

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

▪ Juan Larrosa-Fuentes* ▪

Desde el primer 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 una buena can-

* Es profesor del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO y de la Licenciatura en Comunicación Pública de la Universidad de Guadalajara. Actualmente es coordinador de “Quid: observatorio de medios” y presidente del capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI). Más información véase su blog: <http://autorreferencial.wordpress.com>

1. M. Granados Chapa. “Guerra en Telecomunicaciones”, en *Reforma*, 17 de febrero de 2011; R. Moctezuma. “¿Por qué pelean? ¿Por qué ahora? ¿Y por qué es la lucha?”, en *Expansión*, núm. 1062, abril de 2011, pp. 38-46; P. Carpinteyro. “¿Oh, qué será, qué será?”, en *Reforma*, 21 de febrero de 2001.

tividad de dinero y 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 su mayor riqueza en la producción audiovisual (Televisa). Además, hay otros contendientes como Ricardo Salinas Pliego, dueño de TV 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 noticieros 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 béisbol, se refiere a la posibilidad de una empresa de ofrecer, en un solo paquete, los servicios de telefonía fija, telefonía móvil, Internet y televisión digital (ya sea por cable o en forma abierta). Lo que hace dos décadas eran negocios completamente distintos, ahora, gracias a la tecnología, *convergiéron* en uno solo. En otras palabras, hoy se pueden ofrecer todos estos servicios a través de un mismo cable, mientras que antes requería 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 dominen 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 empre-

2. R. Moctezuma, *op. cit.*, pp. 38-46.

sas 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 sólo ellos entienden, y señalan a un gobierno federal indolente y desorganizado. Es indudable 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”, que fue un proceso irregular en el cual 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 telefonía móvil se aplazó. Otro ejemplo es la multa millonaria que la Comisión Federal de Competencia (CFC) le impuso a Telcel por casi 12 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

-
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 cuentan con 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.

Mientras tanto, 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 TV 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 el 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 evento apenas si figuró en la agenda informativa de Televisa.

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

4. R. Moctezuma, *op. cit.*, pp. 38-46.

5. J. Ramos. “Carlos Slim inaugura el Museo Soumaya”, en *El Universal*, 2011. Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/183939.html>

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.

1. 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.⁶ 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.⁷

6. J. 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*, núm. 16, año II, vol. 2, 2000. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art102.htm>

7. Para el caso, véase la obra de un historiador orgánico como Enrique Krauze, quien ha hecho la interesante tarea de sintetizar el siglo XX mexicano a través de publicaciones como *Letras Libres* o la editorial Clío (esta última en alianza con Televisa). Sin embargo, en su obra sobre la historia de México, la “televisión” no ha merecido un espacio importante. Otro caso que ejemplifica esto se puede observar en la serie de videos “México: la historia de su democracia”, producidos por Televisa y coordinados por José Woldenberg, profesor de la UNAM y exconsejero presidente del IFE. Evidentemente, en ninguno de los dos casos anteriores hubo posibilidad de que la participación de Televisa en la construcción del México del siglo XX fuera analizada de manera crítica.

El siglo XX mexicano se caracterizó 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 incipiente que al paso de los años comenzó a tomar una gran fuerza. De entre todas estas figuras destacó la presidencial, omnipotente y autoritaria, que gobernó el país durante décadas. En este nuevo entramado de relaciones, el Estado depositó su confianza, en 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 quienes a la postre controlarían el negocio de la radio y la televisión.

Hacia 1930, la radiodifusión comercial estaba en pleno auge y 20 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 más de tres 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 30 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 herramienta 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 podía 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.⁸

Este modelo de subordinación fue un factor fundamental para la construcción de un sistema comercial y monopólico 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 le pedía a cambio lealtad absoluta. Esta estructura, 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

8. L. Meyer. “Transformar la televisión para construir el México moderno”, en J. Esteinou y A. Alva de la Selva. *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, México, UAM, 2010, pp. 150-151.

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”.⁹ 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 televisivo mexicano se mantuvieron intactos hasta que, en 1993, el Estado mexicano decidió vender una cadena nacional de televisión a Ricardo Salinas Pliego, que devino en lo que hoy se conoce como TV 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 una 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.

2. El régimen neoliberal: una nueva clase empresarial

Hacia la década de los setenta, el régimen autoritario mexicano comenzó a resquebrajarse o, al menos, a dar sus primeras señas de agotamiento. A partir de allí ocurrieron hechos lamentables, como la represión estudian-

9. J. Carreño, *op. cit.*

til de 1968 o fuertes crisis económicas, que golpearon a una clase media que había aprendido a vivir en una estabilidad política y económica. Paralelamente, 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), quienes 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 vivió 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, quien según la revista *Forbes* poseía una fortuna de 74 mil millones de dólares en 2010.

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”.¹⁰ Al paso

10. Véase <http://www.carlosslim.com/biografia.html>

de los años, Grupo Carso se convirtió en un conglomerado gigantesco de empresas como la cadena Samborns, las tiendas musicales Mixup, Discolandia y Feria del Disco o las 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”.¹¹

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”.¹² 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, y la otra fue cuando Carlos Slim adquirió Teléfonos de México al pagar, en 1990, la cantidad de 1 734 millones de dólares por esta empresa.

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

11. Véase Grupo Carso, <http://www.carso.com.mx>

12. N. García Canclini y E. Piedras. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, FLACSO / Siglo XXI/ SRE, 2006.

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.¹³

Entonces, Telmex pasó de ser un monopolio del 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, aunque señalan que se pudo haber seguido otros pasos, como ocurrió en Brasil, donde también se privatizó el sector, pero a través de adjudicaciones a varios operadores, no sólo 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.¹⁴

La visión anterior tiene una estrecha relación con el análisis que ha hecho el gobierno estadounidense sobre este tema. Así lo revela un despacho diplomático de 2008 del entonces embajador de Estados Unidos en México, Tony Garza, filtrado por WikiLeaks. En este cable, el embajador concluye que muchas de las grandes fortunas en México se

13. F. Mejía. "Televisa y Telmex, competir", en *Milenio Diario*, 2011. Disponible en <http://impreso.milenio.com/node/8920725>

14. L. Bergtraum, P. Neering y L. Ruiz. "La historia detrás de Carlos Slim", en *cnnexpansion*, 2007. Disponible en <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2007/8/7/la-historia-detras-de-carlos-slim>

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 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.¹⁵

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.

3. 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 en el desarrollo de un orden global: la convergencia tecnológica.

15. R. González. "EU evaluó fortunas de mexicanos que consolidaron sus riquezas con Salinas", en *La Jornada*, 14 de febrero de 2011, p. 4.

El concepto de convergencia ha sido muy utilizado en espacios académicos y periodísticos en los últimos tres lustros. Este término, al igual que otros (pienso, por ejemplo, en *globalización*), se ha usado para definir un sinfín de conceptos, por lo que se corre el riesgo de que al emplearlo 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 lo han utilizado para nombrar un proceso en el cual, gracias a la tecnología, la comunicación *converge* en un mismo soporte material.

Ante la polivalencia que puede generar este término, en este artículo me concentraré, exclusivamente, en aquel que se circunscribe a la convergencia tecnológica, 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”.¹⁶ Esta definición me parece muy pertinente para comprender el caso que nos ocupa, pues señala claramente 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

16. Véase C. Llorens-Maluquer. “La convergencia estructural entre las empresas de telecomunicaciones y del audiovisual”, en *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 5, noviembre de 1998. Fecha de acceso, 7 de febrero de 2011. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer5/3carles.html>

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 era proporcionado 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 20 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 controlar uno de los negocios más jugosos del siglo XXI.

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

Con este apretado recorrido histórico sobre tres procesos fundamentales (el modelo autoritario posrevolucionario, 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 se da entre los distintos modelos políticos y económicos del siglo XX mexicano. Este choque de gigantes posibilita, al menos, dos grandes prospectivas. 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 que zanjara, de una buena vez y para siempre, las prácticas monopólicas de estas familias. El dilema es reestructurar o transformar.

En la coyuntura actual existen, como ya lo he 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 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.¹⁷

La disputa por las telecomunicaciones cobra una gran relevancia porque, al igual que otros negocios en los que está involucrada la comunicación, 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

17. P. Carpinteyro, *op. cit.*

vez incentiven el desarrollo del país. Por el contrario, son empresas que entregan servicios y productos de baja calidad y de costos altos.

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 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (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 ocurra entre 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”.¹⁸ 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 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 los mismos empresarios puedan llegar a acuerdos sobre el futuro del sector audiovisual y las telecomunica-

18. N. García Canclini y E. Piedras, *op. cit.*, p. 43.

ciones. 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 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.