederich Ebert, Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, Senado de la República, Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS) y Fundación Manuel Buendía (FMB), Colección, Teoría y Análisis, México, D.F. noviembre del 2009, 687. Javier Esteinou Madrid, Bicentenario, Tecnologías Electrónicas de Información Colectiva y Formación del Estado mestizo en México, en: Revista Versión, No. 25, Estudios de Comunicación y Política, Año, XX, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Educación y Comunicación, (UAM-X), México, D.F. diciembre del 2010, pp. 61-93, <http://version.xoc.uam.mx>; Javier Esteinou Madrid, "El Estado mestizo. El poder mediático y la transformación del Estado mexicano", en: Revista Veredas, número Especial, Año 12, Revista del Pensamiento Sociológico, "El rostro de la patria, visto por la generación bicentennial", Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Relaciones Sociales, primer semestre, México, D.F. 2011, pp. 11-166, <http://dchpublicaciones.xoc.uam.mx>

niveles, la falta de futuro para los jóvenes, la baja credibilidad, a los ojos de los ciudadanos, de 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 nivel internacional, una guerra contra los carteles del narcotráfico que ha dejado más de 60,000 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 del 2012.

Frente a esta severa realidad de conflictos estructurales que vive 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 el 1 de julio del 2012 a los aspirantes más adecuados que contribuirían a resolver en el siguiente sexenio los grandes conflictos de la agenda nacional y regional.

Así, en un contexto histórico enmarcado, por un lado, por el 1 de mayo del 2012, en el que se conmemoró el Día del Trabajo reivindicando las luchas obreras, las conquistas laborales y las demandas de los trabajadores de México y del mundo en general, la democracia y la justicia,⁶ y por el otro, por el 5 de mayo, en el que se festejaron los 150 años de la Batalla de Puebla, cuando el general Ignacio Zaragoza en 1862 venció a las tropas napoleónicas del imperio francés, imponiendo “el triunfo de la razón por encima de cualquier interés que no fuera el de la nación”,⁷ 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.

Sin embargo, no obstante la prioridad estratégica estructural planteada por el IFE por realizarse el 6 de mayo del 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, Televisión Azteca argumentó que siendo que “a la mayor parte de los mexicanos no les interesaba el debate entre los candidatos 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”,⁸ había decidido transmitir a la misma hora el partido de fútbol de la ligilla de cuartos de finales entre “Monarcas” y “Tigres” de la Universidad de Nuevo León.⁹

De esta manera, TV Azteca sostuvo, en primer término, “que los medios de comunicación no están obligados por ley a transmitir el debate entre los candidatos a la presidencia de la república”. En segundo término, que la gente está hastiada del acoso de los políticos, las 24 horas del día, por medio de millones y millones de spots en radio y televisión que fueron expropiados

6 “Repudio mundial a recortes sociales en el Día del Trabajo, periódico *La Jornada*, México, D.F., 2 de mayo de 2012, p. 1.

7 “5 de mayo: La lección”, periódico *El Universal*, México, D.F., 3 de mayo del 2012; “Todo listo para el desfile del 5 de mayo en Puebla”, periódico *El Universal*, México, D.F., 5 de mayo del 2012; “5 de mayo con sabor a México”, periódico *El Universal*, Sección Nacional, México, D.F., 6 de mayo del 2012; José Manuel Villalalpando, “5 de mayo: detrás de la batalla”, periódico *El Universal*, México, D.F., 5 de mayo del 2010.

8 “No hay reto al Estado; el debate a muy poco les interesa: Salinas Pliego”, periódico *La Jornada*, México 5 de mayo del 2012, página 7.

9 “Fautó el fútbol a debate del IFE”, periódico *Reforma*, 1 de mayo del 2012, p.1; “Ignora Azteca al IFE”, periódico *Reforma*, México, D.F., 1 de mayo del 2012, p. 2.

a los medios de comunicación por una reforma electoral nociva para el proceso democrático". En tercer término, que "la gente está cansada de la forma en que se ha degradado el discurso político hacia un formato superficial y acartonado que no inspira". En cuarto término, que existen muchas otras opciones para ver el debate, tanto en radio como en televisión de paga e internet". En quinto término, que "es necesario que las corporaciones televisivas operen con estrategias de negocio fundadas en las preferencias del *rating* del público y tomar decisiones de programación en consecuencia. En sexto término, si el día de la contienda hay cines, teatros, etc, también podría haber fútbol.¹⁰ Y finalmente, en séptimo término, "así como se ha peleado por tener un debate, también se debe luchar por la libertad de no transmitirlo en todos los medios y por ofrecer otras alternativas de programación a la audiencia".¹¹ Por todo ello, TV Azteca decidió no transmitir el debate por los canales 13 y 7 de cobertura nacional, y sólo lo difundió por el Canal 40, de menor cobertura regional experimental.¹²

Reforzando su posición opuesta al debate, el presidente de la empresa Televisión 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!".¹³ Ante este desplante empresarial unilateral del *poder mediático*, la reacción de las redes sociales fue intensamente crítica, al grado de convertir esta reacción en un *trending topic* (tema del momento) y Salinas Pliego reaccionó cuestionando al "grupito de 'twitteros autoritarios' que lo criticó 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".¹⁴

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 "Los Pequeños Gigantes", que en ese capítulo descalificó al grupo de niños concursantes denominado "Los Rebeldes".

En esta forma, el primer debate de los candidatos presidenciables sólo se transmitió 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

10 "Eligen horarios por *rating*", periódico *Reforma*, México, D.F. 1 de mayo del 2012.

11 "No hay reto al Estado; el debate a muy poco les interesa: Salinas Pliego", periódico *La Jornada*, México 5 de mayo del 2012, p. 7.

12 "Debate no se verá en canales estelares de tv", Periódico *El Universal*, 1 de mayo del 2012; "Televisoras ponen en vilo al debate", periódico *El Universal*, México, D.F. 1 de mayo del 2012; Ciro Gómez Leyva, "La patanería de Ricardo Salinas Pliego", periódico *Milenio Diario*, México, D.F. 1 de mayo del 2012.

13 "Torpedean TV Azteca y FEMEXFUT el debate", periódico *La Jornada*, México, D.F. 1 de mayo del 2012, pp. 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 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". "TV Azteca, la empresa que más sanciones ha recibido del IFE", periódico *La Jornada*, México, D.F. 2 de mayo del 2012, página 9.

14 "Arma revuelto Salinas Pliego", periódico *Reforma*, México, D.F. 2 de mayo del 2012.

país y señales especiales de internet.¹⁵ Sin embargo, no obstante las restricciones impuestas por el duopolio televisivo los resultados de penetración del evento fueron sorprendentes, pues el partido de fútbol "Monarcas-Tigres", transmitido por el Canal 40 de TV Azteca, obtuvo 9 puntos de *rating*, y el debate presidencial transmitido por el Canal 5 de Televisa alcanzó una penetración superior a 10.4 puntos de *rating*. Incluso, un mes después esta realidad de éxito televisivo volvió a repetirse cuando el segundo debate presidencial, realizado el 10 de junio del 2012, produjo un interés notable en la población al registrar un 100% más de penetración, con 22.6 puntos de *rating* en todo el país.¹⁶ Todo ello demostró que, pese a las limitaciones fijadas por el *poder mediático*, la transmisión de la discusión política sobre el futuro del país despertó más atracción en el auditorio que la difusión del entretenimiento deportivo o espectacular en México.

Las consecuencias de la difusión del encuentro sobre la opinión pública también fueron importantes, pues las encuestas de opinión reflejaron un cambio notable 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%.¹⁷

En este sentido, 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 esta realidad y retó al propio Estado mexicano rebelándose para no transmitir a través de los principales canales de televisión dicho encuentro entre los aspirantes presidenciables. De esta forma, menospreciando toda la 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,¹⁸ 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*", donde no se le da relevancia, o se margina, la polémica sobre los grandes problemas nacionales, sino sólo privilegia los simples procesos de participación formal a través del voto.

IV. La incapacidad de la clase política ante el poder mediático

La presencia de estos hechos demostró que para el poder de la *telecracia* es más importante realizar el negocio publicitario que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional, y, por consiguiente, se constató una de las estrategias con la cual se opone a la creación de la *democracia deliberativa* en México. De esta forma apostó por la ganancia comercial y la información acotada para continuar conservando su control político, y no por edificar bases de mayor racionalidad civilizatoria.

Paradójicamente, mientras esa realidad sucedía en México, en ese mismo marco histórico en los Estados Unidos, donde también se preparaban en el mismo año las elecciones presidenciales para la Casa Blanca, la *National Football League (NFL)* —una de las ligas de fútbol americano más rentables del mundo— decidió no interferir con el proceso electoral del presidente Barack

15 "Acuerdan IFE y CIRT garantizar en las 32 entidades la transmisión del debate", periódico *La Jornada*, México, D.F, 6 de mayo del 2012, pp. 12.

16 "Segundo debate, el más visto de la historia", periódico *La Jornada*, 12 de junio del 2012, p. 13.

17 "Encuesta de seguimiento diario Milenio GEA/ISA", Periódico *Milenio Diario*, México, D.F, 8 de mayo del 2012.

18 "TV Azteca reta a la autoridad: IFE", periódico *El Universal*, México, D.F, 2 de mayo del 2012.

Obama, y, por primera vez en toda su historia empresarial modificó la inauguración de su temporada deportiva trasladándola para el 5 de septiembre, con el fin de evitar obstaculizar el discurso del presidente en la Convención Demócrata del 2012.¹⁹

En síntesis, todo este fenómeno mediático-político impuesto por los monopolios de la comunicación electrónica comprobó las siguientes 6 realidades:

1. La política dejó de ser política y se convirtió en *telepolítica*, adoptando las reglas y dinámicas de la televisión, que son la virtualidad, el espectáculo y la obtención de su respectivo *rating*. 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 la medida en que sus propuestas planificadoras como estadistas encararan los grandes desafíos de la nación. La forma se convirtió en fondo, y el fondo prácticamente desapareció del horizonte de transformación del país.
2. En estas contiendas, 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 somos quienes pagamos dichos *tiempos de Estado*, pudiéramos discutir con tales instituciones políticas sus diversas propuestas de gobierno para el futuro de nuestras vidas.
3. La capacidad de los partidos para comunicarse con la sociedad fue tan paupérrima que la estrategia fundamental de la mercadotecnia política de los candidatos a los cargos de representación popular fue aplicar el "moderno" recurso de la *guerra sucia* entre sí, consistente en difamarse, ridiculizarse, denostarse, acusarse, descalificarse, anularse, desprestigiarse, etcétera, y no en discutir a fondo los urgentes problemas de nuestra grave agenda de temas nacionales y proponer las alternativas viables para la resolución de los mismos. Los pocos diagnósticos presentados por los candidatos a la jefatura de la república, o a los gobiernos de los estados o al Distrito Federal, sobre la situación de nuestras comunidades, fueron grandes lugares comunes que no fueron acompañados con las formas y los recursos concretos para realizarlas, sino que quedaron como ofrecimientos de simples promesas oportunistas de campaña.
4. La acción desafiante de los *poderes fácticos mediáticos* fue producto de un gobierno mexicano cada vez más débil, que no tuvo capacidad para regular la función social de los medios de comunicación electrónicos, y de los legisladores que fueron ineptos para llevar adelante una nueva ley que democratizara la radiodifusión nacional y permitiera facilitar mayores opciones para que los concesionarios realizaran una difusión masiva de los debates presidenciales.

19 "Faulea el fútbol a debate del IFE", periódico *Reforma*, 1 de mayo del 2012, p.1. Para ampliar este aspecto consultar de Naief Yehya, "Medios electrónicos y las campañas en E.U.", en: Revista *Zócalo*, núm. 148, México, D.F, junio del 2012, pp. 33-35, www.zocalo.com.mx

5. Tal comportamiento empresarial prepotente de los monopolios informativos constató 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 democráticos del país. Así, dichas empresas optaron por proporcionar pan y circo para las mayorías al priorizar el derecho superior de los televidentes a recibir con mayor cobertura informativa el fútbol y los eventos con los “nuevos valores musicales” infantiles, en vez de actuar responsablemente ante los que fueron unos de los comicios más importantes para definir el destino de la nación en el 2012”.²⁰
6. Finalmente, el poder de la *telecracia* constató su desprecio por la democracia al decidir que es más importante realizar su negocio publicitario que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional, especialmente en las fases electorales.

V. El surgimiento del “movimiento # 132” y de la *primavera nacional*

Ante la severa crisis del sistema político nacional, que durante mucho tiempo desdeñó o consideró muy poco a los ciudadanos, 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 través de las redes sociales, el movimiento estudiantil denominado “#YoSoy132”, que 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. Con dicha dinámica de insurgencia civil, se inició sorpresivamente la etapa de la *Primavera mexicana*, consistente en la discusión abierta de los grandes problemas de la nación por parte de la sociedad civil, discusión que durante muchas décadas no fueron capaces de generar los partidos políticos, ni el sistema de comunicación comercial de las industrias electrónicas particulares, ni el gobierno de “transición a la democracia”.

Dicho movimiento 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 nación polemizaran con dicho frente ciudadano sobre cómo enfrentar y solucionar los grandes pendientes de la agenda de la república.

Asombrosamente, este movimiento juvenil de renovación nacional surgió primero en internet a través de diversas redes sociales, y posteriormente 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 comu-

20 Aleida Calleja, y Alberto Aziz Nasif, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, *Boletín AMEDI*, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F, 2 de mayo del 2012, p. 2, www.amedi.com.mx

nicación, 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, propuestas que las plataformas legislativas de los partidos políticos y sus bancadas nunca fueron capaces de plantear durante muchas décadas.

De esta forma, el movimiento juvenil “#YoSoy132” gradualmente planteó la siguiente agenda para la democratización de los medios de comunicación en México:

1. “Comprometerse a combatir el monopolio informativo, fundamentalmente mediante la aplicación de cuatro estrategias:
 - a. “La promoción de la competencia que garantice la pluralidad de opiniones en el ámbito de lo privado, a través 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 de tener los medios.
 - b. “El fortalecimiento y 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. “La descentralización de 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. “El reconocimiento e inclusión de los medios ciudadanos, alternativos y comunitarios conforme a tratados internacionales de Derechos Humanos y de Libertad de Expresión.
2. “Comprometerse a que la transición analógica garantice 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. Así mismo, 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 aquél 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.”²¹

De esta forma 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”, “Estudiantes informados, jamás manipulados”, “No somos uno, ni somos cien; prensa vendida, cuéntanos bien,”²² etcétera, 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 propiciara un futuro positivo para las mayorías nacionales.

En este sentido, lo que la clase política y sus partidos no le permitieron lograr a la sociedad mexicana durante los últimos 40 años, los jóvenes lo lograron al colocarlo relevantemente en la opinión pública en 20 días.

VI. La respuesta del Estado a la primavera mexicana

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

De esta forma, debido, por una parte, a las burdas presiones que se configuraron sobre la Comisión Federal de Competencia (COFECO) y sobre la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), como órganos reguladores, y, por otra parte, a la manera en que el presidente de la república intervino para asegurar el acuerdo, el gobierno, a través de la Comisión Federal de Competencia, autorizó la fusión Televisa-Iusacell, mediante un recurso de reconsideración que previamente habían interpuesto 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 abierta²³.

Con este fin, el primer mandatario citó a los presidentes de la COFETEL y de la COFECO para amarrar y sincronizar que al momento que la Comisión Federal de Telecomunicaciones aprobara lanzar una tercera cadena de televisión, la Comisión Federal de Competencia resolviera a favor de la concentración entre las empresas de Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego. Dicha resolución de la COFECO se debió a varios motivos, entre los que destacan, en primer lugar, la pusilanimidad de la mayoría de los comisionados de ese organismo para actuar de manera so-

21 “Agenda del “Movimiento #YoSoy132”, Asambleas Generales Interuniversitarias, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Politécnico Nacional (IPN), Claustro de Sor Juana (CJ), Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco (UAM-X) y Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, D.F., junio-julio del 2012.

22 “El fin de la democracia de telenovela”, Periódico *La Jornada*, México, D.F., 12 de junio del 2012, página 21.

23 Javier Corral Jurado, “Fusión Televisa-Iusacell, la burla”, columna *Rotafolio*, periódico *El Universal*, México, D.F., 17 de junio del 2012.

berana; en segundo lugar, a que las televisoras desde hace mucho tiempo votaron por Enrique Peña Nieto y desde entonces cuidan, protegen, salvaguardan su inversión política, no obstante que atraviesen por el momento de mayor desprestigio público y por un creciente cuestionamiento social a su conducta parcial, manipuladora, y finalmente, en tercer lugar, por el estricto interés presidencial de seguir granjeándose a la televisión en la etapa final de su sexenio y en el inicio de su condición de expresidente, como si Felipe Calderón no supiera de la capacidad de las televisoras para reciclar sus lealtades, al momento mismo en que la banda presidencial pasa de unas manos a otras.²⁴

La decisión de autorizar la fusión de 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 de los Estados Unidos Mexicanos. No se trató de una decisión jurídica o técnica, sino que fue un fallo político donde no triunfaron los argumentos de las televisoras en términos del recurso de reconsideración interpuesto, pues las mismas condiciones que la COFECO había manifestado como existentes en su fallo del 24 de enero del 2012, se mantuvieron intactas hasta el momento de la autorización de la fusión. Es decir, nada cambió, pues ambas empresas continuaron siendo dominantes en el mercado de la televisión: son las principales depositarias en el mercado de la publicidad, y son predominantes en el mercado de contenidos.²⁵

En consecuencia, la decisión tomada por la COFECO provocó un enorme daño a la sociedad mexicana en el mercado de contenidos, en el 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 monopolícamente en un negocio principal, que es el de la telefonía y el internet. Lo que se ha asegurado con este fallo es que el duopolio pase a ser un oligopolio 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.

No debemos olvidar que dichas empresas se han confabulado en más de una ocasión para abortar las políticas públicas cuando sus intereses pretenden ser afectados. Así, juntas resistieron a la reforma constitucional electoral de 2007 y la legal de 2008; boicotearon con absoluto descaro decisiones gubernamentales, para buscar la fusión de sus empresas en el negocio de la telefonía; tuvieron el mayor desplante retador frente a la democracia cuando decidieron sofocar el primer debate presidencial al transmitir un partido de fútbol y un concurso de baile, en lugar de la discusión de los aspirantes a la Presidencia de la república; marginaron a varios competidores de sus pantallas; sabotearon a actores políticos críticos; apoyan a ciertas candidaturas que son favorables a su expansión, etcétera.²⁶

Por consiguiente, esta decisión 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 monopolísticas [...] 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

24 Ibid.

25 Ibid.

26 Ibid.

de los servicios y la utilización social de los bienes, y evitarán fenómenos de concentración que contraríen el interés público.”²⁷

No obstante lo anterior, la COFECO explicó que la autorización estuvo vinculada al cumplimiento de ciertas condiciones. En realidad ahí está la mayor burla, puesto que se dejaron fuera las que realmente eran necesarias, como son la desincorporación de algunos canales de TV por parte de las dos empresas, así como la retransmisión gratuita de las señales abiertas en los sistemas restringidos de televisión (satelital o cable).

La mayor condición de la que se ufano la Comisión Federal de Competencia es haber logrado que se licite una tercera cadena de TV por parte de COFETEL, y que a ello no se oponga Televisa ni TV Azteca. Ahora, para poder tener más canales de televisión es necesario pedirles permiso a los *poderes fácticos mediáticos* y convertir el duopolio en monopolio. A ver quién compite, a ver quién invierte a una tercera cadena de TV frente al monstruo que acaban de crear, pues con esto se conforma la concentración de medios de TV abierta más grande del mundo.

Es importante considerar que, cuando se trata de la obligación de retransmisión de señales abiertas en sistemas restringidos, conocida como must carry, ésta es una de las medidas más importantes adjuntas para el lanzamiento de una tercera cadena de televisión, pues nada garantiza que dicha cadena será retransmitida en los sistemas de televisión restringida de Televisa y Azteca (Sky, Cablevisión, Cablemás, Totalplay, etc.), mismos que concentran a más del 50 por ciento de los suscriptores a nivel nacional.²⁸ Pero, además, con el acuerdo de multiprogramación aprobado por la COFETEL —que no multiplexeo—, cuando sobrevenga el “apagón analógico” tanto Televisa como TV Azteca podrán transmitir 20 y 15 canales adicionales, respectivamente, toda vez que se les mantiene un ancho de 6 Mhz. Si a la nueva cadena de televisión abierta se le concesionan los mismos 6 megahertz, tendrá sólo cinco canales para competir contra los 35 que sumaría el duopolio, pero ya convertido en monopolio.²⁹

Como también lo ha señalado la empresa Dish, “Televisa y Azteca están verticalmente integrados en el mercado de contenidos. De esta forma, la concentración generará incentivos para la denegación de contenidos a la nueva cadena de televisión abierta. Así, la tercera cadena tendrá también que crear sus propios contenidos.”³⁰

Debemos contemplar que el mercado de publicidad, de donde las cadenas televisivas obtienen sus ingresos, actualmente está dado. De tal forma, este mercado tendría que crecer para que pudiera ser rentable ser concesionario de una tercera cadena de televisión; sobre todo, si consideramos que actualmente ese mercado de publicidad sólo se divide en 7 canales y, con el “apagón analógico”, tendrá que dividirse entre 40 canales diferentes. Los ingresos por publicidad son directamente proporcionales al *rating* de cada canal. Así, la publicidad continuará cautiva de Televisa o TV Azteca en tanto la nueva cadena de televisión abierta no logre alcanzar niveles de audiencia comparables. Con lo que, se corre el riesgo de que esta cadena de televisión no logre subsistir en el mercado por falta de ingresos.³¹

Por ello, estamos ante una auténtica regresión, ya que aprobar esta fusión, la COFECO se liquidó en su visión fundamental, se derrumba en su objeto esencial, que es fo-

27 Ibid.

28 Ibid.

29 Ibid.

30 Ibid.

31 Ibid.

mentar la competencia y promover las sanciones a las prácticas anticompetitivas. Al condicionarse mínimamente la autorización, "se trata de barnizar uno de los mayores despropósitos en la política de competencia, exactamente en sentido contrario al reclamo social por democratizar, diversificar y ampliar la oferta comunicacional en la fase de transición política del país"³².

VII. La debilidad de la *democracia formal*

Ante este panorama político, es muy importante destacar no obstante 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 munícipes de la república para el periodo de gobierno 2012-2018, en realidad todos estos poderes públicos quedaron muy vulnerados y acotados al tener 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 del 2012, nacieron subordinados al viejo *poder mediático* super-amplificado que dio origen a la *Cuarta república mediática*³³ en el México moderno de comienzos del siglo XXI.

En este sentido, a diferencia del relevo de los poderes públicos republicanos elegidos cíclicamente por la población cada tres, cuatro y seis años mediante el sufragio efectivo para que administren la gobernabilidad nacional, paradójicamente, los *poderes fácticos mediáticos* de la radio y la televisión nunca son elegidos o votaron por ellos 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. De esta manera, debido a la centralidad y concentración estratégica que alcanzó el sistema de medios de difusión electrónicos en México en el siglo XXI, el partido, la institución, la corriente o el candidato político que gane en los comicios de cada fase electoral, de antemano, estructuralmente, queda limitado, sometido, desafiado, desdibujado, avasallado y hasta suplantado por el sistema de presión económico-político-ideológico que ejerce el *poderío mediático* en el país.

Así, no obstante la aplicación de las nuevas reglas de difusión política de la *reforma electoral*, en última instancia, además del triunfo de la *partidocracia*, otros de los grandes ganadores

32 Ibid.

33 Para profundizar sobre el surgimiento de la formación de la *Cuarta república mediática* en México, consultar, de Javier Esteinou Madrid, "La formación de la cuarta república (mediática) en México", en: revista *Argumentos*, núm. 53, *Estudios Críticos de la Sociedad*, Nueva época, Año XX, Aniversario XX, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, ISSN: 0197-5795, México, D.F. enero – abril 2007, pp. 69- 89, <http://argumentos.xoc.uam.mx>

de la contienda política de las elecciones intermedias del 2012 fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva y no la sociedad, por las siguientes siete razones, entre otras:

1. Los monopolios mediáticos retaron abiertamente al Estado al no cumplir o al acatar las leyes electorales inadecuadamente, 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 otorgar 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, y que obviamente en el futuro creará las iniciativas de leyes *ad hoc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica y no los intereses 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, y 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 espejos* prestados para continuar el proceso de la transición analógica a la digital; obtener la dispensa de pago de contraprestaciones al Estado, 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*; lograr la reducción del pago de impuestos al poner en marcha nuevas empresas de comunicación; evitar la emergencia de una tercera cadena de televisión nacional que compita con el duopolio audiovisual ya consolidado; conseguir 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, vía la administración privatizada del nuevo *espacio público mediático*, sin la necesidad de haber sido 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 se le imponen a la sociedad por su propia *fuerza 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 ya 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 sujetos a las reglas de la transparencia gubernamental, ¿por qué los medios electrónicos de difusión colectivos, que también participan estratégicamente en la dinámica de la gobernabilidad cotidiana de la sociedad, no están sometidos a las normas de la transparencia pública?

Por lo anterior, el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia en México, además de implicar la apertura profunda 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 subordinada a la verdadera estructura de poder cotidiano real que gobierna a la nación: la *telecracia mediática*.

El conjunto de estas situaciones no delimitadas por los marcos jurídicos electorales legales pudo 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 que, pudo generar una grave inestabilidad y caos social que podrían haber desembocado en la violencia colectiva y en otras manifestaciones de anarquía ciudadana, como sucedió con los resultados de las elecciones presidenciales de julio del 2006.

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*: 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, por otra parte, que el Estado mexicano llegó a una etapa fallida, de tanta debilidad en su capacidad rectora, en que ya no puede doblegar a los *poderes fácticos* de la comunicación electrónica bajo los principios medulares de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. 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 e imponer socialmente a los candidatos electorales que les son funcionales para sus intereses de expansión empresarial.

VIII. ¿Qué hacer?

Ante la concentración mayúscula de poder que han alcanzado los consorcios electrónicos de difusión y telecomunicaciones privadas, se requiere ejecutar diversas acciones de cambio en los niveles jurídico, comunicativo, de formación de conciencia, fiscalización, participación ciudadana, regulación del poder mediático, y defensa del espacio de internet, que posibiliten el rescate de la verdadera acción política, con su correspondiente comunicación política, y eviten que continúe avanzando el patrón de la *telepolítica mediática* unilateral, con su respectiva tendencia a la inestabilidad del sistema electoral, de la gobernabilidad nacional y de la paz social en el país. Por ello, es necesario realizar, entre otras, las siguientes acciones:

1. 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, Estado y sociedad, introduciendo un nuevo pacto plural y democrático entre estos actores.
2. Los partidos políticos y los legisladores deben considerar que las concesiones de radio y televisión son un bien público de la nación, que no deben estar sujetas al desafío de los concesionarios o de las fracciones políticas. En consecuencia, los partidos políticos deben abandonar su actitud complaciente de otorgar todos los privilegios unilaterales que demandan las televisoras y deben regresar a su responsabilidad básica de defender desde el Congreso de la Unión el interés general de la nación.
3. Ante los debates presidenciales, el Instituto Federal Electoral y la Secretaría de Gobernación deben garantizar democráticamente la realización de los procesos electorales, asegurando que éstos sean transmitidos en cadena nacional a todo el país y no por coberturas comerciales privadas restringidas que han demostrado que no les interesa fortalecer los procesos democráticos de la nación, sino sólo boicotearlos para acumular más dinero y negociar más cuotas de poder. En este aspecto, es conveniente considerar que la Secretaría de Gobernación puede y debe aplicar el artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión, que la faculta para ordenar que todas las estaciones de radio y televisión del país se encadenen para asuntos de trascendencia nacional. Los debates presidenciales

son un espacio trascendente que amerita que todos los medios lo transmitan a la sociedad por ser de prioridad nacional.³⁴

Así, en este marco de transición histórica de un tipo de sociedad autoritaria a otro más democrático, con el fin de fortalecer los *Sentimientos Comunicativos de la Nación*, hoy más que nunca es necesario rescatar los fundamentos de la filosofía humanística aplicada a los procesos de información y cultura, que plantea que “las técnicas de la comunicación deben estar al servicio del hombre y no el hombre al servicio de las técnicas de la comunicación.”³⁵

Por tal motivo, al principio del nuevo siglo, la sociedad mexicana y los poderes públicos de la república, especialmente el Congreso de la Unión, poseen las herramientas materiales y políticas suficientes que les permiten decidir ante la disyuntiva histórica de aceptar caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática autoritaria de los oligopolios comunicativos privados que se han formado en nuestro país y los partidos políticos despóticos, o deciden avanzar hacia un proyecto de sociedad dirigido por la rectoría de un moderno *Estado-nación comunicativo*, reformado por la creación de un nuevo pacto normativo federal de equilibrio nacional entre medios de comunicación, Estado y sociedad.

La sociedad espera, cada vez más con menor paciencia, la respuesta que la clase política se ha negado a dar en las últimas décadas para transformar democráticamente las estructuras de comunicación colectiva en el país.

IX. Documentación consultada

Libros y documentos

“Agenda del “Movimiento #YoSoy132”, Asambleas Generales Interuniversitarias, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Politécnico Nacional (IPN), Claustro de Sor Juana (CJ), Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco (UAM-X) y Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, D.F, junio-julio del 2012.

Calleja, Aleida y Alberto Aziz Nasif, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, *Boletín AMEDI*, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F, 2 de mayo del 2012.

Esteinou Madrid, Javier, “La formación de la cuarta república (mediática) en México”, en Revista *Argumentos*, núm. 53, *Estudios Críticos de la Sociedad*, nueva época, año XX, Aniversario XX, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco (UAM-X), ISSN: 0197-5795, México, D.F, enero—abril 2007, pp. 69-89, <http://argumentos.xoc.uam.mx>

Esteinou Madrid, Javier y Alma Rosa Alva de la Selva, *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana-Fundación Friederich Ebert-Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México-Senado de la República-Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)-Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)-Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)-Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS) y Fundación Manuel Buendía (FMB), colección, Teoría y Análisis, México D.F, noviembre del 2009, 687 p., ISBN: 978-607-477-149-7, ISBN de la colección Teoría y Análisis: 978-970-31-0929-6.

Esteinou Madrid, Javier, “El modelo de comunicación de la reforma electoral y la construcción de la democracia en México”, en *XVII Anuario de Investigación de la Comunicación*, Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias

34 Aleida Calleja y Alberto Aziz Nasif, “Televisora desafía a instituciones del Estado”, *Boletín AMEDI*, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F, 2 de mayo del 2012 página 3, www.amedi.com.mx

35 Luis Sánchez Villaseñor, S. J., “José Sánchez Villaseñor S. J. (1911-1961). Notas biográficas”, *Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y Universidad Iberoamericana (UIA)*, Guadalajara, México, 1997, pp. 7-10.

de la Comunicación (CONEICC) y Universidad Autónoma de Baja California (UABC), México, D.F, agosto del 2010, pp. 43-61, ISBN: 978-607-7753-72-8.

Esteinou Madrid, Javier, "Bicentenario, tecnologías electrónicas de información colectiva y formación del Estado mestizo en México", en revista *Versión*, núm. 25, Estudios de Comunicación y Política, año, XX, Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, (UAM-X), México, D.F, diciembre del 2010, Certificado de Licitud de Contenido: 6927, ISSN: 0188-8242, <http://version.xoc.uam.mxhttp://version.xoc.uam.mx>

Esteinou Madrid, Javier, "El Estado mestizo. El Poder mediático y la transformación del Estado Mexicano", en revista *Veredas*, número especial, año 12, *Revista del Pensamiento Sociológico*, "El rostro de la patria, visto por la generación bicentenario", Departamento de Relaciones Sociales, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, Primer Semestre, México, D.F., 2011, ISSN: 1665-1537, <http://dchpublicaciones.xoc.uam.mx>

"Principios generales", agenda del "Movimiento YoSoy#132", Asambleas Generales Interuniversitarias, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Iberoamericana (UIA), Instituto Politécnico Nacional (IPN), Claustro de Sor Juana (CJ), Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco (UAM-X) y Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), México, D.F, junio-julio del 2012.

Sánchez Villaseñor, Luis, S. J., "José Sánchez Villaseñor S. J. (1911-1961). *Notas biográficas*", Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y Universidad Iberoamericana (UIA), Guadalajara, México, 1997, pp. 7 -10.

Yehya, Naief, "Medios electrónicos y las campañas en E.U.", en revista *Zócalo*, núm. 148, México, D.F, junio del 2012, pp. 33-35, www.zocalo.com.mx

Hemerografía

"Acuerdan IFE y CIRT garantizar en las 32 entidades la transmisión del debate", periódico *La Jornada*, México, D.F., 6 mayo del 2012.

"Arma revuelo Salinas Pliego", periódico *Reforma*, México, D.F., 2 mayo del 2012.

Corral Jurado, Javier, "Fusión Televisa-Iusacell, la burla", columna *Rotafolio*, periódico *El Universal*, México, D.F., 17 junio del 2012.

"Debate no se verá en canales estelares de tv", periódico *El Universal*, 1 mayo del 2012.

"El fin de la democracia de telenovela", periódico *La Jornada*, México, D.F., 12 junio del 2012.

"Eligen horarios por *rating*", periódico *Reforma*, México, D.F., 1 mayo del 2012.

"Encuesta de seguimiento diario Milenio GEA/ISA", periódico *Milenio Diario*, México, D.F., 8 mayo del 2012.

"Faulea el futbol a debate del IFE", periódico *Reforma*, México, D.F., 1 mayo del 2012.

"Ignora Azteca al IFE", periódico *Reforma*, México, D.F., 1 de mayo del 2012.

Gómez Leyva, Ciro, "La patanería de Ricardo Salinas Pliego", periódico *Milenio Diario*, México, D.F., 1 mayo del 2012.

"No hay reto al Estado; el debate a muy pocos les interesa: Salinas Pliego", periódico *La Jornada*, México, D.F., 5 mayo del 2012.

"Repudio mundial a recortes sociales en el Día del Trabajo", periódico *La Jornada*, México, D.F., 2 mayo del 2012.

"Segundo debate, el más visto de la historia", periódico *La Jornada*, México, D.F., 12 junio del 2012.

"Televisoras ponen en vilo al debate", periódico *El Universal*, México, D.F., 1 mayo del 2012.

"Todo listo para el desfile del 5 de mayo en Puebla", periódico *El Universal*, México, D.F., 5 mayo del 2012.

"Torpemean TV Azteca y FEMEXFUT el debate", periódico *La Jornada*, México, D.F., 1 mayo del 2012.

"TV Azteca reta a la autoridad: IFE", periódico *El Universal*, México, D.F., 2 mayo del 2012.

"TV Azteca, la empresa que más sanciones ha recibido del IFE", periódico *La Jornada*, México, D.F., 2 mayo del 2012.

Villalando, José Manuel, "5 de mayo: detrás de la batalla", periódico *El Universal*, México, D.F., 5 mayo del 2010.

"5 de mayo con sabor a México", periódico *El Universal*, México, D.F., 6 mayo del 2012.

"5 de mayo: La lección", periódico *El Universal*, México, D.F., 3 mayo del 2012.