

LA LUCHA POR LAS TELECOMUNICACIONES EN MÉXICO: UNA DISPUTA EN CONTRA DE LOS VIEJOS MODELOS POLÍTICOS Y ECONÓMICOS*

JUAN LARROSA-FUENTES

Desde el segundo semestre de 2011 el tema de la disputa por el control de los medios de comunicación y las telecomunicaciones, ha estado en los lugares más altos de la agenda pública en México. No pocos analistas han llamado a este episodio la “lucha entre gigantes”, pues a esta pelea pocos están invitados.¹ Para participar en ella se requiere de una buena cantidad de dinero y de fuertes relaciones políticas. En este caso los principales contendientes son Carlos Slim Helú, quien ha sido considerado en los últimos años como uno de los hombres más ricos del mundo y Emilio Azcárraga Jean, heredero de un importante corporativo de comunicación que tiene en la producción audiovisual su mayor riqueza (*Televisa*). Además, hay otros contendientes como Ricardo Salinas Pliego, dueño de *Televisión Azteca* o Joaquín Vargas, propietario del *Grupo MVS*.

Esta famosa guerra, que ha ocupado las primeras planas de los diarios de circulación nacional y pocas veces los titulares de los noticiarios televisivos, ha tenido muchas batallas, algunas visibles en la agenda pública y otras ocultas. Este pleito se resume en la lucha por el control del servicio de cuádruple play. Este anglicismo, que tiene su origen en la nomenclatura del beisbol, se refiere a la posibilidad que tiene una empresa de ofrecer en un solo paquete los servicios de telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión digital (ya sea por cable o de

* Este artículo fue publicado originalmente en la revista *Análisis Plural* (Larrosa-Fuentes, 2011). El editor del informe consideró pertinente volver a presentar este texto, debido a la importancia coyuntural de este tema durante 2011.

1. Véase: Miguel Ángel Granados Chapa, “Guerra en Telecomunicaciones”, en *Reforma*, 17 de febrero de 2011; Regina Moctezuma, “¿Por qué pelean? ¿Por qué ahora? ¿Y por qué es la lucha?”, en revista *Expansión*, núm. 1062, abril 2011, pp. 38-46; Purificación Carpintero, “¿Oh, qué será, qué será?”, en *Reforma*, 21 de febrero de 2001.

forma abierta). Lo que hace dos décadas eran negocios completamente distintos, ahora, gracias a la tecnología, convergieron en uno solo. En otras palabras: actualmente, a través de un mismo cable se pueden ofrecer todos estos servicios, que antes requerían de plataformas tecnológicas distintas: “Hoy no se entiende a la telefonía celular sin contenidos, ni a la televisión fuera de las redes de comunicaciones”.²

Este escenario ha provocado el enfrentamiento de los grandes capitalistas por el control de la estructura de las telecomunicaciones en México. Lo que está en juego es quién o quiénes serán los que controlen este sector durante las próximas décadas. No obstante, la discusión pública ha sido poco seria. Para empezar, los empresarios se acusan de generar prácticas monopólicas. *Televisa* imputa a Telmex de ser un monopolio telefónico. Telmex acusa a *Televisa* de lo mismo en el sector audiovisual. Las empresas de Slim y de Azcárraga se presentan ante la opinión pública como entidades que han invertido millones de dólares en el país y que han sido motores fundamentales para su desarrollo. Se acusan mutuamente a través de estudios técnicos y de cifras que solamente ellos entienden, y señalan a un gobierno federal indolente y desorganizado. Lo que es indudable es que ambos grupos, *Televisa* y *Carso*, han encarnado a dos de los más grandes monopolios de la historia contemporánea de México.

Como lo apunté líneas arriba, el destino de las batallas se ha repartido. Por ejemplo, está el caso de la famosa “Licitación 21”. Este episodio fue un proceso irregular en el que la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) le adjudicó a *Televisa* y a Nextel una amplia franja del espacio radioeléctrico, para la implementación de servicios de telefonía celular a nivel nacional. Fue irregular porque estas empresas pagaron 180 millones de pesos por 30 megahertz, cuando su costo real en el mercado es 28 veces más alto; en otras palabras, el Estado dejó de percibir casi cinco mil millones de pesos. Sin embargo, en una decisión poco transparente, *Televisa* decidió romper su alianza con *Nextel* y su incursión al mundo de la telefo-

2. Regina Moctezuma, *Op. Cit.*

nía móvil se aplazó. Otro ejemplo es la multa millonaria que la Comisión Federal de Competencia (CFC) le impuso a *Telcel* por casi doce mil millones de pesos. Según la dependencia federal los precios de interconexión que cobra *Telcel* son extremadamente altos y son fuente de prácticas monopólicas.³

Mientras tanto, públicamente se desató una guerra de desplegados e información en distintos medios. Nunca antes estos empresarios habían tenido una disputa tan fuerte en escenarios públicos, aun a pesar de que en tiempos anteriores habían estado unidos, incluso, por lazos de amistad. Vale recordar, por ejemplo, la cercanía de Carlos Slim con el “Tigre” Azcárraga. Cuentan que en su lecho de muerte éste le confió a aquél el futuro de *Televisa*. O también se sabe que Slim le prestó una buena cantidad de dinero a Ricardo Salinas Pliego cuando compró Televisión Azteca en la década de los noventa.⁴ A lo largo de 2011 hubo muestras del alejamiento de estas empresas. El 18 de febrero Grupo Carso anunció que retiraría toda su inversión publicitaria de *Televisa*, que representaba 3.8% de los ingresos de esta televisora (75 millones de dólares). En contraparte Carlos Slim dejó de figurar en los espacios noticiosos de *Televisa*, los cuales tienen una fuerte influencia en el gran público mexicano. El 1 de marzo Carlos Slim inauguró el museo Soumaya, un recinto que alberga parte de sus 66 mil obras de arte.⁵ Aunque en el acto estuvieron presentes personajes como el presidente Felipe Calderón, Gabriel García Márquez y el mismo Emilio Azcárraga Jean, este acontecimiento apenas si figuró en la agenda informativa de *Televisa*.

3. El concepto de interconexión refiere a la posibilidad de que varias empresas de telecomunicaciones utilicen la misma infraestructura de redes para dar sus servicios. No todas las empresas tienen los recursos para invertir en su propia red. Y quienes tienen la infraestructura tienen la posibilidad de rentar su red. En el caso mexicano Carlos Slim posee una red que renta a otras empresas que ofrecen servicios de telefonía móvil. Estas empresas arguyen que los costos de interconexión son muy altos. Por su parte, Carlos Slim argumenta que sería injusto bajar las tarifas de interconexión, pues los pequeños competidores nunca invertirán en una red como la que él ostenta.

4. Regina Moctezuma, *Op. Cit.*

5. Jorge Ramos, “Carlos Slim inaugura el museo Soumaya”, en *El Universal*, 02 de marzo de 2011, disponible en: www.eluniversal.com.mx/nacion/183939.html

Hasta aquí un breve recuento de algunos de los acontecimientos (coyunturas) más importantes de lo que se ha llamado la Guerra de las Telecomunicaciones. Estas batallas son resultado del desarrollo histórico de una serie de complejos procesos políticos, económicos y tecnológicos. Propongo entonces ensayar una revisión histórica para comprender esta coyuntura. En primer lugar revisaré el modelo político bajo el cual se construyó el monopolio televisivo mexicano. Después profundizaré en el ascenso de empresarios como Carlos Slim durante las décadas de los ochenta y noventa en el marco del establecimiento del régimen neoliberal en nuestro país y por último haré una pequeña síntesis de los distintos procesos de la llamada convergencia tecnológica. Esto permitirá concluir con una visión crítica del momento actual de los medios de comunicación y las telecomunicaciones, de cara al desarrollo futuro de este sector en nuestro país.

Televisión en México: un modelo histórico de colusión

Si bien todavía hace falta tiempo –décadas tal vez- para que aparezcan las grandes síntesis históricas del siglo XX mexicano, ya existen obras o textos bastante aleccionadores sobre este periodo. Sin embargo, en este rompecabezas de la historia nacional, un tema que poco se ha tratado es el de los medios de comunicación. Esta carencia se debe, en buena medida, al modelo de subordinación que existió entre el Estado mexicano y la prensa, la radio y la televisión. Estas industrias culturales, que se convirtieron en un brazo de la estructura política mexicana y en propaladoras de la cultura oficial, pocas veces han sido puestas en la picota.⁶

El siglo XX mexicano estuvo caracterizado por un sistema político ordenado a través de grandes estructuras monolíticas emanadas de la Revolución: un partido de Estado, instituciones que agruparon a las masas del país (obreros, campesinos o burócratas) y una burguesía

6. José Carreño, “Cien años de subordinación: Un modelo histórico de la relación entre la prensa y poder en México en el siglo XX”, en Sala de Prensa, México, 2000, núm. 16, año II, Vol. 2., disponible en: www.saladeprensa.org/art102.htm

incipiente que al paso de los años comenzó a tomar una gran fuerza. De entre todas estas figuras destacó la presidencial, una omnipotente y autoritaria, la cual gobernó al país durante décadas. En este nuevo entramado de relaciones el Estado depositó su confianza, de forma discrecional, en un puñado de familias que se erigieron como la nueva clase empresarial y mercantil del México moderno. Éste fue el caso de las familias que a la postre controlarían el negocio de la radio y la televisión.

Hacia 1930 la radiodifusión comercial estaba en pleno auge y veinte años después, durante el gobierno de Miguel Alemán Valdés, comenzó el desarrollo de la televisión. Y no fue sino hasta 1960 cuando se promulgó la Ley Federal de Radio y Televisión durante el régimen del presidente Adolfo López Mateos, un trabajo legislativo que ordenó a una industria que tenía casi cuatro décadas de alto desarrollo comercial, pero que no estaba regulada. En otras palabras: quienes entraron al negocio de la radio y la televisión después de la Revolución Mexicana, tuvieron la posibilidad, a lo largo de treinta años, de conquistar y dominar una industria que marcaría la historia mundial del siglo XX.

Esta Ley Federal de Radio y Televisión selló el estrecho vínculo entre el gobierno mexicano y la familia Azcárraga. Este lazo, aunque debilitado, se mantiene hasta el día de hoy, seis décadas después. Dicha ley no fue concebida en un contexto democrático y en realidad se trató de una estructura jurídica a modo, para que una decena de familias beneficiadas por el régimen pudieran continuar con su trabajo en el sector audiovisual. La televisión se convirtió en el herramental de control político durante el régimen autoritario mexicano: “Esa televisión, que por fuerza tuvo que ser una concesión gubernamental, desde el inicio y como en su momento lo admitió Emilio Azcárraga, se asumió como parte activa del sistema priísta y a las órdenes del presidente en turno. A cambio de mantenerse como monopolio, la televisión en tanto que propagadora de noticias, se hizo extremadamente funcional al régimen para quien la prensa escrita dejó de ser lo más importante en materia de información política, aunque no por ello dejó de mantener su vigilancia sobre ella. [...] En el caso mexicano, nada inaceptable a la Presidencia po-

día subsistir por mucho tiempo. Y la televisión comercial mexicana se transformó sin discusión ni problema en un instrumento clave de esa limitación. En la medida en que los aparatos de televisión dejaron de ser distintivos de la clase media y se popularizaron, el grueso de la población tomó su información política de los noticieros televisivos y sólo de esos noticieros. Esa situación se mantiene”.⁷

Este modelo de subordinación fue factor fundamental para la construcción de un sistema comercial y monopolístico de radio y televisión en México, el cual se ve reflejado en la fortaleza económica, pero sobre todo política, que actualmente tiene el grupo *Televisa*. A lo largo de todo el siglo XX la familia Azcárraga se vio beneficiada por los favores de un Estado que a cambio le pedía lealtad absoluta. Esta estructura, que aunque desdibujada en algunos de sus rasgos originales, persiste hasta nuestros días y a grandes rasgos tiene las siguientes características: “Un marco jurídico que prescribe y propicia un alto grado de intervención estatal en materia de cine, radio y televisión; y un poder discrecional desmedido por parte del Poder Ejecutivo en esas materias”. Por otro lado, también se puede observar “un modelo económico proteccionista, vigente desde los años veinte hasta la primera mitad de los ochenta, que al ser aplicado a las empresas mediáticas con las características de discrecionalidad propias de los vacíos legales descritos, generó relaciones de corrupción, dependencia y subordinación del Estado con empresarios y profesionales de la información”.⁸ Y por último, una lealtad absoluta de la mayor parte de los medios de comunicación hacia la figura presidencial. No por nada el “Tigre” Azcárraga, entonces dueño de *Televisa*, declaró públicamente que él era un soldado del presidente.

Estos rasgos del sistema de televisión mexicana se mantuvieron intactos hasta que en 1993 el Estado mexicano decidió vender una cadena nacional de televisión a Ricardo Salinas Pliego y que devino en lo que hoy se cono-

7. Lorenzo Meyer, “Transformar la televisión para construir el México moderno”, en Javier Esteinou y Alma Alva de la Selva, *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, México DF: Universidad Autónoma Metropolitana, 2010, pp. 150-151.

8. José Carreño, *Op. Cit.*

ce como *Televisión Azteca*. Sin embargo, aun a pesar de la nueva competencia, el orden de cosas no cambió sustancialmente y los empresarios de la televisión mantuvieron sus fortalezas políticas y económicas.

Ésta es parte de la historia y del contexto de cómo nació y se desarrolló una de las industrias más importantes de la vida del México del siglo XX. ¿Cómo se relaciona esta historia con la lucha por las telecomunicaciones? Para *Televisa*, lo que está en juego, como veremos más adelante, es su posición dominante en la estructura de control de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en este país.

El régimen neoliberal: una nueva clase empresarial

Hacia los años setenta, el régimen autoritario mexicano comenzó a resquebrajarse o al menos, a dar sus primeras señas de agotamiento. A partir de esa década ocurrieron hechos lamentables como la represión estudiantil de 1968 o fuertes crisis económicas que golpearon a una clase media que había aprendido a vivir en una estabilidad política y económica. De forma paralela el mundo marcó sus pasos hacia un reacomodo geopolítico que culminó con la caída del Muro de Berlín y el ascenso de gobiernos conservadores (Margaret Thatcher en el Reino Unido y la dinastía Bush en Estados Unidos) que impulsaron políticas neoliberales que promovieron la desregulación económica y por consiguiente, una menor intervención de los gobiernos en el terreno económico.

En el caso mexicano el proyecto neoliberal se incubó durante la década de los ochenta con el presidente Miguel de la Madrid Hurtado y tuvo un fuerte impulso en los noventa bajo el mandato de Carlos Salinas de Gortari. Estos cambios se inscribieron en lo que muchos economistas han denominado como el “ajuste estructural” que vivieron la mayor parte de los países de América Latina. En México se hicieron reformas económicas, la planta productiva se abrió a la posibilidad de inversión de capitales extranjeros y se firmó el Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos. Muchos empresarios mexicanos sucumbieron ante la apertura de los mercados, pero los pocos que sobrevivieron adquirieron una gran solvencia económica para competir internacionalmente. Uno de

ellos fue Carlos Slim, que según la revista *Forbes*, en el año 2010 su fortuna era de 74 mil millones de dólares.

Carlos Slim Helú nació el 28 de enero de 1940 y estudió ingeniería en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Hijo de inmigrantes libaneses, muy pronto comenzó su carrera en los negocios y en la década de los sesenta estableció las primeras bases de su imperio: “Inmobiliaria Carso la constituyó en enero de 1966, tres meses antes de casarse con Soumaya Domit Gemayel, de ahí que el nombre Carso viene de las tres primeras letras de Carlos y las dos primeras de Soumaya”.⁹ Al paso de los años Grupo Carso se convirtió en un conglomerado gigantesco de empresas como la cadena *Sanborns*, las tiendas musicales *Mixup*, *Discolandia* y *Feria del Disco* o tiendas departamentales como *Sears Roebuck*. Además, en el ramo de infraestructura y construcción, posee compañías como “PC Constructores, dedicada a la construcción civil; Swecomex, dedicada a la fabricación de equipos de proceso y plataformas petroleras; CICSA Ductos, dedicada a instalaciones de ductos y radiobases; y CILSA, cuyas actividades se enfocan a la construcción de proyectos de infraestructura, entre los que destacan carreteras, presas y plantas de tratamiento de agua”.¹⁰

La fortuna de Carlos Slim se catapultó durante la década de los noventa, cuando el Estado mexicano privatizó la mayor parte de sus propiedades: “de 1,150 paraestatales, sólo 400 quedaron en manos del Estado. Se desincorporaron empresas automotrices, hoteleras, comerciales, mineras, la mayoría de los bancos y las dos líneas aéreas oficiales; asimismo, grandes productoras de bienes básicos y secundarios, como Inmecafé y Fertimex”.¹¹ En este paquete de privatizaciones, hubo dos muy importantes en el rubro de la comunicación. Una fue la venta de *Imevisión* a Ricardo Salinas Pliego. La otra fue cuando Carlos Slim se hizo de *Teléfonos de México*, al pagar, en 1990, la cantidad de mil 734 millones de dólares por esta empresa.

9. Fuente: www.carlosslim.com/biografia.html

10. Fuente: Grupo Carso, www.carso.com.mx

11. Néstor García Canclini y Ernesto Piedras, *Las Industrias Culturales y el Desarrollo de México*, México: FLACSO/Siglo XXI/SRE, 2006.

“Telmex fue creada en 1947 por una decisión ‘nacionalista’ y estatista de Miguel Alemán Valdés, quien fusionó en una sola empresa a las dos compañías extranjeras que controlaban la telefonía en el país: Ericsson e International Telephone & Telegraph. Como empresa estatal, Telmex fue durante cuatro décadas un monopolio. En tanto, proveedora única del servicio telefónico, desarrolló una infraestructura nacional financiada por el Estado, lo que hacía impensable a otras empresas la posibilidad de competir”.¹² Telmex, entonces, pasó de ser un monopolio de Estado a uno privado.

La venta de la empresa paraestatal causó críticas. Para algunos analistas era importante vender una empresa de grandes dimensiones e ineficiente, sin embargo, señalan que se pudieron haber seguido otros pasos, como ocurrió en Brasil, en donde también se privatizó el sector, pero a través de adjudicaciones a varios operadores, no solamente a uno. Por otro lado la transacción también fue censurada porque Slim “consiguió siete años de garantía monopólica en un momento en que todas las empresas de telefonía alrededor del mundo tenían el dinero y la intención de expandirse a nuevos mercados. Otro aspecto que enturbió la compra de Telmex fue el hecho de que Slim había donado grandes cantidades de dinero al PRI, el partido del presidente Carlos Salinas de Gortari”.¹³

La visión anterior tiene estrecha relación con el análisis que ha hecho el gobierno norteamericano sobre este tema. Así lo revela un despacho diplomático de 2008 del entonces embajador estadounidense en México, Tony Garza, filtrado por Wikileaks. En este cable el embajador concluye que muchas de las grandes fortunas en México se “solidificaron durante la privatización de empresas realizada en la gestión de Carlos Salinas de Gortari [...] Desafortunadamente, en algunos casos, esas privatizaciones llevaron a la creación de monopolios privados, que beneficiaron a algunos empresarios y políticos, mientras

12. Fernando Mejía, “Televisa y Telmex, competir”, en *Milenio Diario*, disponible en: <http://impreso.milenio.com/node/8920725>

13. Lisa Bergtraum, Patricia Neering y Lillian Ruiz, “La historia detrás de Carlos Slim”, en *CNNexpansion*, 07 de agosto 2007, disponible en: www.cnnexpansion.com/negocios/2007/8/7/la-historia-detras-de-carlos-slim

dejaban al mexicano promedio fuera. [...] Un ejemplo clásico es la privatización de Telmex. Cuando Slim y sus socios adquirieron Telmex, en 1990, el gobierno les dio condiciones extremadamente favorables. No sólo el gobierno de México vendió el monopolio de Telmex intacto, sino estableció barreras a la competencia durante los seis años posteriores a la privatización”.¹⁴

Carlos Slim, a diferencia de la dinastía Azcárraga, tiene una genealogía empresarial que lo ubica como uno de los mayores capitalistas del mundo, con fuertes relaciones con el régimen neoliberal, pero sin la raigambre política que *Televisa* forjó durante buena parte del siglo XX. Como se puede observar, tanto los Azcárraga como los Slim, son dos familias muy poderosas, pero con un pasado muy distinto.

La convergencia tecnológica

¿Qué fue lo que hizo que estas dos grandes familias, una emanada del régimen posrevolucionario de principios del siglo XX y la otra impulsada por los gobiernos neoliberales finiseculares, se enfrentaran en una guerra abierta por el control de las telecomunicaciones? La respuesta no está en México, sino el desarrollo de un orden global: la convergencia tecnológica.

El concepto de convergencia ha sido muy utilizado en espacios académicos y periodísticos en los últimos tres lustros. Esta palabra, al igual que otras (pienso, por ejemplo, en *globalización*), ha sido utilizada para definir un sinnúmero de conceptos, por lo que se corre el riesgo de que al hacer uso de ella, sus referentes sean demasiado amplios. Según la Real Academia de la Lengua, convergencia es: “acción y efecto de convergir” y la definición de convergir la estipula en varias acepciones: “dicho de dos o más líneas: tender a unirse en un punto. Coincidir en la misma posición ante algo controvertido”. Los estudios de la comunicación han utilizado el término para nombrar un proceso en el cual, gracias a la tecnología, la comunicación *converge* en un mismo soporte material.

14. Roberto González, “EU evaluó fortunas de mexicanos que consolidaron sus riquezas con Salinas”, en *La Jornada*, 14 de febrero 2011, p. 4.

Ante la polivalencia que puede generar este término, para el caso de este artículo me concentraré exclusivamente en aquel que se circunscribe a la convergencia tecnológica, el cual es definido por Burgelmann como “la reunión de dos mundos de la comunicación (telecomunicaciones y audiovisual) que gracias a la informática pueden converger en tres niveles: tecnológico, de actores y de servicios”.¹⁵ Esta definición me parece muy pertinente para comprender el caso que nos ocupa, pues claramente señala que la convergencia es la reunión del mundo de las telecomunicaciones y del audiovisual en uno solo. Es una convergencia tecnológica porque la revolución digital homologó la reproducción de la comunicación en un único lenguaje binario, a diferencia de un pasado inscrito en la reproducción analógica. Es una convergencia de actores porque este proceso ha generado una concentración de las estructuras de los sistemas de comunicación, es decir, nunca como ahora vemos una serie de fusiones y alianzas entre las distintas empresas del sector. Y por último, es una convergencia de servicios, porque ahora un solo operador puede ofrecer telefonía fija, móvil, Internet y televisión, cuando en el pasado cada uno de estos servicios se ofrecía por un operador distinto.

Cuando el primer integrante de los Azcárraga comenzó con el negocio de la radiodifusión en la década de los treinta del siglo pasado, jamás imaginó que años más tarde se inventaría la televisión y que después llegarían los teléfonos móviles y la Internet. Carlos Slim, por su parte, cuando compró Telmex en 1990 tampoco pensó que veinte años después, el negocio de la telefonía sería el mismo que el de los productores de la televisión. Ahora, gracias a esta convergencia tecnológica, dos modelos de relaciones Estado-Mercado luchan por hacerse del control de uno de los negocios más jugosos del siglo XXI.

15. Carles Llorens-Maluquer, “La convergencia estructural entre las empresas de telecomunicaciones y del audiovisual”, en *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, Núm. 5, noviembre 1998, disponible en: www.ehu.es/zer/zer5/3carles.html

El desenlace: ¿hacia la recomposición o hacia la transformación del modelo?

Con este apretado recorrido histórico sobre tres procesos fundamentales (el modelo autoritario postrevolucionario; el auge de la ideología neoliberal, y el desarrollo de la convergencia tecnológica), he querido mostrar parte de la complejidad que encarna la llamada Guerra de las Telecomunicaciones. Tal como reza el título de este artículo, estoy convencido de que esta guerra también lo es entre los distintos modelos políticos y económicos del siglo XX mexicano. Este choque de gigantes posibilita, al menos dos grandes perspectivas. La primera sería una recomposición que tomara algunos elementos del modelo autoritario y otros del neoliberal (una suerte de resolución salomónica). La segunda se inscribiría en una vertiente de cambio, la cual zanjara de una buena vez y para siempre, las prácticas monopólicas de estas familias. El dilema: reestructurar o transformar.

En la coyuntura actual existen, como ya lo hemos explicado, diversas circunstancias que hacen difícil un arreglo que beneficie a un amplio sector de la sociedad mexicana. Sintetizo estas circunstancias o rasgos del sistema: una estructura legal anacrónica y fragmentaria que regula a los medios de comunicación y las telecomunicaciones; un inacabado proyecto neoliberal, ya que no existe una verdadera libertad de competencia; una clase política a veces coludida y otras subordinada al poder económico; una ausencia de políticas de Estado que vean en el terreno de la comunicación un campo imprescindible para el desarrollo económico, político, tecnológico y cultural de México; y un sector empresarial que poco se preocupa por el interés público: “Slim, Azcárraga, Hernández, Vargas, Salinas y Milmo Zambrano, son nombres ‘genéricos’ que identifican a los zares que, en mayor o menor proporción, han sido ‘bendecidos’ con el favor de los gobiernos estatistas, de economía mixta, privatizadores o neoliberales por igual, y que han demostrado aguda capacidad de ser exitosos en crisis y en prosperidad. Son los que siempre han ganado”.¹⁶

16. Purificación Carpinteyro, *Op. Cit.*

La disputa por las telecomunicaciones cobra una gran relevancia, porque al igual que otros negocios en los que está involucrada la comunicación, éstos adquieren un cariz muy especial, pues no se convierten en empresas privadas comunes y corrientes, sino en un serie de entidades económicas que mercantilizan un bien público: quienes trabajan con la comunicación, teóricamente tendrían que velar por el servicio público que están dando a la sociedad. Tanto Grupo Televisa como Grupo Carso no se han caracterizado por ofrecer servicios de calidad, a bajos costos y que a su vez incentiven el desarrollo del país. Por el contrario, en las más de las veces son empresas que entregan servicios y productos de baja calidad y de altos costos.

Por último, pero no por ello menos importante, quisiera plantear otro ángulo de análisis: el de los ciudadanos (un ángulo que deje atrás el nombrar a la población como sociedad de masas, o como conjunto de electores o consumidores). La disputa entre estos grandes capitalistas y la indolencia del Estado mexicano por regularlos, afecta directamente a los ciudadanos. Tenemos las tarifas de telefonía celular más caras de la OCDE y las conexiones a Internet más lentas. En la televisión vemos telenovelas de muy baja calidad y nos topamos con espacios noticiosos oficialistas. En países como Finlandia la televisión digital comenzó a operar en el primer lustro del siglo XXI, y en México está previsto que esto ocurra entre el año 2015 y 2020.

¿Qué hacer ante esta situación? Néstor García Canclini y Ernesto Piedras tienen una respuesta: “Se necesita una organización empresarial fuerte (que ya tenemos); un conjunto de reglas claras y actualizadas que correlacionen su desempeño económico con su responsabilidad social; y una vigorosa radiotelevisión pública”.¹⁷ A esto yo le agregaría una política de Estado que atienda la convergencia tecnológica y que garantice el derecho de los ciudadanos al acceso universal a servicios como Internet de banda ancha.

Desafortunadamente el Gobierno Federal o el Congreso de la Unión no han dado señales positivas que alimenten la esperanza de un cambio en el modelo de gestión de

17. Néstor García Canclini y Ernesto Piedras, *Op. Cit.*

la comunicación en México. Por el contrario, las respuestas de las autoridades han sido evasivas y no proactivas. Da la impresión de que están a la espera de que entre los mismos empresarios puedan llegar a acuerdos sobre el futuro del sector audiovisual y las telecomunicaciones. Por otro lado, ha sido desalentador, al menos para mí, que algunas voces de intelectuales y académicos que en otros momentos han abogado por los derechos ciudadanos, ahora se inclinen por el mal menor, lo que los ha llevado a solicitar públicamente que el gobierno federal permita la entrada de Carlos Slim al negocio de la televisión.

México necesita de un cambio cualitativo en la estructura de control y poder de los medios de comunicación y las telecomunicaciones, no basta con que en lugar de un jugador haya dos o tres, hace falta repensar un sistema que ha sido diseñado para beneficiar a pocos y cobrar a muchos. El resultado de esta batalla no tendría que inclinarse hacia modelos políticos corruptos y autoritarios, tampoco a modelos enajenados por una falsa ilusión de que el mercado regulará la vida social; el nuevo modelo, entonces, tendrá que estar enfocado hacia los ciudadanos y a la tutela de sus derechos.