



vol.2/Núm. 8  
Primer semestre  
2016

# *Revista Mexicana de Cultura Política* **na**

**Lorenzo Córdova Vianello**

Liberalismo, democracia, neoliberalismo e  
ingobernabilidad

**Javier Esteinou Madrid**

Las nuevas cadenas audiovisuales y la  
construcción de la cultura política en México

**Kathleen Stokker**

Heil Hitler - Dios salve al rey: Chistes y la  
resistencia noruega 1940-1945

**Hugh Trevor-Roper**

La crisis general del siglo XVII

**Ministerio de Guerra Británico**

Una nación amenazada. Estrategia  
secreta para la defensa del Reino

*Revista Mexicana  
de Cultura Política* **na**



Vol. 2 / No. 8 Primer semestre 2016

*Revista Mexicana*  
*de Cultura Política* **na**

---



## NUEVA ALIANZA

---

### Comité de Dirección Nacional

#### *Presidente*

Luis Castro Obregón

#### *Secretario General*

Luis Alfredo Valles Mendoza

#### *Coordinador Ejecutivo Nacional Político Electoral*

Roberto Pérez de Alva Blanco

#### *Coordinador Ejecutivo Nacional de Finanzas*

Juan Luis Salazar Gutiérrez

#### *Coordinador Ejecutivo Nacional de Vinculación*

Constantino González Alcocer

#### *Coordinador Ejecutivo Nacional de Asuntos Jurídicos*

Fernando Medina Villarreal

#### *Coordinadora Ejecutiva Nacional de Gestión Institucional*

Dora María Talamante Lemas

#### *Coordinadora Nacional del Movimiento de Mujeres*

Leticia Gutiérrez Corona

#### *Coordinadora Nacional del Movimiento de Jóvenes*

Sandra Corona Padilla

\* \* \*

#### *Comunicación Social*

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Revista Mexicana  
de Cultura Política **na**

---

*Director:* Miguel Ángel Sánchez de Armas

*Editora:* María del Pilar Ramírez

*Coordinación:* René Rébora Cotero

*Diseño:* Ivonne Grostieta García

*Formación:* Clara Narváez Perafán

*Administración:* Esperanza Narváez Perafán

*Promoción:* César Hernández Méndez

*Distribución:* Anay Romero/Miguel Frías Vilchis

### CONSEJO EDITORIAL

Antonia Martínez Rodríguez

Edgar Jiménez

Janette Góngora Soberanes

José Francisco Parra

Pilar Ramírez Morales

*Revista Mexicana de Cultura Política NA* es una publicación semestral de Nueva Alianza sin fines de lucro y distribución gratuita. Número de Reserva ante el Instituto Mexicano del Derecho de Autor: 04-2012-013011335000-102, 10 de marzo de 2016, ISSN: 2308 2607 01. Los textos son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de Nueva Alianza. Domicilio de la publicación: Durango núm. 199, Col. Roma, Delegación Cuauhtémoc. C.P. 06700, México, D.F. Tel. (55)36858485. Correo electrónico: revista@nueva-alianza.org.mx Impreso por: DIGITAGAMA, S.A. de C.V., Plutarco Elías Calles No. 336, Col. Los Reyes Iztacalco, Del. Iztacalco, C.P. 08620, México, D.F. Esta es la 1ª. edición y consta de 3,000 ejemplares.

# Índice



Análisis

Presentación 7

Liberalismo, democracia,  
neoliberalismo e ingobernabilidad 11  
**Lorenzo Córdova Vianello**

Las nuevas cadenas audiovisuales y la  
construcción de la cultura política en  
México 59  
**Javier Esteinou Madrid**

Heil Hitler - Dios salve al rey: Chistes y la  
resistencia noruega 1940-1945 95  
**Kathleen Stokker**



Apuntes

La crisis general del siglo XVII 121  
**Hugh Trevor-Roper**



Contornos

Una nación amenazada: Estrategia  
secreta para la defensa del Reino 165  
**Ministerio de Guerra Británico**



Repisa

Recomendaciones editoriales 206

# Las nuevas cadenas audiovisuales y la construcción de la cultura política en México

Javier Esteinou Madrid



## Resumen

---

El problema principal del modelo de comunicación nacional, especialmente televisivo, no es contar con nuevos sistemas de televisión comerciales privados que brinden en su barra programática un nuevo concurso juvenil, otra serie de aventuras, una telenovela emocionante, un moderno show nocturno, otra transmisión del fútbol, una selección de nuevos valores musicales, otra difusión de la película exitosa, un novedoso encuadre para la entrega de Óscars, otra nueva presentación cómica, una serie policiaca distinta, otro programa de cocina exótica, una historia de éxito reciente, etc., sino lo que se requiere es que dichas empresas audiovisuales cumplan con el prototipo de televisión de *servicio público* que señala puntualmente el Artículo 6º, Fracciones, 2 y 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos para la radiodifusión y las telecomunicaciones en México.

En este sentido, es necesario entender que el principal reto de comunicación de la nación, no es tener más consorcios de entretenimiento masivo o selectivo, “adrenalínico”, “posmodernista”, “espectacular” o “*in*”; sino que el verdadero desafío es crear otro espacio de comunicación colectivo que permita que la mayoría de la sociedad se exprese en el *espacio público* mediático para manifestar sus intereses y necesidades de crecimiento y existencia.

## Abstract

---

*The main problem of the national communication model, particularly in TV, is not finding new private commercial television systems that bring into the program grid a new contest show, another adventure series, an emotional soap-opera, a modern night show, a soccer transmission, a new music talent show, a successful film, the transmission of The Oscars, a comic presentation, a police series, an exotic cuisine show, or a success story. What is actually required is that the audiovisual companies fulfill the prototype of public service television that Article 6, Fraction 2 and 3 of the Mexican Political Constitution mandates in terms of radio-diffusion and telecommunications in Mexico.*

*Therefore, it is necessary to understand that the main challenge, in terms of communication, for this country is not having more massive or selective, “adrenalinic” “post-modern” “spectacular” or “trendy” entertainment conglomerates –the true task is creating a collective communication space that allows the majority of the society to express its interests and needs in the public media space in terms of development and existence.*

## I. La transformación de la radiodifusión

Para iniciar una nueva administración de gobierno durante el período 2012-2018, el Presidente Enrique Peña Nieto se vio obligado a crear nuevas condiciones de gobernabilidad que le permitieran dirigir al país de manera distinta y con ello superar la crisis estructural heredada de los dos gobiernos panistas anteriores, los de Vicente Fox Quesada y de Felipe Calderón Hinojosa. Dichas transformaciones deberían convertirse en nuevos cimientos estructurales que permitieran reimpulsar el crecimiento global de la nación a largo plazo y no sólo modificaciones coyunturales superficiales que no trascendieran los próximos gobiernos sexenales, pues de lo contrario no se constataría el regreso histórico de un nuevo Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Dentro del clima de grandes transformaciones globales del país, desde el punto de vista comunicativo con el regreso del Partido Revolucionario Institucional, se creó la *Reforma Constitucional en Telecomunicaciones, Radiodifusión y Competencia Económica* que fue aprobada por el Congreso de la Unión y los congresos de los estados del país, para instrumentar las modificaciones en el orden de la comunicación nacional. La incorporación de dicha iniciativa fue un logro notable dentro de la historia de la comunicación nacional, pues desde la década de los años 50 no se había podido reformar con perspectiva social y progresista el marco regulatorio de las telecomunicaciones y de la radiodifusión en México (Esteinou y Alva, 2011, y Lay Arellano, 2015). Con ello, se abrió un camino jurídico para crear otro modelo de comunicación más equilibrado y justo para atender algunas de las demandas sociales que durante las últimas cuatro décadas reclamó insistentemente la comunidad nacional en esta materia para contar con mayor democracia, ciudadanización y pluralidad cultural en la República. Modelo de comunicación basado en el ejercicio del servicio público, la apertura a la participación ciudadana, el reconocimiento de los derechos comunicativos fundamentales, el respeto a la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho de réplica.

Tal *Reforma en Telecomunicaciones, Radiodifusión y Competencia Económica*, en su primera etapa, fue aprobada el 30 de abril de 2013 por el pleno del Senado de la República con 108 votos a favor, tres en con-

tra y dos abstenciones (Reforma de telecomunicaciones aprobada..., 2013), y posteriormente fue validada por lo menos por 17 congresos de los estados para alcanzar el rango de reforma constitucional e incorporarse al texto de la Constitución.

Posteriormente, después de un largo proceso de acuerdos político-legislativos entre el poder ejecutivo y los principales partidos políticos del país, el 10 de junio de 2013 el presidente Peña Nieto firmó el decreto oficial para promulgar la *Reforma Constitucional en Telecomunicaciones, Radiodifusión y Competencia Económica*, y esta se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el 11 de junio del mismo año, convirtiéndose en un mandato vertebral de la Constitución mexicana.

Con esta última acción concluyó la primera fase de elaboración de la Reforma en Telecomunicaciones y quedó preparado el terreno legislativo para iniciar la segunda etapa destinada a la preparación de las leyes secundarias de la misma que aterrizaron los planteamientos constitucionales generales a modalidades operativas para poderse ejercer.

La segunda etapa de la reforma constitucional de las telecomunicaciones y la radiodifusión inició cuando el presidente Enrique Peña Nieto envió al Senado de la República el 24 de marzo de 2014 la *Iniciativa de Leyes Secundarias* compuesta por 312 artículos, 46 capítulos, 16 títulos y 22 artículos transitorios para regular con especificidad la reforma constitucional anteriormente consentida por el Poder Legislativo (Posada, 2014).

Dicha iniciativa de leyes secundarias fue aprobada en lo general por el Senado de la República el 5 de julio de 2014 con 80 votos a favor y 37 en contra y en lo particular por 72 votos a favor y 25 en contra, en una sesión maratónica de más de 17 horas seguidas, sin realizar ningún cambio a la propuesta en lo general o ajustes a los temas polémicos (Guerrero, 2013; Aprueban facilito..., 2014: p.1; y Torres, 2014). Posteriormente, en un contexto donde la atención mayoritaria de la población nacional se encontraba puesta en el juego Brasil-Alemania del Mundial del Fútbol 2014, el 8 de julio, en otra discusión maratónica de más de 20 horas continuas el pleno de la Cámara de Diputados avaló en lo particular y en lo general la ley secundaria en materia de telecomunicaciones con 340

votos a favor y 129 en contra, rechazando mediante una impresionante aplanadora legislativa, una a una, las 549 reservas que presentaron los diputados del PRD, PAN, PT, MC y PANAL (Sin modificación..., 2014, y Avalan diputados..., 2014: p.2).

Finalmente, el ejecutivo federal publicó la versión definitiva en el *Diario Oficial de la Federación* el 14 de julio de 2014 y la ley entró en vigor para regular el modelo de comunicación y de telecomunicaciones en el país para las próximas décadas (Decreto por el que se expide..., 2014).

De esta forma, después de experimentar durante varias décadas los medios de comunicación públicos una larga etapa histórica de subordinación a los poderes gubernamentales establecidos y limitarse con ello su misión esencial como canales del Estado mexicano al servicio de la sociedad; la *Reforma Constitucional en Telecomunicaciones, Radiodifusión y Competencia Económica* sentó nuevas bases jurídico-políticas fundamentales para crear otro modelo de comunicación colectivo más justo y equilibrado para el país, a través de las industrias culturales electrónicas. Así, introdujo diversas concepciones y normatividades fundacionales para superar el viejo prototipo de difusión masiva e introdujo nuevas bases jurídicas de gran trascendencia para alcanzar algunas de las garantías comunicativas esperadas por la ciudadanía durante más de siete décadas en el país.

Desde la perspectiva social, algunos de los avances que introdujo la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones y sus leyes secundarias incluyen los siguientes progresos: Se fortaleció el derecho a la libertad de expresión, al contenido de calidad y a la información plural. Se reconoció el derecho al libre acceso a la información y el derecho a la libertad de difusión como garantías constitucionales. Se certificó el derecho de libre acceso a la información y el derecho a la libertad de difusión. Se resguardó el derecho constitucional de acceso a las tecnologías de la información, los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluida la banda ancha. Se avaló el acceso universal de las personas a la sociedad de la información y el conocimiento. Se garantizó el acceso equitativo a telecomunicaciones de clase mundial, se impulsará la producción nacional e independiente y se reglamentará el derecho de réplica.

Dentro de los diversos cambios que introdujo la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones y Radiodifusión en México en materia audiovisual, el artículo 8º, Fracción II de los Artículos Transitorios formuló la necesidad de realizar “convocatorias para licitación de nuevas concesiones de frecuencias de televisión radiodifundida que deberán ser agrupadas a efecto de formar por lo menos dos nuevas cadenas de televisión con cobertura nacional, bajo los principios de funcionamiento eficiente de los mercados, máxima cobertura nacional de servicios, derecho a la información y función social de los medios de comunicación, y atiende de manera particular las barreras de entrada y las características existentes en el mercado de televisión abierta. No podrán participar en las licitaciones aquellos concesionarios o grupos relacionados con vínculos de tipo comercial, organizativo, económico o jurídico que actualmente acumulen concesiones para prestar servicios de radiodifusión de 12 MHz de espectro radioeléctrico o más en cualquier zona de cobertura geográfica” (Proyecto de decreto..., 2013: p.10).

## II. Los concursos por la nuevas cadenas de televisión en el país

Por ello, siguiendo dichos acuerdos, pactados a nivel constitucional, el pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel) autorizó la creación de dos nuevas cadenas comerciales de televisión en México con el fin de incentivar la competencia en esta rama industrial que había sido abandonada durante muchas décadas y fue una de las grandes demandas estratégicas que solicitó la Organización Para el Desarrollo Económico (OCDE) con el fin de alcanzar la “modernización” de México (Alva de la Selva-A, 2015: p. 34-35 y Flores Bernés, 2015: p. 42 a 44). Así, después de 22 años que no se habían licitado nuevas cadenas de televisión en el país, en el año 2014 se licitaron dos por veinte años mediante un concurso público para optar por 236 frecuencias del espectro radioeléctrico, y en el cual participaron ocho empresas para obtener una concesión única (Decreto por el que se expide..., 2014: p. 2) que les permitiría prestar todo tipo de servicios de radiodifusión digital y de telecomunicaciones (Cadenas de televisión abren..., 2015; y Pancho Aguirre irá..., 2015).

Entre los principales postores iniciales que se interesaron en dicha licitación figuraron Grupo Lauman de Manuel Arroyo, propietario de *El Financiero*, asociado con la agencia Bloomberg para generar contenidos en televisión. El Grupo Mac Multimedia propietario de estaciones de radio y periódicos en el Estado de México invirtió para adquirir *Reporte Índigo* y Efekto TV, con miras al concurso de los dos sistemas. El empresario transportista Roberto Alcántara, quien se convirtió en accionista del periódico español *El País*. Cadena Tres de Olegario Vázquez Raña. El Grupo Radio Centro de Francisco Aguirre, el único que admitió públicamente su interés en ser uno de los oferentes. El Grupo Tepeyac perteneciente al consorcio de estaciones de radio ABC, periódicos de la Organización Editorial Mexicana y otras empresas, encabezado por Mario Vázquez Raña. Y el magnate minero Germán Larrea, de Grupo México, quien rompió con Grupo Televisa y enfrentaba un serio diferendo con el gobierno de Peña Nieto (Villamil, 2015-B).

Ni el Grupo MVS de Joaquín Vargas ni América Móvil de Carlos Slim mostraron interés público por participar en esta licitación y se quedaron al margen. El primero descartó su interés para concentrarse en la televisión restringida vía Dish; el segundo, por su condición de agente económico preponderante en telecomunicaciones y el candado prevaleciente que le impidió ofrecer servicios audiovisuales de manera directa (Villamil, 2015-B).

Finalmente, de todos los interesados originalmente sólo se inscribieron tres que fueron el Grupo Radio Centro, Grupo Tepeyac y Cadena Tres, comprometiéndose a cumplir con todas las bases de la licitación, de los cuales posteriormente el Grupo Tepeyac se retiró permaneciendo sólo dos postores empresariales.

Después de cumplirse con los trámites formales, los ganadores aprobados en marzo de 2015 fueron el Grupo Cadena Tres de Olegario Vázquez Aldir y Grupo Radio Centro de Francisco Aguirre, que presentaron proyectos financieros para atender a 106 millones, 302 mil 186 personas. Para obtener dichas concesiones, el consorcio Cadena Tres, ofertó mil 808 millones de pesos, y el Grupo Radio Centro 3 mil 58 millones de pesos, superando con mucho la suma mínima de 850 millones de pesos

que fijó el órgano regulador, Ifetel, para cada concesión nacional por 20 años, prorrogables por otros tantos más (IFT entrega constancias..., 2015; y Cadena Tres y Radio Centro..., 2015).

El Grupo Imagen Multimedia, propiedad de Olegario Vázquez Aldir, opera 20 estaciones en el país, el Canal 28 de la Ciudad de México desde 2007, Excelsior Televisión, el diario *Excelsior* y 20 sitios de internet aglomerados en Invent MX, lo que lo convierte en una de las empresas con más experiencia en comunicación multimedia y forma parte del Grupo Empresarial Ángeles (cadena de Hospitales Ángeles), hoteles Camino Real, Quinta Real y Real Inn. El Grupo Radio Centro, propiedad de Francisco Aguirre Gómez, cuenta con 68 años en el mercado de la radiodifusión y representa una de las empresas radiofónicas más sólidas de la Ciudad de México; forma parte de un corporativo integrado por Organización Impulsora de Radio (OIR) con 15 estaciones de radio, entre las cuales figuran Grupo Radio México, Red 88.1, 97.7 FM, Alfa 91.3, Universal 92.1, FM, entre otras empresas (CIRT da la bienvenida a ganadores..., 2015; y Santa Rita-A, 2015).

Sin embargo, después de reconocer el Ifetel a las dos empresas ganadoras, paradójicamente sólo el grupo Cadena Tres pudo sostener su capacidad económica para entregar la suma comprometida de mil 808 millones de pesos para explotar una concesión de televisión; y el Grupo Radio Centro no tuvo disponibilidad para cubrir el 10 de abril de 2015 los 3 mil 58 millones de pesos pactados, pues ofreció 69% más que Cadena Tres, declarando desierto dicho título de concesión (El pleno del Ifetel declara ..., 2015: 1). Por consiguiente, debido a una decisión empresarial equivocada, el Grupo Radio Centro se tuvo que retirar de este escenario de negocios y pagó con muchísimas dificultades la pena económica de 415 millones de pesos al Estado mexicano por incumplir su compromiso acordado (Quintana, 2015; Martínez, 2015; y Román Romina, 2015).

La ejecución de dicha garantía de seriedad por el Grupo Radio Centro significó un impacto muy fuerte para las finanzas de la empresa, pues abarcó casi cinco veces las utilidades generadas por la compañía en el 2014. Así, el monto de 415 millones de pesos cubierto como pena representó 4.88 veces las utilidades de Radio Centro y 2.34 veces su efectivo

disponible al cierre del periodo de 2014. Considerando el total de activos de la firma, que suman 3,059 millones de pesos, la fianza erogada representó 13.57 por ciento de su capital total (Ramírez, 2015; y Lucas, 2015). Esta situación ocasionó que el Grupo Radio Centro se colocara en una situación económica muy delicada, pues tardará entre cinco y siete años en sanear sus finanzas, y ello dependerá de si en un periodo razonablemente corto decide las maniobras efectivas para recuperar la confianza perdida en los mercados, en sus socios, en los anunciantes y en la audiencia (Luckas, 2015). Dicha realidad provocó el desplome de más del 29% de sus acciones bursátiles en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y provocó que la calificadora internacional Fitch Rating le anotara la calificación negativa para la situación económica de la empresa (Los títulos de Radio Centro..., 2015; y Calificación de Radio Centro..., 2015).

En consecuencia, el único consorcio que pudo cumplir con la totalidad de los requisitos oficialmente comprometidos, y por lo tanto, con la posibilidad de obtener una concesión para la explotación de una cadena de televisión abierta, fue el Grupo Cadena Tres.

La empresa adjudicada, Cadena Tres, podrá abarcar potencialmente al 92% de la población del país con hasta 123 canales de transmisión, cada uno conformado por un canal de 6 MHz (canales de la banda de UHF numerados entre el 14 y el 51) (10 puntos clave sobre..., 2015). Tal sistema ganador deberá cubrir en los próximos tres años el 30 % de la cobertura comprometida y en cinco años el total de la misma, pudiendo aprovechar para ello la infraestructura técnica de la empresa Televisa por haber sido declarada por el Ifetel como agente preponderante en el ámbito de la televisión abierta. El grupo empresarial Cadena Tres se comprometió a invertir más recursos para realizar eficientemente sus funciones de radiodifusión. Así, anunció la inversión de más de 10 mil millones de pesos en los próximos cuatro años para comprar 123 terrenos para instalar el mismo número de torres repetidoras de señales, 80 estaciones adicionales y generar mil 500 nuevos empleos que se sumarán a los 500 periodistas, editores, reporteros, camarógrafos, fotógrafos y personal administrativo que labora en Grupo Imagen Multimedia (Nueva cadena de televisión favorecerá..., 2015).

De esta forma, hipotéticamente dicha empresa significará a mediano plazo una nueva competencia para el actual duopolio televisivo conformado por Televisa y Televisión Azteca que, según datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones, controlan respectivamente los siguientes porcentajes de mercado: “Televisa aglutina el 56% de las concesiones de televisión abierta y el 68% de la inversión publicitaria de los anunciantes; mientras que la compañía del Ajusco, Televisión Azteca, tiene 39% de las concesiones y 31% de los ingresos por publicidad. El resto está en manos de cadenas más pequeñas” (Santa Rita, 2015b).

La nueva empresa iniciará sus transmisiones a partir de enero de 2016 y para lograr ser competitiva requiere que los auditorios cuenten con aparatos receptores digitales, pues tales consorcios audiovisuales sólo transmitirán señales de televisión digital terrestre (TDT) y ya no analógicas. Esto significa que para recibir la nueva señal los teleauditorios deberán tener en 2016 modernos aparatos receptores que en promedio costaban en el 2013, 3,741 pesos, costo de un televisor de 22 pulgadas, o de seis mil pesos para un televisor de 32 pulgadas. El decodificador más económico para instalarse en los viejos aparatos rondaba los 600 pesos y la antena más barata otros 200 pesos. Como apoyo a este proceso de modernización tecnológica, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) entregó gratuitamente 13.8 millones de televisores digitales de 22 pulgadas en todo el país y quedarán casi 2 millones de hogares que tendrán que migrar por su cuenta a esta tecnología (Santa Rita, 2015b).

Dicho consorcio tendrá que crear las mejores condiciones empresariales, financieras y tecnológicas para enfrentar la férrea competencia del duopolio televisivo. Ante ello, la evolución a la tecnología digital permitirá, por una parte, que la nueva cadena transmita señales con mayor calidad de imagen y sonido, y por otra, que emita varios programas de televisión simultáneamente en el mismo canal (lo que se conoce como multiprogramación), ampliando las posibilidades de acceso a contenidos para los televidentes. La empresa no está obligada ella misma a usar la totalidad del espectro disponible que se le concesionó para introducir más contenidos propios, autónomos o internacionales; sino que podría replicar el contenido del canal principal en sus canales secundarios o

podría rentar dicha parte del espectro a productores independientes para obtener más ingresos por anunciantes (Santa Rita, 2015b).

Pero además de definir sus políticas empresariales económicas y de programación para enfrentar la competencia contra el tradicional oligopolio audiovisual y el fenómeno de la multiprogramación, Cadena Tres tendrá que resolver el difícil problema de comprobar con mucha precisión objetiva qué públicos la verán, en qué porcentajes y a qué horas para poderles ofrecer a los anunciantes nuevas opciones de persuasión de los auditorios con el fin de que las mercancías o servicios que promocionen tengan impacto en los consumidores. Para ello, será fundamental el papel de confiabilidad que jueguen las consultorías de *rating*, pues existe en México una crisis de credibilidad de los resultados estadísticos de los consorcios que calculan la penetración de los medios a partir del conflicto surgido en el 2012 con la principal empresa de *rating* Nilsen IBOPE en el país, al grado que Televisa y Televisión Azteca crearon sus propias mediciones de penetración en los públicos (Martínez, 2015).

Por otra parte, el título de la concesión televisiva que no fue cubierto por el Grupo Radio Centro para utilizar más de 123 canales y que fue declarada desierta, deberá ser nuevamente licitado por el Ifetel para crear otra cadena nacional, una cadena regional, una cadena local o una combinación de todas, que ayuden a explotar un mercado publicitario que no tiene acceso a la televisión nacional (IFT cobra garantía..., 2015). Así, por ejemplo, se podrían reagrupar las frecuencias y licitarlas de manera regional o local entre las ciudades con mayor potencial como son el Distrito Federal y la zona metropolitana, a través de los canales 29 y 38; en Guadalajara y su zona metropolitana mediante los canales 34 y 42; en Toluca el canal 47; en Monterrey y su área metropolitana a través de los canales 29 y 46; en Puebla mediante los canales 21 y 45; en Cancún con los canales 38 y 51; en Mérida 22 y 38; en Tulum y Cozumel a través de los canales 20 y 50; en Acapulco, mediante los canales 21 y 27; en Ixtapa mediante los canales 24 y 36 y en Puerto Vallarta con los canales 27 y 29 (Villamil, 2015-B; IFT analiza alternativa para nueva..., 2015; y Podría haber consulta ..., 2015).

Ante ello, para no volver a tener convocatorias desiertas “hay que dejar que la licitación como mecanismo del mercado indique qué tanto valor tiene una o varias televisoras abiertas regionales, procurando que se puedan constituir una o varias televisoras regionales. Lo importante es que el espectro sea aprovechado en el uso de mercado con mayor valor social y que eso sea determinado en una licitación diseñada en forma coherente con los principios de las subastas y adoptando modalidades *ad-hoc* al bien o bienes objeto de la licitación. Posteriormente, fusiones y adquisiciones entre televisoras regionales nos indicarán cuál es la configuración del subsector de la televisión abierta en la radiodifusión que opere en el futuro” (Tovar Landa, 2015a: 38). Incluso para ser más efectivo en la licitación de la cadena de televisión restante el Ifetel convocó durante el 2015 a una consulta pública para conocer con mayor precisión las necesidades y expectativas de los empresarios de la industria de la televisión en México y decidir en el 2016 quiénes serán los beneficiarios de tal porción del espectro televisivo (Podría haber consulta pública..., 2015; e Ifetel volverá a licitar..., 2015: p.31).

El precio base que deberá ser pagado por los nuevos postores será, por lo menos, de mil 808 millones de pesos que fue el monto cubierto por Cadena Tres para obtener su concesión de televisión en el 2015. En caso de ser concursantes regionales dicho monto podría significar una barrera de entrada importante, pues es una suma muy elevada para ser cubierta por inversionistas regionales que tradicionalmente cuentan con menos recursos que las cadenas nacionales.

### III. EL aplazamiento del apagón analógico y su repercusión sobre el proyecto empresarial de Cadena Tres.

No obstante que después de la realización de la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones en el año 2013 el gobierno federal licitó en el 2014 dos cadenas de televisión digitales, a finales del 2015 abruptamente el Poder Legislativo cambió las reglas oficiales para ejecutar en su totalidad el apagón analógico el 31 de diciembre de ese mismo año y lo pospuso un año más. Así, el 30 de noviembre de 2015 se aprobó en el Senado de

la República por 70 votos a favor, 15 en contra y una abstención la iniciativa de modificar el artículo décimo noveno transitorio del decreto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de la Constitución Política Mexicana, para que una parte del apagón analógico se aplazara hasta el 31 de diciembre de 2016 (Senado aprueba en lo general..., 2015). Posteriormente, dicha propuesta también fue ratificada el 8 de diciembre de 2015 en la Cámara de Diputados, por 322 votos a favor, 71 en contra y 4 abstenciones (Diputados aprueban aplazar..., 2015). Finalmente, este decreto fue publicado en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) para convertirse en ley obligatoria para los concesionarios.

Este cambio jurídico permitió que las “estaciones de televisión radiodifundida”, es decir, las estaciones de baja potencia o complementarias, los medios públicos, los medios comunitarios y los canales comerciales pequeños pudieran posponer un año más su transformación tecnológica para convertirse de analógicos en digitales, sin recibir ninguna pena, multa, castigo o restricción por parte del Estado por no haberlo concluido dicho proceso el 31 de diciembre de 2015 (Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones..., 2015).

Todo ello generó las siguientes cinco consecuencias para el proyecto empresarial televisivo de Cadena Tres y de Grupo Imagen Multimedia:

1.- No obstante que el consorcio de Olegario Vázquez, cabeza de Grupo Imagen, ganó 123 frecuencias audiovisuales para operar una nueva cadena nacional de televisión abierta en México a partir de enero de 2016, con el retraso del apagón analógico se obstaculizaron sus planes de expansión y cobertura para competir eficientemente en el mercado (Negrete y Bravo, 2015). De esta forma, se reforzó la situación de desventaja empresarial de Cadena Tres al impedirse que durante 12 meses más su cobertura televisiva cubriera todo el mapa digital al que inicialmente el gobierno federal se comprometió en la licitación pública de 2014.

2.- El tradicional sistema dominante de televisión privada en México pudo conservar, durante un año más, los dos sistemas de transmisión televisiva –analógico y digital– con lo cual continuó acaparando por un lapso más amplio un bien del dominio de la nación de altísimo valor eco-

nómico y social. Esto permitió que el duopolio de la televisión comercial concentrara mayor cantidad de espectro, infraestructura, publicidad y audiencia, lo que fortaleció su posición dominante en el sector y debilitó la posible fuerza competitiva de Cadena Tres. Así, logró alcanzar la mayor penetración, durante el máximo tiempo posible y con poca competencia real, lo que le significó ganancias seguras durante un periodo más largo en detrimento de la nueva cadena audiovisual (Corral, 2015-A; y Corral, 2015-B).

En este sentido, pese a que la nueva tercera cadena de televisión nacional pagó mil 808 millones de pesos por su concesión y cumplió con todos los requisitos que le fijó el Estado, esta fue desprotegida por el orden de derecho establecido, quedando en clara debilidad frente a las actuales televisoras. Esto debido a que su título de concesión sólo le permitió operar en formato digital y con la demora generalizada del apagón únicamente un porcentaje de la población podrá recibir su señal y no la totalidad como se lo había asegurado el IFETEL. Esto implicó una desventaja competitiva ya que sus contenidos sólo podrán ser vistos vía digital por cierto segmento del público que sí cuenta con receptores de esta naturaleza o los va adquiriendo y en consecuencia no podrá ganar toda la audiencia necesaria para ser más atractiva y eficaz para las inversiones publicitarias que son las que sostienen a dicha industria audiovisual (Balderas, 2015).

3.- Afectó seriamente la situación financiera de Cadena Tres al crear obstáculos para recuperar la inversión inicial de mil 808 millones de pesos que realizó para obtener la concesión y su incremento posterior de capital para llegar hasta 10 mil millones de pesos que se propuso realizar para ampliar su señal a nivel nacional. Especialmente, cuando desde el 23 de octubre de 2015 Cadena Tres suspendió momentáneamente su difusión televisiva, despidiendo a más de 300 trabajadores, con el fin de preparar el cambio de 45 canales analógicos para adaptarlos tecnológicamente a las transmisiones en formatos digitales. Mientras tanto sólo transmitieron algunos programas de Cadena Tres a través del Canal 28 de televisión y Excélsior TV abierta, empresas de comunicación del mismo grupo que continuaron difundiendo en el país en el modelo analógico (Barragán, 2015; y Canal 28 dejará..., 2015).

4.- Creó una gran incertidumbre jurídica para los inversionistas, nacionales y extranjeros, interesados en invertir en el campo de las telecomunicaciones, pues el gobierno no respetó el estado de derecho garantizado por la Constitución Política Mexicana creando prácticas anticompetitivas para favorecer a la estructura monopólica del *poder mediático* establecido en la nación (Juárez, 2015).

5.- “Finalmente, se desperdició el aprovechamiento de las otras 123 frecuencias digitales que no fueron otorgadas a Grupo Radio Centro y cuyo usufructo quedó pendiente de ejecutarse, lo cual impidió la diversificación del escenario audiovisual controlado por un solo actor dominante, encarnado en la empresa Televisa, que fue un objetivo central de la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones del 2013, y quedó ratificado en la ley reglamentaria de 2014. Esta realidad afectó la producción de contenidos televisivos de Cadena Tres, pues tuvo que competir con un modelo de televisión, cada vez más, arraigado con profundidad en el país” (Villamil, 2015-A; y Calleja, 2015).

Por todo lo anterior, la empresa Cadena Tres podría demandar una indemnización al Estado mexicano por el incumplimiento legal de los acuerdos establecidos y los perjuicios ocasionados a su plan de negocios a través de la concesión audiovisual que le fue licitada en el 2014 con la promesa de cumplir unas reglas constitucionales específicas y, posteriormente, en el 2015, por presiones ejercidas por el duopolio para ser beneficiado, fueron adaptadas *a modo* por el Poder Legislativo, atentando contra el proyecto empresarial de Cadena Tres y de Grupo Imagen Multimedios (Posada, 2015-A; Posada, 2015-B; Cadena Tres analiza..., 2015; y Cadena Tres demandará..., 2015).

#### IV. Perfeccionar el proceso

No obstante los diversos desafíos que enfrentó en múltiples niveles la consolidación de las nuevas cadenas de televisión, lo más preocupante es que la visión oficial de tales “alternativas audiovisuales” en el país, sólo fueron concebidas como cuidadosos planes de negocios lucrativos que aportarán grandes ganancias para sus inversionistas. Así, en su cálculo económico, fundamentalmente determinaron cuánto invertir, cómo re-

cuperar el capital destinado, cuál sería la tasa de ganancia, cómo pagar la contraprestación comprometida por la concesión otorgada por el Estado, cuánto agregar financieramente para expandirse, cómo competir contra el gigante duopolio televisivo, cómo transitar a la modalidad digital, a qué ritmo ampliarse, dónde colocar las modernas antenas, etcétera. (Decisión de negocios..., 2015: p.26), es decir, únicamente fueron comprendidas como *business comunicativos* para acumular más capital, posponiendo el desarrollo social a través de otro proyecto de comunicación.

Sorprendentemente, nunca se priorizó lo más importante del proyecto que era reflexionar sobre el tipo de producto informativo específico que se ofrecería a los públicos masivos y que será el tipo de la programación audiovisual colectiva que se generará para los diversos auditorios de la República. Bajo esta concepción mercantilista de la comunicación, sólo se destacó que la programación de las nuevas cadenas debía convertirse en un simple instrumento acelerador del ciclo macroeconómico que, independientemente de su calidad comunicativa o cultural, debía dejar mucho dinero, en el menor tiempo posible, y a costa de lo que fuera.

De esta forma, al igual que en 1993 cuando Salinas Pliego obtuvo las concesiones de los canales 7 y 13 predominó exclusivamente el criterio económico, ahora nuevamente el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), por una parte, omitió destacar en las bases de la convocatoria el cumplimiento de lineamientos específicos para que en materia de contenidos se asegurara la indispensable diversidad, pluralidad e innovación, que son los ingredientes *sine qua non* de una auténtica competencia, especialmente ante un esquema televisivo agotado y repetitivo que se aplicó durante muchos años. Por otra parte, tampoco se demandó a los concursantes la presentación de un proyecto de comunicación de *servicio público*, cuando la Constitución mexicana define en su artículo 6° a toda la radiodifusión como actividad de *servicio público* y no sólo como negocios que pueden explotar frecuencias que son bienes patrimoniales de la nación.

Por ello, Cadena Tres deberá aclarar cuál será su nueva oferta de contenidos y en qué se diferenciará de las cuatro cadenas nacionales

existentes (dos de Televisa y dos de TV Azteca). Sus contenidos actuales en el Canal 128 y en la señal de televisión restringida Excélsior TV no se han diferenciado sustancialmente de la oferta de Canal 2, Canal 5, Canal 13 y Canal 7 (Alva de la Selva, 2015a, p.35; y Villamil, 2015-A). Frente a tal situación es necesario preguntarnos ¿Qué podemos esperar de los contenidos, pues ese es el principal producto que se derivará de dicha empresa? Ante esto es necesario considerar que “desarrollar o adquirir programación relativamente innovadora respecto a los contenidos actuales de la televisión abierta, es deseable, pero no necesariamente redituable. La programación es una inversión irreversible o hundida, es decir, que se incurre en el costo de la misma, pero este no es recuperable en caso de un fracaso al intentar generar audiencia, y por lo tanto, es muy probable no obtener ingresos provenientes de los anunciantes” (Tovar Landa, 2015: p.27).

En este sentido, debido a que las bases de la licitación no exigieron la depuración o renovación del modelo de información como requisito fundamental para ganar el concurso, “es importante considerar que la estructura de mercados y los hábitos de consumo de los televidentes en México llevan varias décadas estructurándose y las ofertas programáticas de los postores para las cadenas de televisión no prevén un cambio en los contenidos aunque se sumen como nuevos jugadores en el mercado de la televisión abierta” (Lizárraga Salas, 2015: p.62).

Esta realidad obliga a contemplar los siguientes tres escenarios que presionarán en el futuro cercano la competitividad del sistema de televisión abierta en el país:

En primer término, la obligación de permitir a los concesionarios de televisión preponderantes, como Televisa, la retransmisión gratuita de las señales de televisión abierta para cumplir con el *must carry* y *must offer*; ocasionará una reducción de los ingresos de las empresas de televisión tradicionales, lo cual desatará una mayor feroz competencia para reconquistar los mercados perdidos (Lizárraga Salas, 2015: p.59).

En segundo término, “para los nuevos concesionarios el crecimiento relativamente lento de la economía es una circunstancia desfavorable, puesto que los costos para innovar son elevados al representar altas ero-

gaciones para conseguir diferenciarse un poco de la programación que actualmente ofrecen las dos principales televisoras de México. Invertir en el riesgo de una oferta de contenidos radicalmente innovadora, supone la necesidad de que el proyecto de cada nuevo concesionario tenga un retorno económico positivo, mayor que el costo de la inversión que cada uno va a realizar. En un escenario donde el mercado interno es débil, con un ingreso que no crece de forma sostenida, difícilmente un mercado publicitario puede generar el suficiente flujo para financiar proyectos creativos en contenidos; así, la oferta de programación sólo tendrá variaciones en los mismos temas” (Tovar Landa, 2015: p.37).

Y en tercer término, con la presencia del fenómeno de la multiprogramación que introdujo la revolución tecnológica al país, todas las empresas de televisión que cuenten con una concesión de explotación audiovisual del espectro radioeléctrico podrán ampliar su porcentaje de emisión de señales a través de la creación de más canales digitales en su misma frecuencia. Es decir, sin requerir la autorización de una nueva concesión por parte del Estado mexicano, en la actual frecuencia televisiva que ya posee el consorcio emisor, se podrán alojar tantos nuevos canales digitales como quepan en el porcentaje del ancho de banda que se utilice para su funcionamiento. Esto significa que a partir de enero de 2016 en que ocurrirá el *apagón analógico* en toda la República, prevaleciendo sólo las señales digitales audiovisuales y ya no las análogas, se continuará funcionando con el actual universo de canales pero multiplicado cada uno por dos, tres o más, según sea el ancho de banda que se emplee. Así, por ejemplo, solamente la estructura del modelo de televisión abierta que baña el Valle de México conformado por aproximadamente 18 canales privados, gubernamentales y públicos 2, 4, 5 y 9 (Televisa), 7, 13 y 40 (TV Azteca), 11 (IPN), Capital 21 (Gobierno del Distrito Federal), 22 (CONACULTA), 27 (Excélsior Televisión), Imagen Radio (Grupo Imagen), 28 (Grupo Ángeles), 30.1 (SPREM-HXOPMA), 30.2 (TV UNAM-HXOPMA), 30.3 (Ingenio TV- HXOPMA), 34 (Sistema Mexiquense de Televisión), 45.1 (Canal del Congreso de la Unión), etcétera, cada frecuencia se multiplicará por dos o tres más, duplicando o triplicando la oferta audiovisual en dicha zona de la República según sea la estrategia

tecnológica que ocupen. Esto representa la proliferación geométrica, acelerada y abrupta de mayor competencia audiovisual para las nuevas cadenas de televisión y las tradicionales.

De esta forma, bajo la perspectiva imperante del modelo del *business comunicativo* sólo se buscó que generaran una programación competitiva para subsistir como empresas contendientes en el mercado audiovisual duopolizado, es decir, “atractiva”, y que por lo tanto, alcanzara un fuerte *rating* para ser altamente redituable. Esto revivió un dilema tradicional del mundo audiovisual: por un lado, la finalidad de la competencia es aumentar la calidad en la programación; pero por otro, para que la competencia perdure, se argumenta que debe transmitir aquellos “programas más rentables”, esto es, una buena dosis de *telebasura* como los programas del corazón, los chismes, los *talk shows* o los infocomerciales y no los culturales, de análisis o discusión.

## V. Los contenidos televisivos y la construcción de la cultura política

### A. La posición empresarial

Frente a la tendencia mercadológica de definir los contenidos audiovisuales únicamente desde criterios mercantiles, los empresarios privados de la televisión dominante sostienen que como el *rating* lo deciden los televidentes con sus preferencias espontáneas, entonces son las audiencias las que deben marcar la pauta a los productores audiovisuales de lo que se debe producir y difundir. Por lo tanto, como la televisión de *servicio público* no es seductora, sino aburrida, lenta, poco novedosa y antimoderna, esta no debe fomentarse, pues sería un fracaso y un desperdicio de la inversión.

Consecuentemente, si después de todo, aun con varias opciones, al pueblo mexicano le siguen gustando las telenovelas, entonces no hay mucho que hacer al respecto; se debe ser fiel a dicha tendencia masiva y transmitir a los espectadores lo que les interesa, es decir, las telenovelas o sus equivalentes, aunque sean *telebasura* (Majluf, 2015). Esta realidad puede representar el fomento desproporcionado del actual modelo de

comunicación-mercado o partidocrático que ha predominado por muchas décadas en la nación, impulsando fuertemente los contenidos de la *telebasura* y el preocupante triunfo de su respectiva *cultura idiota* en el país (Esteinou, 2004: p.105 a 118).

### *B. Los enfoques de la sociedad civil*

No obstante la fundamentación empresarial para que sea el mercado comercial el que defina los contenidos de la televisión, dicho círculo argumentativo es falso pues la propia realidad de los intereses de los auditorios televisivos demostró en varias ocasiones que existiendo un modelo dominante de televisión, encarnado por un duopolio audiovisual muy poderoso, el cual durante décadas impuso la programación que deben ver las colectividades en México, los telespectadores nacionales demostraron tener fuertes motivaciones por recibir otra información específica para entender sus existencias, sus problemáticas y las alternativas de solución, distinta a las directrices informativas que fomenta el proyecto dominante de difusión convencional. Es decir, existe en los auditorios una gran avidez por tener una política de información colectiva que permita estar notificados de manera independiente, abierta, plural, transparente y crítica sobre los grandes problemas nacionales y sus diversas alternativas de solución.

Ejemplos de ello han sido las siguientes cinco realidades histórico-comunicativo-sociales que demuestran el fuerte deseo de la sociedad por recibir otros mensajes no mercantiles que ayuden a mejorar su calidad de vida. Así, en primer lugar, el ejercicio recurrente del fenómeno del rumor en la población como una forma paralela de encontrar respuestas o interpretaciones ante la necesidad de estar informado sobre los grandes problemas que acontecen en la agenda nacional, y que por los circuitos establecidos no se satisface. En este sentido, se puede afirmar que aunque sea a “nivel ínfimo, el auge del rumor como explicación política, prueba el interés por y la necesidad de una contienda política e ideológica, y el nuevo impulso de que dispondrían la pluralidad social y la vida partidaria [...]” (Monsiváis, 1985: p.16).

En segundo lugar, el programa del periodista Francisco Huerta Hernández en 1976, quien sostuvo su serie “Opinión Pública” en Radio ABC,

donde hacía valer el interés ciudadano ante cualquier desvío de los órganos del gobierno que no cumplieran con su deber, y a través del cual, por primera vez, se escuchó en la radio del país, la voz individual de aquello que se llama *pueblo* y que hoy conocemos como sociedad civil. Dicho espacio alcanzó en la década de los ochenta un auditorio de más de un millón de radioescuchas críticos que le preocuparon mucho al gobierno en turno, el cual presionó al concesionario privado para que lo cancelara en 1982. Ante ello, se realizaron diversas manifestaciones y marchas públicas de sus seguidores a los Pinos, obligando a que se reabriera en 1983 con la denominación de “Voz Pública”, en la estación XEW, con un horario nocturno. Al volver a alcanzar la mayor audiencia radiofónica, el gobierno nuevamente se inquietó y después de algún tiempo ordenó suspenderlo en 1990, para lo cual utilizó al líder del sindicato de locutores, Netzahualcóyotl de la Vega, con el fin de que le aplicara la cláusula de exclusión, y así, prohibir que fuera contratado en cualquier otra estación de radio concesionada del país. Sin embargo, las protestas ciudadanas contra el gobierno del presidente López Portillo surgieron con fuerza hasta lograr nuevamente su reinstalación en la estación Radio Educación (Francisco Huerta, premio..., 2001; y Mejía Madrid, 2005).

Con el cambio de gobierno se pensó que acabarían las persecuciones contra dicho comunicador y, en efecto, a finales del sexenio de Zedillo reinició transmisiones en la empresa Radio Fórmula. Mientras el presidente Vicente Fox Quezada conservó un amplio capital político para gobernar sin mayores problemas desde principios del año 2000, el programa se mantuvo al aire; pero cuando surgieron nuevos conflictos nacionales, especialmente los escándalos de corrupción de su esposa Marta Sahagún y de los hermanos Bribiesca, se agudizó su decadencia de gobernabilidad. Frente esta situación, el gobierno panista recurrió a medidas de limitación del derecho a la información en varios ámbitos, restableciéndose la persecución contra Paco Huerta. Las órdenes de “Los Pinos” para sacarlo del aire llegaron al concesionario Rogerio Azcárraga, quien optó por atrasarle los pagos, creándole serios problemas con los salarios de su personal, quitarle varias líneas telefónicas o restringiéndolas para obstaculizar que participara la opinión de los ciudadanos, y censurando a sus invitados al decidir quién podía participar en los

micrófonos y quién no, así como los temas que debían eludirse. El propósito era debilitarlo gradualmente frente a un auditorio que lo seguía fielmente por la confianza en la independencia editorial y en su vocación como profundo comunicador que abordaba los problemas más graves de nuestra sociedad. Finalmente, el grupo en el poder logró, una vez más, cerrar su espacio en la empresa Radio Fórmula en 2004, y algunas semanas después Francisco Huerta sucumbió debido a un infarto masivo causado por la impotencia, la indefensión jurídica y la tensión personal frente a los hechos que lo vencieron (González Schmal, 2013).

En tercer lugar, cuando el 6 de mayo de 2012 el IFE organizó la difusión en cadena nacional del primer debate televisivo entre los candidatos a la presidencia de la República (Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota, Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre), asombrosamente las principales empresas de la televisión comercial privada, profundamente enojadas por la creación de la Reforma Electoral del 2007 que les impidió el manejo lucrativo de las elecciones nacionales, desafiaron al Estado mexicano boicoteando la difusión masiva del primer encuentro entre los candidatos presidenciales (Vacío de concesionarios..., 2012: p.6).

Así, Televisión Azteca argumentó que siendo que “a la mayor parte de los mexicanos no les interesaba el debate entre los contendientes en el formato que fue diseñado, pues sólo 15% del auditorio indicaba estar muy interesado y al 54% no le llamaba la atención en lo más mínimo” (No hay reto al Estado..., 2012: p.7), la televisora decidió transmitir a la misma hora del encuentro político el partido de fútbol de la liguilla de cuartos de finales entre Monarcas y Tigres de la Universidad de Nuevo León (Faulea el fútbol..., 2012: p.1; e Ignora Azteca..., 2012: p.2).

Sin embargo, debido a la fuerte presión que ejerció la sociedad civil organizada, especialmente de los *twitteros*, Salinas Pliego reconsideró su posición y aceptó dar a conocer el evento de forma restringida. Así, TV Azteca no difundió el debate por los canales 13 y 7 de cobertura nacional, sino que sólo lo dio a conocer por el Canal 40 experimental de cobertura regional sólo para el Valle de México (Debate no se verá en canales estelares, 2012; Gómez Leyva, 2012; y Brambilia, 2012: p.45). Por su parte, Televisa decidió difundirlo por la cobertura menor del canal 5 y no por

la cobertura nacional de su Canal 2 estelar, en la cual decidió transmitir en el mismo horario el concurso de canto infantil denominado “Los Pequeños Gigantes”, que en ese capítulo descalificó al grupo de niños concursantes denominado “Los Rebeldes”.

No obstante los obstáculos impuestos por el duopolio televisivo, los resultados de penetración del evento fueron sorprendentes, pues por un lado, el partido de fútbol Monarcas-Tigres transmitido por el Canal 13 de TV Azteca obtuvo 9 puntos de *rating*, mientras que el debate presidencial transmitido por el Canal 5 de Televisa en cobertura abierta alcanzó una penetración superior promedio de 20 puntos de *rating*, y en la parte final obtuvo hasta 24 puntos de audiencia. En este sentido, este suceso electoral fue el debate más visto en la historia, pues fue 5 o 6 veces más que los debates del 2006 (Sarmiento, 2012, p.5; El debate superó expectativas, 2012; y En canal 5..., 2012: p.5)\*.

Esta misma tendencia se refrendó en el segundo debate entre los candidatos presidenciales, donde nuevamente de forma irónica y desvergonzada, los concesionarios anunciaron que “ya que no habrá fútbol más adelante, sí lo vamos a pasar” (López Obrador: Las privatizaciones..., 2012: p.9). Lo sorprendente ante este hecho fue que el interés por la cultura política televisiva de la ciudadanía se volvió a repetir y fue un éxito. Así, en dicho debate presidencial realizado el 10 de junio de 2012, existió un interés más notable en la población al registrar 100% de mayor penetración con 22.6 puntos de *rating* en todo el país (Segundo debate..., 2012: p.13). El día del segundo encuentro el *rating* del debate político rebasó la penetración de las principales televisoras con su programación comercial, pues el Canal 2 de Televisa, sólo registró un *rating* de 17.4 puntos y el Canal 13 de Televisión Azteca obtuvo 5.2% puntos (Segundo debate..., 2012: p.13).

\* Un punto de *rating* equivale aproximadamente a 380 mil televidentes, lo cual significa que 7 millones 600 mil personas decidieron seguir la discusión entre los candidatos presidenciales; en tanto que 3 millones 420 mil optaron por el fútbol. En cuanto al programa *Pequeños Gigantes* de Televisa obtuvo un *rating* de 17.3 puntos que sí superó la audiencia del debate político. (En canal 5, el debate tuvo más audiencia que el fútbol..., 2012: p.2).

De esta forma, pese a los obstáculos interpuestos por la *telecracia*, la transmisión de la discusión política sobre el futuro del país, en el primero y segundo debate, fue un gran éxito, pues suscitó más interés en los auditorios que la difusión del entretenimiento deportivo o espectacular en México. Así, la actitud sensible de la teleaudiencia para enfrentar la solución de los grandes conflictos de nuestro desarrollo nacional desmitificó el lema popular “¡¿Pá que veo el debate, si ya sé de qué se va a tratar?... mejor veo el fut”!, y eligió mayoritariamente atender la polémica y propuestas sobre el desarrollo de la nación.

En cuarto lugar, al ser despedida el 16 de marzo de 2015 la conductora radiofónica Carmen Aristegui de la dirección de su noticiario matutino crítico “Noticias MVS” en la empresa MVS Radio, por incorporar la fuente noticiosa *Mexicoleaks*, cuyo objeto era captar denuncias anónimas sobre la corrupción, los diversos auditorios de su programa realizaron varias protestas públicas y actos para demandar que deseaban seguir recibiendo las noticias cotidianas que transmitía (Acusa Carmen Aristegui..., 2014: p.3; y Vive el país un vendaval autoritario..., 2014: p.3). Es decir, exigieron que desaparecieran las amenazas y agresiones contra el periodismo independiente efectuadas por “poderes republicanos”, gobernadores, presidentes municipales, jefes policiacos, gerentes regionales del crimen organizado, y empresarios de los medios coludidos con tales poderes, y demandaron seguir recibiendo un espacio informativo crítico y autónomo orientado a investigar y denunciar el mar de corrupción, abusos, escándalos, impunidad y violencia en que se hundió el país (Hernández López, 2015a: p.8; y Hernández López, 2015b, p.8).

Así, por un lado, se efectuaron manifestaciones de protesta con más de cuatro mil personas en las puertas de la emisora radial MVS, el Senado de la República, el Museo de la Memoria y la Tolerancia, la Secretaría de Gobernación y otros lugares apoyadas por más de doscientas mil firmas en diversas ciudades del país. Por otro lado, se crearon algunos *hashtags* denominados *#EndefensadeAristegui* y *#Carmensequeda* que difundieron el atentado contra la libertad de expresión, convirtiendo la noticia en *trend topic* mundial en las redes sociales, demandando la reintegración de tal línea informativa radiofónica en el país (Despide MVS

a dos..., 2015: p.15). Finalmente, el suceso tuvo una gran repercusión en organismos nacionales e internacionales como el Congreso de la Unión, la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X), Human Rights Watch, Freedom House, Mexicoleaks y en la prensa internacional como *The New York Times*, *The Guardian* y en la *BBC* de Inglaterra (La decisión de MVS..., 2015: p.5; y Ninguna posibilidad de arreglo..., 2015: p.4).

Frente a los múltiples amparos jurídicos interpuestos por los ciudadanos ante los tribunales de justicia, la Consejería Jurídica de la Presidencia de la República (CJPR) calificó de improcedentes tales demandas civiles que plantearon que los concesionarios de radiodifusión debían consultar con las audiencias antes de decidir sobre su programación. Al respecto subrayó que si se adoptaba tal posición “estaríamos frente al absurdo de que para suprimir o dejar de transmitir cualquier programa, los concesionarios tuviesen que consultar a la audiencia, y en caso de omisión o estar en desacuerdo, los radioescuchas estarían legitimados para acudir al juicio de amparo e impugnar que se dejen de transmitir los programas de su preferencia, situación que sin duda alguna resulta inadmisibles” (Rechaza tribunal revocar..., 2014: p.14). Dicho posicionamiento presidencial fue rechazado por el Segundo Tribunal Colegiado Especializado en Telecomunicaciones admitiendo las solicitudes para que continuaran como juicios de garantías.

Finalmente, en quinto lugar, el argumento de “las televisoras privadas en el sentido que no existe suficiente mercado publicitario para una tercera cadena de televisión, es falso, pues la inversión publicitaria se ha incrementado año tras año y la televisión abierta conserva más de la mitad de todo el presupuesto destinado para la promoción de productos y servicios. Por ejemplo, Televisa ha llegado a concentrar hasta el 52.83% del total de la inversión publicitaria en el 2004, sin contar con otros medios de comunicación donde la televisora tiene presencia relevante como radio, publicaciones impresas y más recientemente medios digitales. Si bien el porcentaje de inversión publicitaria que concentra esa televisora ha venido decreciendo en los últimos años, eso no significa que las ganancias en el segmento de la televisión abierta hayan disminuido. Ese aminoramiento

se debe a que los anunciantes han buscado diversificar sus plataformas de difusión, pero la televisión continúa siendo prioritaria, pues ha diversificado sus negocios y tiene presencia en casi todas las plataformas de comunicación” (Lizárraga Salas, 2015: p.61).

Por su parte, las “ventas de Televisión Azteca también han aumentado cada año por concepto de televisión abierta, lo que demuestra el dinamismo de la inversión publicitaria en nuestro país” (Lizárraga Salas, 2015: p.62).

Lo que realmente ha sucedido es que las televisoras “han carecido de una verdadera apertura a nuevos anunciantes, principalmente locales y a otras compañías no alineadas a los intereses de las propias televisoras. Por ejemplo, negocios con influencia local podrían estar interesados en publicitarse en un medio de radiodifusión como es la TV, a la vez que otras empresas con presencia nacional hoy no tienen cabida en la TV abierta. El caso más claro es el Grupo Carso que al retirarse de la TV en directo causó una rebaja de entre 2% y 4% en los ingresos del primer y segundo trimestre de 2011 de Televisa, al tiempo que el corporativo destinó su presupuesto publicitario a otras plataformas, entre ellas las digitales” (Lizárraga Salas, 2015: p.62).

Todas estas realidades socio-históricas y otras más demostraron contundentemente que al contrario de los postulados despóticos y arbitrarios de los concesionarios televisivos y radiofónicos que señalan falta de motivación en los auditorios hacia los programas de análisis, reflexión, formación de conciencia crítica y discusión de los grandes problemas de la agenda nacional; los hechos concretos demostraron que tales políticas informativas sí despiertan gran interés en la mayoría de la población, incluso por encima de otros eventos “estelares”, “triunfadores” o “espectaculares” de la programación comercial privada.

Sin embargo, aunque existan nuevos competidores comerciales en dicho terreno, el modelo de televisión no se superará, pues el verdadero problema surge cuando la programación es impuesta unilateralmente

desde los intereses mercantiles sosteniendo que esos son los gustos, intereses, predilecciones y necesidades de los públicos, obstaculizando otras vías para saber qué les gusta a los espectadores. Esto permite que los productores manipulen la demanda con base en sus intereses mercantiles y justifiquen la oferta audiovisual para producir “telebasura rentable” (Majluf, 2015).

Ante ello, debemos preguntarnos: ¿contrariamente a lo que se pretendía alcanzar con la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión para enriquecer los contenidos del modelo televisivo del país, lo que se establecerá en el fondo, a mediano y largo plazo, con la aprobación de las nuevas cadenas comerciales, serán nuevos sistemas tipo Televisa y TV Azteca que reproducirán en otra escala los mismos vicios informativos que se pretendían superar en el país? (Majluf, 2015). Esto debido a que en el modelo de televisión comercial privada todo se reduce a exigir números negros en sus balances financieros, a obtener *rating*, a multiplicar sus ingresos por ventas o a incrementar el precio de sus acciones en la Bolsa de Valores. (Cueva, 2015: p.48), pero no a elevar la calidad de sus mensajes para superar la calidad de vida de los auditorios en todos sus niveles cotidianos.

Bajo este panorama, es claro que no habrá nuevos jugadores que planteen contenidos diferentes en la TV abierta del país, sino que se pasará del duopolio al oligopolio de tres o cuatro jugadores. Esto no significa que automáticamente se descarte la existencia de competencia en el mercado; sino que dicha posible competencia se dará bajo los dictados de un líder con una altísima participación, denominado Televisa, que obligará a los seguidores a establecer acciones de acuerdo a los dictados de este sector dominante (Flores Bernés, 2015: p.45). Por esta situación es posible “colocar en tela de juicio que las 'nuevas cadenas' puedan constituirse en una alternativa efectiva frente a la oferta de los dos consorcios que acaparan la 'pantalla chica', incluso ante su forma de hacer y entender la televisión. Todo seguirá casi igual pero con más empresas que colaboren a reproducir el mismo esquema tradicional” (Alva de la Selva, 2015b: p.35).

## VI. El modelo de *servicio público* y la creación de una nueva opinión pública

Dentro de este escenario es indispensable subrayar que el problema del modelo de comunicación nacional, no es contar con nuevos sistemas de televisión comerciales privados que brinden en su barra programática un nuevo concurso juvenil, otra serie de aventuras, una telenovela emocionante, un moderno show nocturno, otra transmisión del fútbol, una selección de nuevos valores musicales, otra difusión de la película exitosa, un novedoso encuadre para la entrega de Óscares, otra nueva presentación cómica, una serie policiaca distinta, otro programa de cocina exótica o una historia de éxito reciente, sino lo que se requiere es que dichas empresas audiovisuales cumplan con el prototipo de televisión de *servicio público* que señala puntualmente el Artículo 6º, Fracciones 2 y 3 de la Constitución política mexicana para la radiodifusión y las telecomunicaciones en México.

Es necesario entender que el principal reto de comunicación de la nación no es tener más consorcios de entretenimiento masivo o selectivo “adrenalínico”, “posmodernista”, “espectacular” o “in”; sino que el verdadero desafío es crear otro espacio de comunicación colectivo que permita que la mayoría de la sociedad se exprese en el *espacio público mediático* para manifestar sus intereses y necesidades de crecimiento y existencia. Esto significa que con todos los enormes recursos narrativos y tecnológicos que ha alcanzado la programación de las nuevas cadenas comerciales, prioritariamente debe abordar, audiovisualmente, la situación de los grandes conflictos de la agenda nacional que impiden el desarrollo del país, y permitir que los diversos sectores de la sociedad planten las posibles soluciones para resolverlos.

De lo contrario, para las próximas décadas tendremos un país sumido en un remolino de mayor desempleo, inseguridad, pobreza, impunidad, marginación, violencia, corrupción, abuso, crisis partidista, simulación gubernamental, debilidad democrática, descomposición colectiva, desconfianza institucional y frustración social; paralelamente, recibiremos en nuestros hogares un “prototipo de televisión “moderno” que transmitirá

una visión hollywoodense de la vida donde “¡Todo está bien!”, “¡Somos un país que progresa!”, “¡Todo se mueve hacia adelante!”, “¡Contamos con los modelos de comunicación más avanzados del mundo!”, y “¡Todos somos felices!”. Este modelo esquizofrénico de comunicación audiovisual colectivo contribuirá a inyectar ingredientes muy inflamables para la explosión social en las próximas décadas.

De aquí la gran importancia de que la academia y la sociedad civil organizadas demanden por todos los medios al Estado el ejercicio riguroso de la comunicación de *servicio público* como una política pública fundamental ya reconocida por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que respalda las garantías básicas para alcanzar a ser auténticamente ciudadanos en la segunda década del siglo XXI.

## Documentación consultada

- “10 puntos clave sobre las nuevas cadenas de TV” (2015), en: *Forbes Mexico*, Staff Forbes, 15 de marzo, <http://www.forbes.com.mx/10-puntos-clave-sobre-las-nuevas-cadenas-de-tv/>, (Consultado el 18 de marzo de 2015).
- “Acusa Carmen Aristegui campaña desmedida, inédita contra su equipo” (2014), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 14 de marzo.
- “Afecta a Cadena Tres retraso en el apagón” (2015), en: *ADN Informativo*, México, D.F., 23 de octubre, <http://adninformativo.mx/afecta-a-cadenatres-retraso-en-el-apagon/>, (Consultado el 4 de noviembre de 2015).
- Alva de la Selva (2015-A), “La ‘efímera’ competencia en Tv abierta”, (Primera parte), revista *Zócalo*, No. 181, Año XV, Alternativa Medios, México, D.F., marzo.
- Alva de la Selva (2015-B), “La ‘efímera’ competencia en Tv y las dos nuevas cadenas”, (Segunda parte), revista *Zócalo*, No. 182, Año XV, Alternativa Medios, México, D.F., abril.
- Álvarez, Clara Luz (2015), “El apagón analógico: pretexto, negocio y mentira”, en: revista *Proceso*, No. 2036, sección Análisis, México, D.F., 8 de noviembre.
- “Aprueban facilito” (2014), periódico *Reforma*, México, Sección Nacional, 5 de julio.
- “Avalan diputados leyes secundarias” (2014), periódico *La Jornada*, México, D.F., 9 de julio.
- Balderas, Cecilia (2015), “Retraso de apagón analógico implicaría demora de otros proyectos y podría afectar acuerdos con EUA: IFT”, en: *Revolución TresPuntoCero*, México, D.F., 20 de noviembre, <http://revoluciontrespuntocero.com/retraso-de-apagon-analogico-implicaria-demora-de-otros-proyectos-y-podria-afectar-acuerdos-con-eua-ift/>, (Consultado el 17 de diciembre de 2015).

- Barragán, Daniela (2015), “La salida de *Cadena Tres* del aire provoca despido de trabajadores en Excélsior TV, revelan”, en: *sinembargo.mx*, México, D.F., 23 de octubre, <http://www.sinembargo.mx/23-10-2015/1527898>, (Consultado el 14 de enero de 2016).
- Brambilia, José Antonio (2012), “Tolerancia sin límites”, en: revista *Zócalo*, No. 148, México, D.F., junio, [www.zocalo.com.mx](http://www.zocalo.com.mx)
- “Cadena Tres analiza acciones legales si se retrasa apagón” (2015), en: *homozapping.com.mx*, México, D.F., 29 de octubre, <http://homozapping.com.mx/2015/10/cadena-tres-analiza-acciones-legales-si-se-retrasa-apagon/>, (Consultado el 14 de enero de 2016).
- “Cadena Tres y Grupo Radio Centro ganan la licitación para TV abierta” (2015), periódico *Excélsior*, México, D.F., 11 de marzo.
- “Cadena Tres y Radio Centro ganan licitaciones de TV” (2015), periódico *La Jornada*, México, D.F., 12 de marzo de 2015.
- “Cadenas de TV abren espacios democratizadores a la sociedad” (2015), periódico *Excélsior*, México, D.F., 12 de marzo, <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/12/1013167>, (Consultado el 19 de marzo de 2015).
- Calleja, Aleida; Solís Leree, Beatriz; y Trejo Delarbre, Raúl (2015), “Postergar el apagón analógico, inaceptable obsequio político a Televisa”, expresidentes, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), en: blog de Raúl Trejo Delarbre, México, D.F., 22 de octubre, <https://sociedad.wordpress.com/>, (Consultado el 26 de octubre de 2015).
- “Calificación de Radio Centro, en observación negativa: Fitch” (2015), periódico *El Economista*, México, D.F., 14 de abril, en línea: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/04/14/calificacion-radio-centro-observacion-negativa-fitch>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- “Canal 28 dejará de transmitir durante algunos meses” (2015), en: *Enterate.com*, Sección Economía, México, D.F., 23 de octubre, <http://www.enterate.mx/canal-28-dejarade-transmitir-durante-algunos-meses/>, (Consultado el 25 de octubre de 2015).
- “CIRT da la bienvenida a ganadores de licitación de TV abierta” (2015), periódico *Excélsior*, México, D.F., 11 de marzo.
- Corral Jurado, Javier (2015-A), “Las teleprofecías de Mony de Swaan”, columna La Silla Rota, en: Página Web del Senador Javier Corral, México, D.F., 1 de noviembre, <http://www.javiercorral.org/?p=36575>, (Consultado el 3 de noviembre de 2015).
- Corral Jurado, Javier (2015-B), “El verdadero apagón”, periódico *El Universal*, columna Rotafolio, sección Opinión, México, D.F., 27 de octubre.
- Cueva, Álvaro (2015), “No estoy de acuerdo”, revista *Telemundo*, No. 143, Primera revista especializada para profesionales del cine, el video y la televisión, México, D.F., junio – julio.
- “Debate no se verá en canales estelares de tv” (2012), periódico *El Universal*, 1 de mayo.

- “Decisión de negocios, las distintas ofertas por cadenas de tv, dice Ifetel” (2015), periódico *La Jornada*, sección Economía, México, D.F., 13 de marzo.
- “Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión” (2014), Tomo DCCXXX, No. 12, *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, México, D.F., 14 de julio, 99 páginas, [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014).
- “Despide MVS a dos reporteros relacionados con *MexicoLeaks*” (2015), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 13 de marzo.
- “Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes; de Radio, Televisión y Cinematografía; y de Estudios Legislativos, el que contiene proyecto de decreto por el que se reforma el Artículo Décimo Noveno Transitorio del Decreto por el que se expiden La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado el 14 de julio de 2014” (2015), Sesión Ordinaria, LXIII Legislatura, H. Cámara de Senadores, México, D.F., 2 de diciembre, versión estenográfica.
- “Diputados aprueban aplazar el apagón analógico para televisoras de carácter público y social” (2015), en: SinEmbargo.mx, México, D.F., 9 de diciembre, <http://www.sinembargo.mx/09-12-2015/1574437>, (Consultado el 16 de diciembre de 2015).
- “El debate superó expectativas”, periódico *Crónica* (2012), México, D.F., 7 de mayo, [www.cronica.com.mx](http://www.cronica.com.mx)
- “El pleno del Ifetel declara desierto el proceso de licitación de una cadena nacional de televisión abierta” (2015), *Comunicado de Prensa*, No. 27/2015, Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), Gobierno de México, México, D.F., 14 de abril.
- “En canal 5, el debate tuvo más audiencia que el fútbol” (2012), periódico *La Jornada*, México, D.F., 8 de mayo.
- Esteinou Madrid, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa (2011), “La Reforma Jurídica de la Comunicación Social y el Estado Fallido en México”, en: revista *Derecho a Comunicar*, No. 1, revista científica de la AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Comunicación (AMEDI), México, D.F., enero – abril, <http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num1/numero1.pdf>
- Esteinou Madrid, Javier (2004), “Los medios de información y el triunfo de la cultura idiota”, en: revista *Información Pública*, No. 1, Volumen II, Escuela de Periodismo, Universidad Santo Tomás, Santiago de Chile, Chile, junio.
- “Faulea el fútbol a debate del IFE” (2012), periódico *Reforma*, 1 de mayo.
- Flores Bernés Miguel (2015), “Las nuevas cadenas de TV abierta: Competencia y entorno económico”, revista *Zócalo*, No. 182, Año XV, Alternativa Medios, México, D.F., abril.

- “Francisco Huerta” (2001), *Premio Nacional de Periodismo (PNP)*, México, D.F., 2001, [http://www.periodismo.org.mx/ganadores/2001/7\\_trayectoria/curriculumfrancisco-huerta.pdf](http://www.periodismo.org.mx/ganadores/2001/7_trayectoria/curriculumfrancisco-huerta.pdf), (Consultado el 18 de mayo de 2015).
- Gómez Leyva, Ciro (2012), “La patanería de Ricardo Salinas Pliego”, periódico *Milenio Diario*, México, D.F., a 1 de mayo.
- González Schmal (2013), Jesús, “La ‘Belisario Domínguez’ 2013 para Paco Huerta”, en: revista *Impacto*, no. 3078, México, D.F., 11 de agosto, <http://impacto.mx/revista/pgl/la-belisario-dom%c3%adnguez-2013-para-paco-huerta>, (Consultado el 18 de mayo de 2015).
- Guadarrama, José de Jesús (2015), “IFT otorga título de concesión a Cadenatres”, periódico *Excelsior*, México, D.F., 28 de marzo, <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/28/1015882>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- Guerrero, Vania (2013), “Dejan intactos temas polémicos”, periódico *Reforma*, sección Nacional, México, D.F., 6 de julio.
- Hernández López, Julio (2015-A), “Astillero: MVS: deshacerse de Aristegui”, periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 13 de marzo.
- Hernández López, Julio (2015-B), “Lo de MVS un ejemplo...”, periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 17 de marzo.
- Hernández, Erika (2013), “Niega manipular en TV Azteca”, (2012), periódico *Reforma*, sección Nacional, México, D.F., 30 de mayo.
- “Ifetel volverá a licitar 123 señales de televisión” (2015), periódico *La Jornada*, México, 3 de julio.
- “IFT analiza alternativas para nueva licitación de TV abierta” (2015), periódico *El Financiero*, México, D.F., 27 de abril, en línea: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ift-analiza-alternativas-para-nueva-licitacion-de-tv-abierta.html>, (Consultado el 27 de mayo de 2015).
- “IFT cobra garantía y declara desierta licitación de TV” (2015), periódico *El Economista*, México, D.F., 14 de abril, en línea: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/04/14/ift-declara-desierta-licitacion-cadena-tv>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- “IFT entrega constancias a dos postores por cadenas de tv abierta” (2014), Notimex, México, D.F., 5 de marzo.
- “Ignora Azteca al IFE” (2012), periódico *Reforma*, México, D.F., 1 de mayo.
- Juárez Escalona, Claudia (2015), “Cadena Tres demandará al Estado si retrasa apagón”, periódico *El Economista*, México, D.F., 29 de octubre, <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/10/29/cadenatres-demandara-estado-retrasa-apagon>, (Consultado el 14 de enero de 2016).
- “La decisión de MVS, atentado contra la libertad de expresión: Activistas” (2015), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 18 de marzo.

- Lay Arellano, Israel Tonatiuh (2012), “Legislación de medios y poderes fácticos en México 2000-2012”, *Sistema de la Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (UDGVirtual)*, Prometeo Editores, Guadalajara, Jalisco, México.
- Lizárraga Salas, Frambel y Bravo Torres Coto, Jorge (2015), “Concentración, preponderancia y competencia de la televisión en México”, en: revista *Zócalo*, No. 186, Año XV, Sección Telecomunicaciones, México, D.F., agosto.
- “López obrador: Las privatizaciones en el país no han cumplido con financiar el desarrollo” (2012), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 30 de mayo.
- “Los títulos de Radio Centro son de baja bursatilidad. Grupo Radio Centro pierde 651 mdp. en BMV” (2015), periódico *El Economista*, México, D.F., 13 de abril, en línea: <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/04/13/grupo-radio-centro-pierde-645-mdp-bmv>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- Lucas, Nicolás (2015), “IFT Declara desierta la primera licitación de TV digital en México. Radio Centro desistió en el último minuto de su cadena de TV”, periódico *El Economista*, México, D.F., 10 de abril, en línea: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/04/10/radio-centro-desistio-ultimo-minuto-su-cadena-tv>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- Majluf, Pablo (2015), “Las dos nuevas cadenas de tv: más de lo mismo, pero mejor”, en: *Forbes Mexico*, 19 de marzo, <http://www.forbes.com.mx/las-dos-nuevas-cadenas-de-tv-mas-de-lo-mismo-pero-mejor/>, (consultado el 20 de marzo de 2015).
- Maldonado, Mario (2015), “‘Pancho’ Aguirre iría de nuevo por cadena de TV”, blogs, Historia de NegOCEOS, 22 de abril, México, D.F., en línea: <http://www.elfinanciero.com.mx/blogs/historias-de-negoceos/pancho-aguirre-iria-de-nuevo-por-cadena-de-tv.html>, (Consultado el 27 de mayo de 2015).
- Martínez, Ana y Maldonado, Mario (2015), “En riesgo, activos de Radio Centro que dejó para ir por cadena de tv”, periódico *El Financiero*, sección Negocios, México, D.F., 22 de abril, <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/en-riesgo-activos-de-radio-centro-que-dejo-para-ir-por-cadena-de-tv.html>, (Consultado el 15 de junio de 2015).
- Martínez, Ana (2015), “Consultoras de rating, claves para nueva cadena de TV”, periódico *El Financiero*, México, D.F., 19 de abril, en línea: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/consultoras-de-rating-claves-para-nueva-cadena-de-tv.html>, (Consultado el 27 de mayo de 2015).
- Mejía Madrid, Fabrizio (2005), “Paco Huerta y el fin de la radio popular”, en: revista *Letras Libres*, No. 75, sección Letrillas, México, D.F., marzo, <http://www.letraslibres.com/revista/letrillas/paco-huerta-y-el-fin-de-la-radio-popular>, (Consultado el 18 de mayo de 2015).
- “Minuta Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los Artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78 y 94 de la Constitución Política de los Estados

- Unidos Mexicanos, en materia de Telecomunicaciones” (2013), Mesa Directiva, Cámara de Diputados, Honorable Congreso de la Unión”, Palacio Legislativo de San Lázaro, México, D.F., 21 de marzo.
- Monsiváis, Carlos (1985) “Campañas electorales, espacios deshabitados. Televisión y radio, ajenas a la discusión política”, suplemento *La Cultura en México*, en: revista *Siempre*, núm. 444, México, D.F., 6 de mayo.
- Negrete P, Jorge Fernando, y Bravo, Jorge (2015), “Senado y televisoras sincronizan intereses al posponer ‘apagón analógico’”, en: Mediatelecom, Sección Telecomunicaciones, México, D.F., 22 de octubre, <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/agencia-informativa/colaboradores/item/94659-senado-y-televisoras-sincronizan-intereses-al-posponer-apag%C3%B3n-anal%C3%B3gico>, (Consultado el 1 de enero de 2016).
- “Ninguna posibilidad de arreglo con Aristegui: Vicepresidente de MVS” (2015), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 18 de marzo.
- “No hay reto al Estado; el debate a muy pocos les interesa: Salinas Pliego” (2012), periódico *La Jornada*, México, 5 de mayo.
- “Nuevas cadenas de televisión favorecerán a la audiencia: EPN” (2015), periódico *Excelsior*, México, D.F., 13 de marzo, <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/13/1013137>, (Consultado el 18 de marzo de 2015).
- “Nuevo concurso por canales de televisión” (2015), periódico “*El Economista*”, México, 3 de julio.
- “Piden medalla Belisario Domínguez para Francisco Huerta” (2013), en: *Noticias MVS*, México, D.F., 23 de septiembre, <http://www.noticiasmvs.com/#!/noticias/piden-medalla-belisario-dominguez-para-francisco-huerta-894.html>, (Consultado el 18 de mayo de 2015).
- “Podría haber consulta pública sobre licitación de cadena de TV: IFT” (2015), *UNO TV*, Sección Negocios, México, D.F., 28 de abril, <http://www.unotv.com/noticias/negocios/detalle/podria-haber-consulta-publica-sobre-licitacion-de-cadena-de-tv-ift-301206/>, (Consultado el 27 de mayo de 2015).
- Posada García, Miriam (2015-A), “Grupo Imagen continúa trabajos para salir al aire con la tercera cadena de tv”, periódico *La Jornada*, México, D.F., 30 de octubre.
- Posada García, Miriam (2015-B), “Impacta a Cadena Tres el retraso en el apagón analógico”, periódico *La Jornada*, México, D.F., 22 de octubre, <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/10/22/consecuencias-de-retraso-al-apagon-analogico-para-cadena-tres-consultoria-6232.html>, (Consultado el 14 de enero de 2016).
- Posada, Miriam (2014), “Confía SCT en pronto aval de legislación secundaria en telecomunicaciones”, periódico *La Jornada*, México, D.F., 24 de marzo.
- “Priistas no entienden la legislación: Corral” (2014), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 6 de julio.

- Quintana, Enrique (2015), “¿Por qué no pagó Radio Centro?”, periódico *El Financiero*, México, D.F., 13 de abril, en línea: <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/por-que-no-pago-radio-centro.html>, (Consultado el 27 de mayo de 2015).
- Ramírez, Francisco (2015), “¿Cuánto representa a Radio Centro su fracaso?”, periódico *El Economista*, México, D.F., 10 de abril, en línea: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/04/10/fracaso-radio-centro-representa-cinco-veces-sus-utilidades-2014>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- “Rechaza tribunal revocar la admisión a trámite de amparos a favor de Aristegui” (2014), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 11 de junio.
- “Reforma de telecomunicaciones aprobada con 33 innovaciones” (2013), en: *Dinero en Imagen*, México, D.F., 30 de abril, <http://www.dineroenimagen.com/2013-05-01/19578>.
- Rodríguez Aceves, Nora (2015), “La Constitución, al contentillo de una televisora”, en: revista *Siempre*, No. 3256, Fundación Pagés Llergo, México, D.F., 8 de noviembre.
- Román, Romina (2015), “Radio Centro se endeuda para pagar”, *El Economista*, México, D.F., 14 de abril, en línea: <http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2015/04/14/radio-centro-se-endeuda-pagar>, (Consultado el 26 de mayo de 2015).
- Santa Rita, Ilse (2015a), “Seis respuestas sobre cadenas de televisión abierta”, *CNN Expansión*, sección Negocios, México, D.F., 13 de julio, <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2015/03/12/preguntas-y-respuestas-sobre-las-nuevas-cadenas-de-tv>, (Consultado el 13 de julio de 2015).
- Santa Rita, Ilse (2015b), “Nuevas cadenas de tv en México, ¿y los televidentes qué?”, en: *CNN Expansión*, México, D.F., 16 de marzo, <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/03/13/que-ganas-con-las-nuevas-cadenas-de-tv>, (Consultado el 18 de marzo de 2015).
- Sarmiento, Sergio (2012), “Cadena Nacional. La Hora Nacional ha logrado la unidad de los mexicanos, todos apagan el radio”: periódico *Reforma*, México, D.F., 30 de mayo.
- “Segundo debate, el más visto de la historia” (2012), periódico *La Jornada*, 12 de junio.
- “Sin modificaciones, diputados avalan leyes de telecom” (2014), periódico *El Universal.com.mx*, sección Nacional, México, D.F., 9 de julio.
- “Televisoras ponen en vilo al debate” (2012), periódico *El Universal*, México, D.F., 1 de mayo.
- Torres, Mauricio (2014), “Leyes de telecom, aprobadas en el Senado con preponderancia por sector”, en: *CNN México*, México, D.F., 5 de julio, <http://mexico.cnn.com/nacional/2014/07/04/debate-de-leyes-de-telecom-en-pleno-del-senado>, (Consultado el 7 de julio de 2014).
- Tovar Landa, Ramiro (2015a), “El diseño de las licitaciones sí importa”, en: revista *Zócalo*, No. 183, Año XV, sección Análisis, México, D.F., mayo.

- Tovar Landa, Ramiro (2015b), “Lecciones de la licitación de nuevas cadenas de televisión digital”, en: revista *Zócalo*, No. 182, Año XV, sección Análisis, México, D.F., abril.
- “Vacío de concesionarios saluda etapa obligatoria en los debates” (2012), periódico *La Jornada*, México, D.F., 6 de junio.
- Villamil, Jenaro (2015-A), “Las diez consecuencias de posponer el “apagón analógico”, revista *Proceso*, No. 2034, sección Análisis, México, D.F., 27 de octubre, <http://www.proceso.com.mx/?p=419273>, (Consultado el 15 de diciembre de 2015).
- Villamil, Jenaro (2015-B), “Radio Centro, el consorcio que dio el esquinazo a la cuarta cadena de TV” (Segunda Parte), en: revista *Proceso*, No. 2006, México, D.F., 13 de abril, en línea: <http://www.bibliomedia.com.mx/proceso/>, (Consultado el 16 de junio de 2015).
- “Vive el país un vendaval autoritario, dice Aristegui” (2014), periódico *La Jornada*, sección Política, México, D.F., 17 de marzo.