

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente**

**Repositorio Institucional del ITESO**

**rei.iteso.mx**

---

Departamento de Estudios Socioculturales

DESO - Tesis Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura

---

2004-12

# Las relaciones entre el presidente Fox y la televisión. Un nuevo pacto político

Quezada-García, Narda I.

---

Quezada-García, N. I. (2004). Las relaciones entre el presidente Fox y la televisión. Un nuevo pacto político. Tesis de maestría, Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.

Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/2357>

*Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia:*  
<http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-ND-2.5-MX.pdf>

*(El documento empieza en la siguiente página)*

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE  
OCCIDENTE**

**Reconocimiento de validez oficial, acuerdo SEP No. 15018  
Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de Noviembre de 1976**

**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES  
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD EN LA DIFUSIÓN  
DE LA CIENCIA Y LA CULTURA**



**ITESO  
EL ESPIRITU VIVIFICA**

---

**UNIVERSIDAD JESUITA  
EN GUADALAJARA**

**“LAS RELACIONES ENTRE EL PRESIDENTE FOX Y LA  
TELEVISIÓN. UN NUEVO PACTO POLÍTICO”**

---

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN COMUNICACIÓN  
CON ESPECIALIDAD EN DIFUSIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA  
PRESENTA**

**LIC. NARDA ISABEL QUEZADA GARCÍA**

**Director de tesis: Dr. Guillermo Orozco Gómez**

**Tlaquepaque, Jalisco. Diciembre 2004**

---

## INDICE

Agradecimientos.....	
Dedicatoria.....	
Introducción.....	I

### PRIMER CAPÍTULO

1.1 La teoría política de las élites, clases sociales y poder político.....	1
1.1.1 Las clases sociales.....	1
1.1.2 El Poder .....	3
1.1.3 Aparato Hegemónico del Estado.....	5
1.1.4 División de poderes.....	7
1.1.5 Las élites.....	9
1.1.6 Las élites de los medios de comunicación y sus relaciones con la élite política.....	14
1.1.7 Dos élites mexicanas.....	19
1.1.8 Hipótesis.....	24

### SEGUNDO CAPÍTULO

2.1 La televisión.....	25
2.1.1 Perspectivas sobre la televisión.....	27
2.1.2 Cronología de los momentos políticos de la televisión en México .....	30
2.1.3 Las televisoras ¿una alianza o una guerra?.....	43
2.1.4 Los medios de comunicación.....	47

### TERCER CAPÍTULO

3.1 La metodología.....	52
3.1.1 Ejemplo del análisis de una nota periodística.....	57
3.1.2 Como nació el 12.5%.....	62
3.1.3 Diario Oficial de la Federación el 1º de Julio de 1969.....	63

3.1.4 Análisis de las normas relativas al pago del impuesto del 25% a concesionarios comerciales establecidas en 1968 .....	64
---	----

## **CUARTO CAPÍTULO**

4.1 El Estudio de caso.....	69
4.1.1 Exhibe Fidel Castro charla de 'amigos'.....	69
4.1.2 El nuevo decreto.....	74
4.1.3 Ordenamientos jurídicos.....	75
4.1.4 Sección del desplegado de la Secretaría de Gobernación.....	79
4.1.5 Descripción sobre el 12.5%.....	81

## **QUINTO CAPÍTULO**

5.1 Conclusiones.....	91
5.1.1 Los medios están en la política.....	91
5.1.2 ¿En qué momento fue que la televisión ganó o rebasó al poder político en nuestro país? .....	93
5.1.3 ¿Cuál es el nuevo pacto político, cómo se está dando y cuál es su finalidad? .....	94
5.1.4 Lo que cedió el gobierno a los medios de comunicación "el 12.5 %".....	95

<b>Bibliografía</b> .....	98
---------------------------	----

## **ANEXOS**

### Anexo 1

Análisis de las normas relativas al pago del impuesto del 25% a concesionarios comerciales, establecidas en 1968 y las nuevas disposiciones.....	107
--	-----

Anexo 2	
“Charla de amigos” .....	108
Anexo 3	
Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. En materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión (D.O.F. 10/10/2002).....	119
Anexo 4	
Tiempo del Estado. Análisis de la legislación actual.....	120
Anexo 5	
Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión 10/10/2002.....	121
Anexo 6	
Entrevistas .....	143-144

## **AGRADECIMIENTOS**

Son muchas las personas a quienes tengo que decirles gracias por haberme apoyado de alguna forma en esta etapa de la maestría que hoy concluyo, quiero comenzar por agradecer a una Institución preocupada por el mejoramiento académico de México, me refiero al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), de quien recibí un apoyo económico que me permitió pagar gran parte de mis estudios de postgrado.

Agradezco infinitamente al Dr. Guillermo Orozco, quien fue mi asesor de este proyecto de tesis, y estuvo al pendiente de mis avances, siempre busco la forma de apoyarme y me alentó en las ocasiones que lo necesite, mil gracias Guillermo.

Quiero mencionar a una persona que admiro mucho y además de haber sido mi profesor en la maestría ha sido un excelente jefe del que he aprendido mucho, el Dr. Enrique Sánchez Ruiz, quien siempre estuvo apoyándome en el transcurso de mi trabajo de elaboración de mi tesis, no sólo con material bibliográfico, sino con sus atinados comentarios, muchas gracias Doctor.

Así mismo quiero agradecer al Mtro. Sergio Venancio Ocegueda quien labora en la Universidad de Colima y fue mi profesor en la licenciatura, muchas gracias por haberme apoyado en la revisión de la redacción de mi tesis y con ello pude corregir los pequeños "dedazos" que no estaban a primera vista.

Gracias también al Dr. Francisco Aceves por haberse tomado un tiempo y contestar a la entrevista vía mail, que le envié y que hoy está como parte de mis anexos. Por esta misma situación, nuevamente agradezco al Dr. Sánchez Ruiz.

Indudablemente, no quiero dejar pasar desapercibida la ayuda que obtuve de un querido amigo, el Lic. Manuel Fernando Otero, gracias a él pude hacerme de los Diarios Oficiales de la Federación, documentos que no son fáciles de conseguir, gracias a él los obtuve y están ya como documentos valiosos e importantes en la tesis, gracias Meño.

Agradezco infinitamente a todas aquellas personas que siempre estuvieron preocupadas por mi desarrollo profesional, por saber como iban mis

avances y por escucharme cuando necesitaba hablar con alguien. Gracias amigos y compañeros de la maestría por sus sabios consejos.

Y definitivamente, muchas gracias a mis padres por haberme brindado todo su apoyo y confianza; a mi hermano también muchas gracias por alentarme a seguir cuando más lo necesite.

G R A C I A S, a todos y cada uno de ustedes, mi tesis esta hecha gracias al trabajo que hice, pero también gracias su trabajo y al apoyo que me brindaron, mi eterno agradecimiento.

Licda. Narda Isabel Quezada García

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre 2004

## DEDICATORIA

Esta tesis, quiero dedicarla a dos personas que han estado conmigo durante toda mi vida, dos seres maravillosos que me han enseñado a luchar por mi ideales, a no dejarme vencer tan fácilmente ante las adversidades de la vida y a sobreponerme cuando he tenido momentos difíciles.

Me refiero a mi padres, quienes con su ejemplo de trabajo, de superación y con el enorme deseo de ser alguien en la vida, me han inspirado a ser más, para crecer como persona; quiero que hoy, se sientan orgullosos de mí así como siempre yo he estado de ustedes, gracias por su ejemplo, por su paciencia, por su amor y sobre todo por los enormes sacrificios que han hecho para apoyarme en todos los sentidos de mi vida.

Los amo con todo mi corazón, gracias no sólo por darme la vida, sino por estar en ella.

Licda. Narda Isabel Quezada García



## **Introducción**

### **Los intereses sobre la mesa**

Los medios de comunicación tienen una importancia histórica en el desarrollo político y económico en casi todos los países, y pueden ser considerados “la madre de las ciencias políticas” (De Gasperín 2004). En muchas partes se reconoce que los medios de comunicación fueron y son una base para las transformaciones sociales y políticas en la vida de algunas naciones.

Atendiendo a lo anterior, actualmente son muchos los países que viven en carne propia el conflicto por el control del gobierno sobre los medios y las presiones de éstos hacia el primero, debido a la generación de nuevas condiciones políticas y económicas, que aunque no son totalmente tangibles conforman alianzas entre los medios y el poder político.

Un ejemplo de lo anterior en el ámbito internacional lo constituye el caso de la Cadena Nacional Norteamericana (CNN) con el gobierno del Presidente de Estados Unidos de Norteamérica, George W. Bush. Se percibe que dicha cadena de televisión está plegada al poder político, pues presenta aquello que puede quedar dentro de lo permitido para la difusión de la información y de acuerdo con el gobierno de los EUA, ha emitido informaciones esenciales sin mayor explicación; suponiendo que el televidente ya está al tanto de lo que sucede o bien éste puede inferir por que el suceso habla por sí mismo.

El fenómeno mundial que está sucediendo con los medios de comunicación es visible, y uno de los objetivos que busca la industria mediática es lo que Ignacio Ramonet (2000) subraya: “cada uno de los titanes de la comunicación persigue el querer convertirse en un interlocutor único del ciudadano aunque con ello tengan que estar en medio de un pacto político con el gobierno que les permita generar un control del poder”.

En México a finales del siglo XX e inicios del presente siglo, han venido sucediendo acontecimientos que evidencian la existencia de pactos políticos tradicionales y nuevos pactos entre gobiernos del Partido Revolucionario

Institucional (PRI) y del Partido Acción Nacional (PAN) respectivamente, con los medios de comunicación.

En el caso de nuestro país, tenemos a la gran familia Azcárraga "Televisa" que en su momento formó parte de la familia priísta y junto con TV Azteca más recientemente, ambas con sus pactos políticos con los gobernantes en turno han fortalecido a la televisión mexicana a cambio de dar una lealtad al presidente en turno.

A través de este proyecto de investigación busco conocer cuál es el pacto o el acuerdo político en nuestro país en relación con los medios electrónicos de comunicación, ya que con el paso del tiempo se ha podido observar que la televisión en México ha constituido una "dictadura", capaz de imponer y mantener un modelo de TV único y funcional (Orozco, 2002). Esto con el gobierno priísta. Con ello infiero que ha existido un pacto político entre el poder ejecutivo y los concesionarios de la televisión; pacto que ha venido transformándose, permitiendo que los medios de comunicación hayan cambiado, de ser simplemente medios de entretenimiento, sean una institución, reconocida por algunos como un cuarto poder. Esta industria cultural ha tenido diversos cambios y también ha contado con yuxtaposiciones de imágenes y textos, y se ha visto cómo ha crecido y cómo ha llegado a ocupar un lugar privilegiado en la sociedad civil.

El interés de mi investigación, es entonces, explorar y develar lo que ha cambiado en el pacto político entre gobierno y televisión ya que actualmente muestra indicios de que se ha transformado, y exponer entonces cuáles son las características del nuevo pacto político para que se pueda difundir entre la ciudadanía lo que está sucediendo con nuestra televisión, y generar una mayor conciencia en ella y en los televidentes, sobre la alianza y acuerdo latente entre gobierno y televisión.

Para poder llegar a la sustanciación de esta hipótesis es necesario que tome un estudio de caso, el cual será "el decretazo", la concesión en tiempo real del 12.5 por ciento, que Vicente Fox, actual presidente de la República, regaló a los

medios de comunicación, favoreciendo a los concesionarios de la radio y la televisión y costando recursos cuantiosos a la nación.

Este caso es bastante polémico, puesto que son numerosas voces las que lo han descalificado, por su forma y fondo, estas disposiciones presidenciales hechas el 10 de octubre para la radio y la televisión, no son bien vistas (Trejo, 2002). Infiero que lo que pretendía el gobierno foxista al dar tan “espléndido regalo”, era conseguir a cambio el apoyo de los medios de comunicación, ganar simpatía hacia su persona y conseguir más difusión favorable para los proyectos que está trabajando, puesto que los medios han confrontado ya al poder político y pueden aumentar esta confrontación.

Con esto el presidente Fox confirmó que su gobierno está de rodillas frente a las exigencias de los principales dueños de la televisión y la radio (Trejo, 2002). El haber eliminado este tiempo fiscal, no favoreció para nada a la sociedad mexicana, de nueva cuenta fueron favorecidos sólo algunos, la minoría que ocupa la cúpula del poder en los medios de comunicación. Ahora las 3 horas diarias destinadas al gobierno, fueron quitadas, la oportunidad de ser bien aprovechadas en beneficio social, en difundir campañas de salud y educación, avisos útiles para la población, espacios culturales y en mensajes de partidos políticos, quedaron ya tan sólo en buenos deseos e historia. ¿A cambio de qué o por qué? ¿Será acaso gracias a algún nuevo pacto político generado entre gobierno y medios? Son preguntas que al final de esta tesis podrán ser descubiertas.

Ahora bien, cierro el apartado de la introducción con señalar el contenido de mi tesis. En el primer capítulo presento un marco teórico que abarca una explicación sobre diferentes conceptos que servirán para poder entender después los comportamientos de distintos grupos y así saber cuales son sus funciones, explico un poco sobre cada uno de ellos, empiezo explicando lo que hay con las clases sociales que constituyen un sistema de dependencia mutua o unilatera, es decir que éstas son definidas por su relación social con otra clase social. Y ahora

bien me refiero a lo que conforma una clase social, la división de clases: los gobernantes y los gobernados, los dirigentes y los dirigidos.

El poder fue también una definición abordada, aquí fue necesario identificar plenamente qué es el poder y cómo es entendido por autores clásicos y a su vez expertos en el tema, como es el caso de Poulantzas, Lescieur, Lasswell, Talcot Parsons, Max Weber, Gramsci. Conocer qué es el aparato hegemónico del Estado fue otro de los puntos, ya que surge como elemento político y se conoce que ha sido una organización política de la clase dominante.

Cómo se dividen los poderes en nuestro país es otro concepto mencionado ya que es importante conocer cuáles son las funciones de cada poder (legislativo, ejecutivo y judicial) y de esta forma entender las decisiones que tomen cada uno de estos y ver cómo se gestan las relaciones entre ellos. Después de haber mencionado los conceptos anteriores, hago una exposición a mayor profundidad de las élites puesto que es necesario conocerlas y así poder identificar mejor las relaciones que se dan en el interior, las alianzas o pactos que se producen entre ellas, así como entender cómo se toman las decisiones que serán para la sociedad en general, para las demás clases sociales.

Y por último en este primer capítulo, hago un señalamiento de las élites de los medios de comunicación y sus relaciones con la élite política, es decir, cómo es que la política llegó a la espectacularización, y comenzó a trabajar en conjunto con los medios de comunicación y a partir de ahí discutir cómo se han venido generando o modificando los pactos políticos. En este último planteamiento expongo cuál es la hipótesis que mueve a mi investigación.

Para el segundo capítulo, expuesto como un marco de referencia, abordo la televisión como un medio de comunicación, discutiendo cuáles son y han sido sus funciones y cómo es vista por muchos académicos del área de la comunicación; además de mostrar también cuál es la posición de la televisión en los tiempos que estamos viviendo actualmente; aquí abordare también una cronología de los momentos políticos de la televisión en México y para explorar si los tratos entre las

televisoras fue una alianza o una guerra, o simplemente si fue una estrategia comunicativa.

En el tercer capítulo expongo la metodología y justifico el tomar el estudio de caso, pero antes de esto se define qué es un estudio de caso, cómo se lleva a cabo y los pasos que se tienen que tomar en cuenta. Después de eso, ejemplifico con una nota periodística cómo es que voy a realizar el análisis de las demás notas o artículos periodísticos, todo esto siguiendo una metodología inspirada en el libro de Yin. Y de esta forma hacer la narrativa del 12.5% basándome en el análisis de datos. Finalizo este capítulo mostrando como es que se dio el 12.5 %, es decir cuáles son sus raíces, y muestro lo que se publicó en el Diario Oficial de la federación (D.O.F.). Con ello cierro y dejo la idea de lo que fue antes el 12.5% para posteriormente mostrar lo vigente y poder llegar a entender mucho de lo que se ha llevado a cabo.

En el capítulo cuarto realizo el estudio de caso. Con cada una de las notas sigo la metodología que planteé en el tercer capítulo y con ello llego a la interpretación de mi evidencia expuesta. También muestro cómo es que está en la actualidad la Ley Federal de la Radio y la Televisión para así equiparar los cambios y poder sacar algunas de mis conclusiones.

Finalmente cierro esta tesis con las conclusiones y con la presentación de algunas entrevistas que realicé a algunos académicos expertos en el tema de los medios de comunicación y la política.

# PRIMER CAPÍTULO

**“Un país pertenece a quien  
controla los medios de comunicación”**

**Umberto Eco**

## **1.1 La teoría política de las élites, clases sociales y poder político**

Para este primer capítulo, es indispensable que nos adentremos en el conocimiento de la teoría política y poder el significado de algunos conceptos de la misma, de las clases sociales, de las élites políticas y del poder político, además de algunos elementos que curiosamente siendo los primeros, los más elementales, son los primeros en ser olvidados; me refiero a la división de clases: los gobernantes y los gobernados, los dirigentes y los dirigidos. Términos que más adelante serán definidos por autores como Piñón (1987); con esto busco contar con una base que sirva como fundamento para la posterior discusión sobre las alianzas que infiero existen entre las élites y el poder político, así como los pactos que se generan entre éstas para controlar y mantener la hegemonía entre las clases sociales.

### **1.1.1 Las clases sociales**

Comienzo con este viaje de conocimiento y de estudio sobre las clases sociales retomando a quien fuera uno de los teóricos más eruditos en esta área, Marx, quien dice que la historia de todas las sociedades que han existido hasta nuestros días, es originalmente la historia de las luchas de clases; Marx en su manifiesto comunista expone esta lucha constante entre hombres libres y esclavos, patricios y plebeyos, señores y siervos. Según Marx, mediante estas luchas se va entendiendo el significado de las clases sociales, se razona el por qué la sociedad va dividiéndose cada vez más en dos grandes campos enemigos, las dos grandes

clases que se enfrentan directamente: burguesía y proletariado. Marx señala que la sociedad está dividida en elementos diversos constituidos tales como el nacimiento, el rango social y la propiedad. Curiosamente, aunque la obra de Marx está invadida por el tema de clases sociales, éste no realizó una exposición sistemática completa de la teoría de clases.

Ahora, abordando más aún sobre las clases sociales retomamos tal y como Olin Wrigth (1978) explicaba, el concepto de clase, que puede ser comprendido en términos gradacionales o términos relacionales (Feito, 1995). Explicando un poco, cuando se hace un análisis gradacional la división de la sociedad es en grupos sociales y tiene cada grupo un lugar en función del grado en que poseen la característica que constituye el criterio de división de la sociedad, el cual puede ser el nivel de renta, el estatus, etc. Hay un rasgo que es muy distintivo para el enfoque gradacional, las clases son caracterizadas como entes que están por debajo o encima de otras clases. Y cuando se habla en términos relacionales es cuando las clases sociales constituyen un sistema de dependencia mutua o unilateral, es decir que aquí las clases sociales son definidas por su relación social con otra clase social.

Para Poulantzas (1980:30) el significado de las clases sociales era: "grupos de agentes sociales determinados principalmente, pero no exclusivamente por el lugar que ocupan en el proceso de producción" esto es en la esfera económica, la clase pues, se define para él por su lugar en el conjunto de las prácticas sociales, mejor entendido, por su lugar en la división del trabajo que abarca las relaciones políticas e ideológicas. Estas estructuras de las que nos hablan son las clases que van creciendo o desapareciendo en la constante lucha política que es a su vez la lucha de clases en la que el poder va teniendo su concepción y acrecentando su presencia, esto es porque el poder nace en el campo de las prácticas de clase; toda relación de clase es una relación de poder, puesto que ciertamente las clases sociales tienen que ver con el poder.

Ahora como señalara Parsons: "Las clases deberían definirse como un agregado de unidades tales, individuales o colectivas, que en su propia estimación y en la de los demás en la sociedad ocupan posiciones de un estatus aproximadamente igual" (Feito, 1995:45). Una clase social podría decirse que está determinada según como se relacionan los actores sociales en la transformación del mundo por el trabajo y por la apropiación del producto en la propiedad privada. Tal y como lo señalara Marx, las relaciones de clase no son relaciones de individuo a individuo, sino de obrero a capital.

Autores diversos hacen tipificaciones de las clases sociales. Para pensarlas mejor aquí, se habrán de entender con la siguiente clasificación: clase alta, clase media, clase baja y un nuevo término que se ha venido usando a lo largo de las tres últimas décadas y utilizado por primera vez por el sociólogo sueco Gunnar Myrdal (1969), la infraclase. Este término abarca aquellas familias e individuos que se encuentran en los estratos más bajos de la sociedad. Incluye a los pobres de larga duración. Para Myrdal el problema consiste en el desempleo estructural, particularmente de los crecientes niveles de titulación educativa exigidos para trabajar (Feito, 1995).

Es necesaria la comprensión del significado de la clase social, porque son estas las que conforman principalmente el funcionamiento de los aparatos de Estado y de las ideologías, si no se entiende que son y cuáles son sus funciones, difícilmente podremos entender los movimientos que se generan en su interior y el rol que ejercen con el exterior.

### **1.1.2 El poder**

Como resultado de las clases sociales y la mancuerna en que se conforman éstas se establecen las constantes luchas para sobrevivir en un Estado que privilegia a las clases dominantes. Aquí surge el asunto del poder tomando las acepciones de Poulantzas (1980). Pero, ¿qué es el poder? El diccionario indica que es el vocablo que traduce dominio, facultad y jurisdicción que uno tiene para



mandar a ejecutar alguna cosa (Diccionario Aristos, 1975). Para Lescieur (2000) la estructura de poder es el conjunto de condiciones y factores que hacen posible el ejercicio de la soberanía, basándose siempre en relaciones políticas, ahora bien hay que entender que el poder no es una cosa que uno tiene como se puede tener una televisión, un carro, sino que el poder es el resultado de una relación en el que unos obedecen y otros mandan (Del Águila, 2000).

El poder además está muy vinculado no sólo ni de forma prioritaria con la fuerza o la violencia, sino con las ideas, creencias y valores que ayudan a la obtención de la obediencia y dotan de autoridad y legitimidad al que manda. El poder político, señalan algunos autores, debería radicar en la voluntad colectiva de un pueblo; esa voluntad sin reglas de comportamiento social ha de desencadenar una fuerza y una lucha permanente, en la que únicamente los más fuertes física o económicamente, han de sobrevivir (Lescieur, 2000).

Para Lasswell el poder es el hecho de participar en la adopción de decisiones; mientras que para Max Weber el poder es la probabilidad de que cierta orden de contenido específico sea obedecida por determinado grupo, es decir, la posibilidad de que un actor en una relación pueda estar en disposición de llevar a cabo su propia voluntad pese a la resistencia de los otros y sin que importe por el momento en que descansa esa posibilidad (Del Águila, 2000); las decisiones que expresan estos dos autores son aquellas que benefician a ciertos grupos dominantes que para este caso son las élites, que resultan beneficiadas al decidir y ordenar disposiciones aunque afecten a otras clases sociales no privilegiadas en ningún sentido.

Por su parte, Talcot Parsons tiene una definición más solidaria: el poder es la capacidad de ejercer ciertas funciones en provecho del sistema social considerado en su conjunto. Aquí el autor no pone límites en los beneficios por las decisiones o acciones que se lleven a cabo, lo ve como algo que pudiera ser democrático, que ciertamente sería lo ideal. Karl Marx entiende que el poder lo tiene aquel que tiene mayor producción, sus opiniones giran en torno al capital, al

producto obtenido y a su plusvalía. Es decir, el poder es para ayudar a generar más poder y capital.

El poder, entonces, no puede ser aplicado a las relaciones interindividuales. Este concepto se refiere a la capacidad de una clase para realizar intereses u objetivos específicos. Reflexionar sobre el poder según Gramsci (Piñón, 1987), no es tener en cuenta tan sólo una relación dialéctica o mecánica, como si fuera algo técnico, hay que romper con los moldes de una supuesta y fría división del trabajo, una buena reflexión no debe perder de vista la discusión filosófica- política de Hobbes, Comte, Spencer y desde luego no olvidar el punto de vista de la teoría política de Marx, Pareto, Mosca y Michels.

### **1.1.3 Aparato Hegemónico del Estado**

El “aparato hegemónico del Estado” surge como elemento político y se conoce que ha sido una organización política de la clase dominante, que ha tenido como responsabilidad mantener el orden existente y resistir frente a los intereses de las clases menos privilegiadas; este fenómeno surge de manera análoga con la estratificación social diferenciada. De esta forma el Estado puede garantizar coercitivamente un poder público de “ciertas” seguridades para la clase privilegiada. El aparato hegemónico del Estado ha sido un instrumento de las clases dominantes.

El Estado de tal manera, aparece como el espacio en que se organizan las relaciones entre dominantes y dominados. Para Gramsci esa función mediadora la cumplen los intelectuales o académicos; la hegemonía es dirección política y dirección cultural (“además de la unidad de los fines económicos y políticos, la unidad intelectual y moral”). En este plano analítico, Gramsci (Piñón, 1987) coloca su interpretación del hecho estatal como un modelo de dominación mucho más complejo del que puede derivarse de las teorías del estado-instrumento (Portantiero, 1987). Del trabajo de Gramsci es de donde surge la definición del aparato hegemónico del Estado.

En este Estado planteado por Gramsci, como ya se veía anteriormente, éste comienza a penetrar en la sociedad civil y en el interior de ésta. A su vez, las masas se organizan en grandes partidos y sindicatos. Es como Portantiero (1987:57) expone sobre la concepción del Estado Gramsciano, el Estado no es un instrumento: "es todo el complejo de actividades prácticas y teóricas con las cuales la clase dirigente no sólo justifica y mantiene su dominio, sino también logra obtener el consenso activo de los gobernados".

Estas concepciones del Estado, permiten que se comprenda cómo era entendido el aparato hegemónico, y con ello las relaciones de poder que se venían creando en las clases sociales formadas en ese entonces, y saber además que cuando el aparato se agrieta como sucedió en el periodo de la posguerra, el ejercicio de la hegemonía se hace permanentemente difícil y aleatorio, es decir, se crea una crisis.

Para Gramsci (Portantiero, 1987) el resultado de la crisis hegemónica como crisis de representación, es un proceso por el cual las formas tradicionales de organizar la relación entre gobernantes y gobernados se desplazan del campo político y refuerzan la posición relativa del poder de la burocracia (civil y militar), de las altas finanzas, de la iglesia y en general de todos los organismos relativamente independientes de las fluctuaciones de la opinión pública.

En sí, al plantearse un discurso sobre el aparato hegemónico del Estado frente al fenómeno político, me remitiré a un punto articulador: el Poder; a todas las formas de gobierno que descansaron sobre el Estado y a todas las formas de poder.

**Aristocracias "el poder es ejercido por las personas más notables del Estado";**  
**oclocracia "gobierno de la muchedumbre o de la plebe";** **democracia "basada en el reconocimiento del principio de que toda autoridad emana del pueblo y se caracteriza por la participación de éste en la administración del estado";** **tiranía "gobierno ejercido por un tirano, abuso o imposición en grado extraordinario de cualquier poder, fuerza o superioridad ";** **monarquía "forma de gobierno en que el poder**

supremo reside en una sola persona, el monarca"; oligarquía "gobierno de pocos, el poder político es ejercido por una minoría que controla al mismo tiempo los bienes de producción del país"; fisiocracia "el centro de su teoría es la tierra, que es el único factor productivo creador de riqueza y por tanto la clase de los agricultores suministra riqueza a las restantes clases sociales, eran contrarios a la intervención gubernamental en materia económica"; burocracia "encarna y asume funciones de interés colectivo que responden a un determinado tipo de organización"; poliarquía "gobierno de muchos"). (definiciones tomadas de Salvat, 1976).

En sumo el poder hace que se deriven los tres poderes: legislativo, ejecutivo y judicial.

#### **1.1.4 División de poderes**

El hacer esta separación de poderes es atinada, tal como lo señala Carpizo (en Lescieur, 2000): esta separación de poderes vino a ser el aspecto dinámico para impedir la violación de la libertad. El principio según el cual los poderes legislativo, ejecutivo y judicial deben estar separados y ser independientes entre sí para que se pueda establecer un sistema de controles y equilibrios que limite las facultades del gobierno y salvaguardar los derechos de los individuos (Deutsch, 1976), esta división de poderes fue concebida por Montesquieu y Locke. Sobre lo que Montesquieu expresó "para que no pueda abusarse del poder, es preciso que, por disposición misma de las cosas, el poder detente al poder", aunque su insistencia de que debían confiarse respectivamente a un personal diferente fue mayor que su predecesor (Lipson, 1964). Como solución Montesquieu indicó que el poder se debe dividir en su ejercicio en: Ejecutivo, legislativo y judicial. En nuestro país este principio de división de poderes fue acogido desde la Constitución de Apatzingán, en el año de 1814 (Lescieur, 2000).

Para explicar un poco más sobre esta división de poderes habré de exponer una por una las funciones que tiene cada uno de estos y cómo son conformados, para que posteriormente se pueda entender lo que sucedería si hubiera un desequilibrio entre la relación de alguno de ellos.

El órgano del poder ejecutivo está representado por la figura del presidente de la República, y para el caso mexicano las facultades están exprofesamente conferidas en el artículo 89 constitucional, mismas que son enlistadas enseguida (Lescieur, 2000):

- a) Facultades de promulgación y publicación de leyes federales**
- b) Facultades de ejecución**
- c) Facultades de reglamentación**
- d) Facultad de nombramiento**
- e) Facultades extraordinarias y de suspensión de garantías**
- f) Facultades de representación internacional**
- g) Facultades de jefatura militar y en materia de guerra**
- h) Facultades materialmente jurisdiccionales**
- i) Facultades crediticias**
- j) Facultades de auxilio público y colaboración interinstitucional**

La obligación es de actuar conforme a la constitución u otras leyes, así como limitarse en el ejercicio del poder frente a los particulares.

En cuanto al órgano del poder legislativo, esta tarea es considerada como la más importante manifestación del acto de gobierno. El Estado cumple sus fines y su objeto a través de 3 funciones definidas: la legislación, la administración y la justicia. La legislación por sí misma produce un poder de dominación total que, ajustada la realidad a la legalidad como aspiración Hegeliana, se traducirá en un Estado perfecto de Derecho. El órgano legislativo normal del Estado mexicano es el Congreso de la Unión, principalmente integrado por dos cámaras: Diputados (electos por mayoría relativa y representación proporcional) y Senadores (electos

por mayoría relativa, 2 por cada estado de la federación y 2 por el Distrito Federal).

El poder judicial, está representado en particular por la Suprema Corte de Justicia, máximo tribunal nacional; no presenta un panorama muy diferente al planteado para el poder legislativo, las funciones adscritas al poder judicial pueden separarse, con propósitos analíticos en dos: administración de la justicia y guardián de la Constitución (Mayer, et al, 2002). Los regímenes que han adoptado la doctrina y la estructura de la separación de poderes incluyen previsiones para regular la relación entre el poder judicial y las otras ramas de gobierno y para dotarlo de medios suficientes con el fin de que éste pueda llevar a cabo sus funciones. La bibliografía que se ha ocupado del poder judicial en América Latina lo califica de políticamente débil y dependiente del ejecutivo.

Es importante que se mantenga un equilibrio entre estos tres órganos de poder, para que pueda existir una forma de gobernar equilibrada, si se viera la inclinación de uno de estos hacia otro podría tener consecuencias atroces tanto política, económica y socialmente, donde el más perjudicado sería el pueblo, siendo que el deber de estos tres poderes es velar por los intereses de la ciudadanía.

### **1.1.5 Las élites**

Después de haber dado un contexto sobre las clases sociales, un poco sobre el aparato hegemónico del Estado y el Poder político, continúo con lo que sería el entendimiento de las élites con mayor profundidad. De esta manera se podrán conocer mejor las relaciones que se dan en el interior, las alianzas o pactos que se producen entre ellas, así cómo entender como se toman las decisiones que serán para la sociedad en general, para las demás clases sociales.

Para objetar la teoría de la lucha de clases de Marx, Pareto (Jaguaribe, 1972) formuló la categoría de élite, a la vez que destacaba que no era una clase. Aunque las clases sociales, como diríamos hoy, estarían determinadas en alto

grado por factores descriptivos, dado que la mayoría de las personas pertenecen a una clase porque nacieron en ella, la élite representaría sólo una capa social funcional basada en la capacidad personal.

Es necesario hacer una reflexión sobre los dominantes y dominados, gobernantes y gobernados, clase dominante, élite política, élite del poder, clases dirigentes, clases gobernantes, directivos [...] (Piñón, 1987), que son objetos formales sobre el fenómeno del poder.

Esta división de clases marca perfectamente el mundo elitista en que estamos viviendo, un mundo que no se siente obligado a asumir una responsabilidad ante la sociedad: los dominantes toman sus decisiones propias sin tomar en cuenta las necesidades de los dominados, son cosas distintas lo que quieren las élites políticas dominantes que sólo llevan el beneficio propio y también para las clases gobernantes, dirigentes y directivos; es una situación que no ha cambiado desde siglos atrás y que afecta la situación actual de México en pleno siglo XXI, en que las élites políticas han sido sordas y no han escuchado el reclamo de un pueblo cansado de los abusos y del distanciamiento de los poderosos. Y como la historia no espera, pudiera convertirse como afirma Vilfredo Pareto en “el camposanto de las élites” (Fiorot 1987).

Gaetano Mosca (1984:25), define a las “élites como los grupos de dirigentes”. Estas élites están inscritas en un contexto de cultura y de valores fuertemente ligados al mundo del derecho, a las instituciones y a la política. Mientras que para otro autor, Vilfredo Pareto, las élites están ligadas a una dimensión económica y sociológica propia del trabajo científico de su autor. (Pérez y Ettore, 1987). Mi posición para entender a las élites es como lo señala Mosca, son los grupos dominantes quienes están al frente de la mayor parte de las instituciones públicas, privadas y políticas, así como de los medios de comunicación, son grupos muy pequeños quienes tienen el control y se ven beneficiados con sus propias decisiones. A estas élites se les puede llamar también élites superiores y están compuestas por sujetos que son presidentes, monarcas, ministros, militares destacados, miembros legislativos y algunos empresarios.

Pareto señala en efecto que las élites llevan en sí los gérmenes de su desarrollo y de su decadencia; por tanto, estas imprimen un movimiento ondulatorio a los fenómenos sociales. Estas, pues, nacen, crecen y mueren, atravesando por posiciones de equilibrio análogas a las sucesiones de los estados de equilibrio que se pueden notar en los organismos vivientes (Fiorot, 1987).

Para tener más conocimiento sobre las élites vale la pena referirse al concepto sobre estas tomado de una enciclopedia: "Minoría que dentro de la sociedad global ocupa un lugar de privilegio, por su saber, riqueza o funciones de mando y control" (Salvat, 1976).

Las élites superiores se pueden identificar por lo que se conoce como "el método de la posición", es decir a través de ver que posiciones ocupan estratégicamente en el sistema de toma de decisiones de un país y que tienen una influencia considerable, a menos que sean sumamente incompetentes.

Las élites políticas dan lugar a 2 tipos de gobierno:

**"1 Gobiernos que usan preferentemente la fuerza material y lo sentimental. (La circulación social es lenta, gobiernos que son poco costosos y poco productivos. Aquí las instituciones políticas y sociales se cristalizan aunque no acrecientan conquistas para la nación misma).**

**2 Gobiernos que usan principalmente el arte y la astucia (Estos tipos son muy costosos y producen riquezas, prosperan hasta que la producción es superior a los gastos. Poco a poco pierden su fuerza)" (Fiorot, 1987).**

Siguiendo con las élites políticas, los tipos de gobierno que pueden vivir en sus entrañas, es conveniente realizar algunas reflexiones en torno a las élites mexicanas. Algunos autores han señalado que en México nos encontramos ante la presencia de un Estado fuerte y centralizado, que tiende a tener autonomía relativa respecto de la sociedad civil, que desempeña un papel activo en la vida económica, social y política (Revue, 1987).



Existen cuatro tipos de élite: cultural (intelectuales y hombres de ciencia), económica (empresarios y administradores de la capa superior), política (grupo político gobernante, políticos de una democracia de masas, militares destacados) y social o de participación (uno o varios grupos de status superior) (Jaguaribe, 1972). Es importante conocer los tipos de élites que se pueden dar para poder reconocer los efectos que cada una de estas pueden tener por sí mismas o como respuesta al estímulo de otra, por ejemplo las élites políticas dan a las culturales aplicación de las normas y obtienen legitimidad; ofrecen seguridad a las sociales y consiguen apoyo; entregan orden a las económicas y obtienen solvencia en el sentido de que los medios financieros hacen frente a los gastos políticos y gubernamentales.

Entre la élite política y la élite económica, se pueden advertir características que las diferencian pero que no son antagónicas y no impide una circulación de la esfera económica a la esfera política. Dentro de la élite política se puede observar el predominio de una ideología estatista, basada en una fetichización del Estado y de sus funciones (Revueltas, 1987), y de la que se deriva un ethos burocrático que sobre valoriza el poder y la suficiencia, la jerarquía y la subordinación, pero que no impide por ello la corrupción.

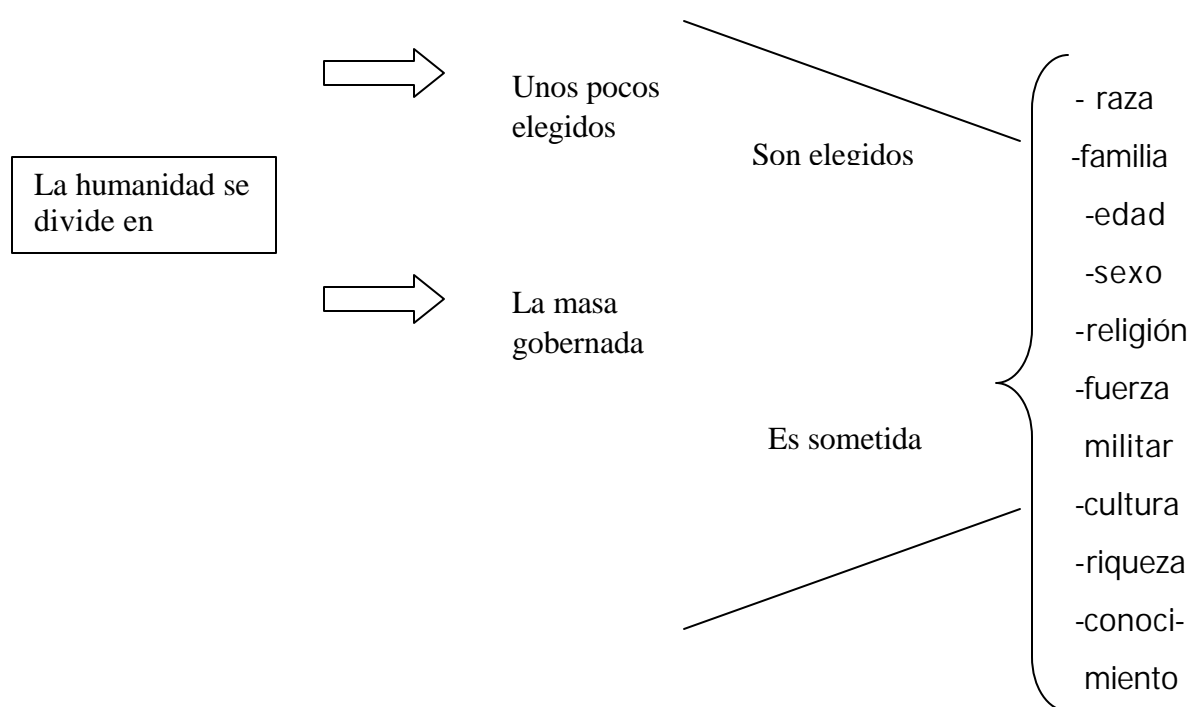
Los orígenes en la formación del Estado moderno mexicano, la consolidación de la élite que detenta el poder, así como las relaciones que se establecen con la sociedad civil son producto de una evolución histórica en la que se observan momentos de continuidad y ruptura, avances y retrocesos, oposiciones y contradicciones, el todo cubierto de espesos velos ideológicos que ocultan y disfrazan la realidad (Revueltas, 1987).

Desde el Estado las élites han tenido un papel activo en la economía, puesto que es quien elabora las estrategias de crecimiento en la nación. Con ello pues se puede comprender más la importancia que tienen las clases sociales, el papel que juega el Estado como aparato hegemónico, el poder, las élites políticas en la vida social, económica y política de un país. Las élites juegan un papel decisivo para la toma de decisiones y las relaciones que se dan con otras instituciones, en este

caso y para interés de esta investigación, la relación que existe con los medios de comunicación, específicamente, la televisión.

En esta sociedad vivimos en grupos (clases sociales, élites, instituciones) a fin de satisfacer para todos y cada uno las necesidades que no podemos satisfacer solos. Los grupos son el resultado de nuestra cooperación en cuestiones de interés común y de competencia.

Las clases sociales en las cuales estamos ubicados socialmente son representadas de una forma certera por Lipson (1964:78):



Con esta figura se puede percatar que la sociedad está dividida por dos grandes grupos, los sometidos quienes están por debajo de otra clase social como lo señala desde el enfoque gradacional Olin Wrigth y los sometedores que es un grupo de minorías, que al ser parte de esta élite tienen que cumplir con ciertos requisitos, el canon occidental establecido, el pertenecer a una raza blanca, el tener una familia moral y socialmente correcta, es decir bien establecida, una religión que tenga la mayoría, un grado alto de cultura, conocimientos y que tenga un nivel económico solvente, la edad, el sexo y la fuerza militar son importantes

pero no se pueden ver tan marcados como con los otros rasgos que pueden diferenciar a este grupo de elegidos de los sometidos. Además esta clase controladora tiene el mando en los medios de producción y del producto social, son quienes comúnmente tienen en sus manos la explotación y la dominación en los niveles económicos, políticos, ideológicos y sociales.

La masa gobernada cumple también con los cánones establecidos sólo que en el sentido contrario: no hay riqueza, no tienen un nivel cultural y económico bueno, son personas que no tienen muchos conocimientos y que por tanto son sometidos fácilmente por las clases más agraciadas. Esta clase es la trabajadora víctima en cierta forma de los elegidos, son mira de puntos para la corrupción, la descalificación y la marginación.

Resulta necesario conocer como son los comportamientos entre estos dos grupos y saber como están conformados así como las relaciones que existen entre ellos, y los pactos que pudieran generarse.

### **1.1.6 Las élites de los medios de comunicación y sus relaciones con la élite política**

Recapitulando, exponer a las clases sociales, al poder político, al aparato hegemónico del Estado, así como el conocer a las élites políticas es de suma importancia para este proyecto; al unir cada uno de estos conceptos con los aparatos masivos de comunicación, se podrá deducir mucho de la hipótesis de este trabajo. Tiene que haber un entendimiento de los comportamientos de aquellos que integran al poder político, a las diferentes clases y al aparato hegemónico del Estado así como las relaciones que tienen con los medios de comunicación, y tratar de mostrar lo que infiero existe respecto a los pactos políticos o alianzas que se dan entre estos dos grupos de actores, los de la vida política y la televisiva. Ya que en México a finales del siglo XX e inicios del presente siglo, han venido sucediendo acontecimientos que evidencian la existencia de pactos políticos tradicionales y nuevos pactos entre gobiernos del PRI y del PAN con los medios de comunicación.

Antes de adentrarme más en los medios de comunicación considero pertinente explicar qué son los partidos políticos para que pueda así entenderse de una mejor manera sus funciones y las acciones que estos llevan a cabo.

Partidos políticos:

El artículo 41 de nuestra carta magna les da cuatro connotaciones fundamentales:

- a) **Los define como entidades de interés público.**
- b) **Que tiene como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática.**
- c) **Que contribuyen a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacen posible mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo, el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan.**
- d) **Los partidos políticos nacionales (al igual que aquellos a los que autorizan algunas legislaciones locales como organizaciones políticas regionales) tienen derecho a participar en las elecciones estatales y municipales. (De la Torre s/f : 63)**

Exponiéndolo de una forma más sencilla se entiende que un partido político es una organización de ciudadanos unidos por una causa común, para llegar a permanecer en el poder, a fin de poner en práctica los programas y las propuestas que, de acuerdo con su ideología, expone a la sociedad en su conjunto.

Ahora bien, después de hablar sobre los partidos políticos retorno con los medios de comunicación. Señalo lo que Javier Esteinou nos permite entender acerca de estos, vistos como aparatos hegemónicos de Estado y para posturas de este capítulo tomaré la perspectiva de este autor. A partir del surgimiento de los aparatos hegemónicos de Estado a principios del siglo XX, la sociedad occidental, y en particular los pueblos en vías de desarrollo, inician una etapa de transformación cultural, que afecta a todos los niveles de su vida social. Dice Esteinou (1983) que los medios masivos de comunicación se han convertido en los bastiones culturales que crean el proyecto de nación, patria, política, educación, historia, en una palabra "de memoria social".

Es importante saber que los medios de comunicación no operan solamente como simples instituciones de esparcimiento, diversión, cultura o educación, sino que además son aparatos que a través de su inserción orgánica en el proceso global de circulación de mercancías, desempeña una función medular al interior del proceso de producción y reproducción de la sociedad.

En estos tiempos se puede ver y comprender lo que Umberto Eco expone: "Un país pertenece a quien controla los medios de comunicación", y en este nuevo proceso en que se ha venido advirtiendo del poder de los medios de comunicación sobre el poder político se puede comprender perfectamente. Ya el gobierno ha sido superado en la toma de decisiones sobre los medios, porque son ellos mismos quienes se controlan, se manejan de acuerdo a sus intereses.

Sin embargo como señala Orozco "Cinco decenios de televisión y televidentes en México, a pesar de todas las contingencias históricas, han permitido un gran aprendizaje: el único límite real al poder desbocado de la televisión y sus aliados, somos los televidentes". (Orozco, 2000).

No obstante estas historias de poder y sus relaciones creadas a través de los medios masivos de información no son algo nuevo, estos lazos entre política y medios de comunicación no es algo que se dio de la noche a la mañana, fue algo que se fue cocinando con el paso del tiempo; los pactos ya habían comenzado a generarse. Haciendo un poco de historia; con el gobierno Porfirista los medios aunque en ese tiempo eran los periódicos locales, se enfrentaban a las corrientes revolucionarias que iban en contra del gobierno, con la condicionante de recibir a cambio el apoyo económico por parte del gobierno (Zanella, 2004).

Como éste fueron más los casos que se dieron, tan es así que en otro tiempo, en la época del Presidente Juárez él mismo expreso: "No conozco otra fuente de poder más que la opinión pública, basada en los medios de comunicación; mi afán será estudiarla, mi invariable empeño será sujetarme a sus principios" (Zanella, 2004:8). Una vez más se demuestra el conocimiento que se tiene de lo que pueden llegar a ser los medios de comunicación, y es donde nace el interés por tener buenos pactos o alianzas con los mismos.

Es de suma importancia que se señalen además los prototipos de medios de comunicación (televisión) que existen; que serían los medios de estado, los medios privados y el mixto, que es el prototipo de México, existe una televisión privada y una de estado, aunque es más fuerte la privada, en las líneas siguientes profundizaré más al respecto.

La televisión privada (medios privados) no vive precisamente del Estado, ésta se sostiene gracias al autofinanciamiento, vende programas y espacios para todo tipo de anunciantes de productos de consumos o servicios; además cuenta con una enorme cobertura, llega a los televidentes a través de sistemas de Televisión abierta, por cable y antenas satelitales. (Reyes, 2004) Cabe señalar que México presenta uno de los más altos grados de concentración en las televisoras y radiodifusoras, gracias a la discreción con que son otorgadas las concesiones, que tienen que ver con las relaciones que existen entre el gobierno y los concesionarios de dichos medios. El ejemplo claro está en que la mayoría de las concesiones están en manos de dos televisoras; el grupo Televisa tiene 306 estaciones y TV Azteca 180, es decir que cuentan con el 87 por ciento de las estaciones de televisión. (Sánchez Ruiz, 1989) Esto muestra que la televisión privada mexicana ha sabido llevar una mancuerna con el gobierno, permitiendo que se hicieran beneficios mutuos tanto para la televisión como para el régimen en turno, aunque las formas de mantener estas buenas relaciones, infiero, han cambiado.

La televisión de Estado (medios de estado) es la que no tiene una finalidad de lucro, sino otros objetivos (Fuenzalida, 2000: 13), esta televisión subsiste gracias a los impuestos pagados por los habitantes del país. En México a pesar de que se cuenta con canales de transmisión, la televisión se ha visto carente de un proyecto sólido y distintivo. En México la televisión estatal está administrada por el gobierno; los canales que existen son los siguientes: canal 11 es la Televisora Cultural del Instituto Politécnico Nacional (IPN); canal 22 pertenece al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA); la red de Radiodifusoras y Televisoras Estatales y Culturales A.C. y el Sistema EDUSAT operado por la Secretaría de Educación Pública (SEP). (Reyes, 2004)

Como hemos visto, nuestro país cuenta con un prototipo de medios mixto, la televisión privada está en manos de los grupos Televisa y TV Azteca y por su parte la televisión de Estado está apoyada por el gobierno. Estos apoyos han sido brindados gracias a las concesiones otorgadas desde los inicios de la televisión en México, y los acuerdos que hubo entre el gobierno priísta y el grupo de pequeños empresarios.

Después de hablar sobre los medios de comunicación, específicamente sobre la televisión, hay que señalar que estos son el único poder autocrático que en la práctica política permanece sin ser supervisado a fondo por el interés colectivo y cada vez más, se propone la autorregulación como herramienta básica para el acotamiento de los medios y no la ley como reflejo del interés social y político (Esteinou, 2004 b).

Algunos autores como Alva de la Selva o Esteinou, entre otros, han señalado que la alternancia en el gobierno no sólo tuvo la capacidad de cambiar la historia moderna del país, sino que representó también la oportunidad de replantear la relación medios- poder político, debate muy fuerte hasta nuestros días, dicho comentario apoya el interés para la hipótesis de este trabajo.

A través de este proyecto de investigación mi objetivo general es conocer cuál es el pacto o el acuerdo político en nuestro país en relación con los medios electrónicos de comunicación, ya que con el paso del tiempo se ha podido observar que la televisión en México ha constituido una "dictadura", capaz de imponer y mantener un modelo de TV. único y funcional (Orozco, 2002). Esto con el gobierno priísta. Con ello infiero que ha existido un pacto político entre el poder ejecutivo y los dueños de la televisión; pacto que ha venido transformándose, permitiendo que los medios de comunicación hayan cambiado, de ser simplemente medios de entretenimiento, a un cuarto poder. Esta industria cultural ha tenido diversos cambios y también ha contado con yuxtaposiciones de imágenes y textos, y se ha visto cómo ha crecido y cómo ha llegado a ocupar un lugar privilegiado en la sociedad civil.

### 1.1.7 Dos elites mexicanas

Finalmente, una vez analizado el concepto de élite de acuerdo a las distintas teorías surgidas a través del tiempo, con el objeto de dirigir los antecedentes teóricos hacia el desarrollo del tema para el caso mexicano, procedo a analizar la relación entre la élite política gobernante y la élite de los medios de comunicación, y con ello ayudar a entender mejor cómo se llevan a cabo las alianzas entre ambas; es conveniente entonces aterrizar en el caso que para esta investigación nos atañe: México.

Ahora bien, para comprender a la élite política mexicana y las relaciones entre las mismas es primordial detenerse en las condicionantes sociales que determinan el reclutamiento al sistema político y a la élite. En todas las sociedades, personas con determinados antecedentes sociales logran concentrar el poder. De esta manera, ciertas características culturales, familiares y antecedentes educativos actúan como criterios que permiten el acceso a la élite (Calza y López, 2000). Por ejemplo esto lo hemos visto en los medios de comunicación, quienes obtienen las concesiones son aquellos que pertenecen a familias que han sido desde tiempos atrás dueños de radiodifusoras y que han sido empresarios, que sólo han aumentado su campo de trabajo; también es el caso de los presidentes de la República, han pertenecido a un partido fuerte en el poder, egresados en su mayoría de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) y con estudios de postgrado en el extranjero.

Además tenemos como antecedente que la élite política posterior a 1968, "se conformo a partir de un contexto político y económico marcado por sucesivas crisis, por el desdibujamiento del PRI como partido hegemónico, así como por el agotamiento del modelo de desarrollo estabilizador (Calza y López, 2000:12).

**Se puede reconocer la existencia de una pluralidad de élites económicas en las sociedades capitalistas avanzadas; y que no obstante las tendencias integradoras del**



**capitalismo avanzado, esas élites constituyen agrupamientos e intereses distintos, cuya competencia afecta grandemente al proceso político ( Milliband Ralph, 1992: 48)**

Sin embargo, desde la óptica de Milliband (1992), este “pluralismo de las élites” no impide que las diversas élites de la sociedad capitalista constituyan una clase económica dominante, que posea un grado elevado de cohesión y solidaridad así como intereses y objetivos comunes que trascienden sus diferencias y acuerdos particulares, estas relaciones entre las elites de la televisión y la política permiten la generación de beneficios mutuos.

Así pues, la élite encabezada por la presidencia de la República ha sido desplazada como centro único de conformación del poder político. De ser el punto central que conformaba a los grupos políticos del país, se ha convertido ahora, gracias a las relaciones entre las cúpulas de poder de las élites, en un eje más; ya no podríamos hablar correctamente de un vector unidimensional y unidireccional del poder político, ahora nos referimos a una polidireccionalidad y polidimensional en la construcción de las diferentes arenas políticas, sociedades de públicos y mercados políticos (Calza y López, 2000)

Hoy en día podemos percibir una de las relaciones entre la élite política gobernante y la élite televisiva: ésta se da con Televisa que ha tenido una relación larga y simbiótica con el Partido Revolucionario Institucional (partido gobernante por varias décadas). De ahí la crítica más frecuente contra Televisa: que ha ayudado a perpetuar “una dictadura perfecta”, es decir, la hegemonía ininterrumpida del PRI en lo que supuestamente es una democracia.

**Los críticos han señalado que a cambio de una autocensura estricta, de silenciar a las voces disidentes y de proporcionar una plataforma constante de propaganda para el PRI y el presidente, la Televisa de Emilio Azcárraga Milmo pudo disfrutar de más de 40 años de dominio monopólico de los medios y trato preferencial de las dependencias gubernamentales. (Fernández y Paxman, 2000: 12)**

Para entender las relaciones entre Televisa y el gobierno hay que conocer una larga historia. El monopolio de Telesistema Mexicano (TSM) ahora conocido como Televisa estaba protegido gracias a sus relaciones con el gobierno y permitió que su poder se acrecentara. Un claro ejemplo lo podemos ver con el gobierno del presidente Adolfo López Mateos (1958-1964) quien fue un buen promotor para los medios de comunicación, tan es así que percibió a TSM como una herramienta cada vez más importante en el crecimiento económico del país, para promover la industrialización a escala nacional y fomentar la demanda de los consumidores. Para consolidar las buenas relaciones entre el gobierno y TSM, la administración de López Mateos no dudó en diseñar una ley a la medida de las necesidades de Azcárraga Vidaurreta.

**El 19 de enero de 1960, se publicó en el Diario Oficial de Radio y Televisión, que era la primera ley en la materia en 28 años. A pesar de los esfuerzos realizados por los Diputados Federales, encabezados por el intelectual Antonio Castro Leal, para imponer una reglamentación de interés público para los concesionarios de radio y televisión, el texto final de la ley siguió, más bien, las recomendaciones del sector privado, encabezado por Azcárraga. (Fernández y Paxman, 2000: 91-92)**

Entre otras cosas, la ley permitía a las radbdifusoras y televisoras fijar las tarifas de publicidad sin interferencias del gobierno y además permitía que las concesiones fueran otorgadas por períodos de hasta 30 años. Esta historia de las concesiones dice mucho de las relaciones que existían y aún coexisten entre los medios de comunicación y los gobernantes.

Ahora bien, es importante conocer como se viene dando la espectacularización de la política, puesto que esto puede conducir a los pactos que infiero existen entre los medios de comunicación y los representantes políticos y que a su vez han venido experimentando cambios.

Parte de esta farandulización de la política se debe a las relaciones que se han dado con los medios de comunicación, los medios de comunicación "son concientes de su poder" (Medina 2000: 135). Dice el político español Joaquín

Leguina que: "Sí la política ha de consistir, entre otras cosas, en el debate público en torno a distintas posiciones ideológicas, es obvio que la prensa, la televisión, los medios de comunicación en general, están destinados a jugar un papel primordial en la vida política. En ese sentido, el poder de los medios en una democracia ha sido y es notable. Escrito o no el pacto consiste en que los medios mantengan el principio de veracidad y de objetividad en sus informaciones y respeten la agenda con los problemas reales que la sociedad y la política vayan elaborando. Cuando de forma significativa ese pacto se rompe y los medios se pasan con voluntad decidida a ocupar el papel protagonista, la política no puede sino resentirse" (Medina 2000: 133-134).

Los tiempos han cambiado y debido a la falta de credibilidad de la política, han venido a valerse de los medios de comunicación, han formado ya parte del espectáculo televisivo. Este desgaste de los partidos y la redefinición de su rol en estas épocas críticas y de transformación del modelo económico (Landi 1992), hace que se lleve a cabo la espectacularización televisiva de la política. Quienes comenzaron con estos nuevos rituales de utilización de los medios, fue el PRI, que era apoyado por la gran cadena Televisa (Landi 1992), cuya función era ser un soporte audiovisual de los discursos de campaña, y en estos eventos era cuando se prestaba más para un foro de negociaciones entre las élites políticas de ambos grupos. Cabe exponer aquí lo que Emilio Azcárraga declaró durante una entrevista al diario El universal, el 9 de marzo de 1990: "Con todo el dinero que he ganado con el PRI, es lógico que haga algo por él". Esto es una muestra de las negociaciones que infiero se presentan, dinero-poder (Frattini y Colías s/f: 221).

Hay que señalar además que si analizamos las relaciones entre los partidos, las empresas televisivas y el lenguaje audiovisual en diferentes países, podemos encontrarnos con configuraciones distintas dentro de un proceso generalizado de mediatización creciente de la política (Landi 1992). En México encontramos un partido- estado con una gran consistencia histórica que hasta hace pocos años hacía que la sucesión presidencial fuera en gran medida un tema interno, por lo que el espectáculo electoral central eran sus propias ceremonias.

La televisión tiene una enorme importancia en la cultura mexicana e incide en la constitución de la agenda de temas de la política, pero desde el punto de vista de su lenguaje es sobre todo un soporte del discurso y del ritual de partido oficial. (Landi 1992). La enorme cantidad de imágenes que los espectadores consumimos a través de la televisión contrasta con el escaso acceso a los distintos géneros del periodismo escrito, lo que explica la fuerza que ha tomado la televisión desde el momento en que puso las imágenes al servicio de determinados intereses políticos. La televisión se ha convertido en una fuente importante de creación de opinión pública. La televisión basa el vínculo con su audiencia en el espectáculo.

Es pues como los medios se han vuelto instrumentos de los políticos pero también de los empresarios. Los medios están en la política. El escenario está puesto, la televisión; los actores: los políticos, los gobernantes y figuras públicas en general con suficiente poder político.

¿Cómo se podría entonces conceptualizar esta creciente asimilación del lenguaje político a los módulos de comunicación típicos de la Televisión? Sartori (1998) lo señala de una manera clara, la irrupción de esta videopolítica (que está en relación directa con los partidos políticos de cada país no solamente en México) que es entiendo la farandulización de la política, es porque ahora todo parece estar basado, valga la redundancia, en un videopoder (Landi 1992). El cambio se da a favor de la cultura audiovisual, o mejor dicho, a favor de los concesionarios de los audiovisuales.

Habré entonces de comenzar esta investigación tratando de exponer la historia del poder político de la televisión y saber cuales son las relaciones con los grupos en el poder, con las élites mexicanas. Es necesario conocer y presentar entonces la historia de la televisión, una televisión duopólica que ha tenido varios acercamientos con las clases sociales más privilegiadas.

### 1.1.8 Hipótesis

De aquí nace la siguiente hipótesis motor para el desarrollo de ésta investigación: **Al observar como ha surgido y crecido la industria cultural de la televisión en México, surge la idea y a su vez la cuestión de que el poderío de los medios de comunicación ha rebasado al poder político, tan es así que ha sido necesario transformar el pacto tradicional entre medios y gobierno, y crear un nuevo pacto político entre gobierno y televisión, aunque con ello se tengan que sacrificar las concesiones que anteriormente se tenían en beneficio de la representación política del poder (ejecutivo, legislativo y la democracia representada por los partidos políticos);** entonces habrán de conocerse las características del nuevo pacto político entre los medios de comunicación, específicamente en la industria cultural de la televisión con el poder ejecutivo representado por el Lic. Vicente Fox Quesada. Todo esto con la finalidad de distinguir los pactos políticos que se han generado con los sucesos mismos.

## SEGUNDO CAPÍTULO

### 2.1 “La televisión”

En el capítulo anterior, el análisis sobre las clases sociales, el poder político y las élites, resultó de suma importancia para completar este segundo capítulo, puesto que entendiendo ahora cómo son en su interior las élites, podemos comprender el por qué se hacen ciertas alianzas entre las cúpulas de poder y los pactos que se generan.

Es importante saber además acerca de la política y su relación con la televisión, conocer cómo es que han pactado los medios y la política y vislumbrar la relación de las élites televisivas con el Estado. Para ello se debe saber que actualmente nos enfrentamos ante unos medios de comunicación muy fuertes que forman una élite tan acrecentada como la del grupo gobernante.

Los medios de comunicación a través de sus prácticas ideológicas pueden influir en distintas áreas como la política, la económica, morales, sociales y además realizan funciones financieras, etcétera. Cabe señalar que los medios de comunicación han contribuido a que la representación política se traslade de la esfera pública hacia los medios, gracias a que han tenido la capacidad de hacer que los canales tradicionales de participación, como son los partidos políticos, sindicatos, gremios, etc. vayan quedando secos. Además de que hacen tres funciones vertebrales: “la aceleración del proceso de circulación material de las mercancías, la inculcación de la ideología dominante y su contribución a la reproducción de la fuerza de trabajo (Esteinou, 1983)”

Los medios de comunicación están viviendo además una transición empujada por factores internos y externos. En México la etapa de desarrollo y consolidación de estos corrió aparejada con la vertebración de un sistema político con rasgos autoritarios y semidemocráticos, todo esto bajo la tutela de un partido hegemónico, clientelar, de un Presidente de la república con facultades constitucionales y meta constitucionales. (De Gasperín, 2004)

La elite televisiva ha tenido una trayectoria con diferentes etapas acompañada de una política estatal, que no sólo dejó que el proyecto de la televisión siguiera adelante sino que además fuera adquiriendo un poder político, económico y social, teniendo con ellos el manejo propio de los medios de comunicación. Javier Esteinou (Alva, 2004) hace ver que al actuar de este modo, el Estado mexicano fue perdiendo aceleradamente la capacidad de educación y de dirección ideológica de la sociedad y los medios, esto que habían venido ganando a través de las armas con las revoluciones que el país debió enfrentar. Hemos visto además muchos trabajos de investigación apoyan la tesis de que la política del Estado mexicano hacia la televisión ha sido débil y vulnerable, tan es así que no ha podido alterar el proyecto privado de ésta.

Recordemos pues algunas de las definiciones que mejor encierran el significado de cada concepto; para hacer referencia a las clases sociales, hay que retomar lo planteado por Poulantzas (1980) donde para él las clases sociales son: "grupos de agentes sociales determinados principalmente, pero no exclusivamente por el lugar que ocupan en el proceso de producción". Por su parte, entendiendo al poder político, Max Weber señala que éste es la probabilidad de que cierta orden de contenido específico sea obedecida por determinado grupo, es decir, la posibilidad de que un actor en una relación pueda estar en disposición de llevar a cabo su propia voluntad pese a la resistencia de los otros y sin que importe por el momento en que descansa esa posibilidad (Del Águila, 2000). Con ello además se explicó que el poder puede estar dividido, pero tal como lo señala Carpizo (en Lescieur, 2000): esta separación de poderes vino a ser el aspecto dinámico para impedir la violación de la libertad.

En cuanto a las élites políticas mi posición para entenderlas es como lo señala Mosca (1984): son los grupos dominantes quienes están al frente de la mayor parte de las instituciones públicas, privadas y políticas, así como de los medios de comunicación, son grupos muy pequeños quienes tienen el control y se ven beneficiados con sus propias tomas de decisiones. Es importante no dejar de mencionar el papel que juega el aparato hegemónico del Estado, puesto que es un

elemento político, aunque éste sólo haya sido un instrumento de las clases dominantes, pero que permite entender a las relaciones que se dan entre las clases sociales.

Después de haber recapitulado un poco el capítulo anterior, entonces avanzamos hacia el conocimiento histórico de la televisión, que tiene muchas marcas de la influencia de estos conceptos mencionados con anterioridad.

### **2.1.1 Perspectivas sobre la televisión**

Es importante, antes de comenzar a exponer la historia de la televisión en México, conocer qué es la televisión, cómo está considerada y cómo es vista desde los ojos de académicos reconocidos, expertos en el tema y la percepción en general sobre ésta.

Para Postman (1991), en la televisión, el discurso se transmite fundamentalmente mediante la imagen visual, lo que significa que este medio nos brinda una conversación de imágenes y no de palabras; desde mi punto de vista y apoyándome con las tesis de otros expertos en el tema de la televisión, me atrevo a señalar que ésta no sólo es visual, sino que tiene mucha relación con el sonido, es decir, las imágenes están casadas con las palabras. “Este medio de comunicación se convirtió en la institución social y cultural más importante de nuestras sociedades” (Postman, 1991: 12). En sí misma, ésta es comprendida como un sistema de distribución audiovisual, preferentemente doméstico, en el que coexisten diversos dialectos audiovisuales, mensajes heterogéneos (noticieros, publicidad, filmes, concursos, etc.).

La televisión se convierte en el más auténtico medio de comunicación de masas, ya que llega de igual manera a todos los hogares, aunque la recepción y la percepción para cada individuo se da de manera distinta, no es la misma forma de recibir las imágenes y los mensajes para un niño, que para un adolescente o una persona adulta; no es igual la percepción, ésta puede variar también de acuerdo al



nivel de estudios que se tenga; hay diferencias en las recepciones y lo que estas pueden generar.

La televisión como medio de comunicación del siglo XX ocupa un lugar privilegiado en la cultura y la sociedad contemporánea. "Esta industria cultural se ha convertido en el eje de reflexión social y en el medio de mayor incidencia sobre las agendas públicas, las formas de la política etc." (Postman, 1991:18). Lo anteriormente mencionado se ha visto mucho en los últimos años, la televisión ha formado ya parte de la vida cotidiana y por ende ésta puede mostrar algo más que imágenes teniendo algo de fondo, y ha llegado a tener cierta influencia en el acontecer político, cultural y social del país.

Para los fines de este proyecto de tesis resulta de mucha utilidad conocer el rol que juega la televisión en la vida política y cómo se desenvuelve dentro de ella, así como la labor que ha desempeñado y cómo es vista. Es necesario también conocer la historia cronológicamente de ésta, las relaciones que ha generado, así como las alianzas y el "monopolio" (duopólico) que la ha caracterizado.

Una de las opiniones acerca de la televisión en tanto una institución, y no solamente como un medio de comunicación es la que señala que a "la televisión como institución, cultura e industria, hay que saber interpretarla más que mirarla como un problema, más desde su papel de espejo social que refleja la cultura" (Martín- Barbero, 1999: 23). Es decir, se tiene que dar otra mirada a este medio de comunicación y dejar de verlo como lo hacemos comúnmente, sólo como un medio de diversión, siendo que ha llegado a ser un actor de la vida política, económica y social de nuestro país, algo así es señalado por Martín Barbero:

**La televisión es el medio que más radicalmente va a desordenar la idea y los límites del campo de la cultura, con sus tajantes separaciones entre la alta cultura y cultura popular, entre realidad y ficción, entre vanguardia y Kitsch, entre espacio de ocio y trabajo, entre saber experto y experiencia profana, entre razón e imaginación (Martín Barbero, 1999: 19)**

Ahora bien, cabe señalar que en el pasado siglo XX la televisión se convierte en un tema prioritario en el campo de la comunicación y la política.

**Esto ha llevado a que este medio masivo sea un actor decisivo de los cambios que atraviesa la política, a la vez que es en ella donde el permanente simulacro de las imagerías y los sondeos suplanta la participación ciudadana, y donde el espectáculo truca hasta disolver el debate político (Martín- Barbero, 1999: 37)**

De esta forma la televisión se ha tomado como espacio estratégico de representación del vínculo entre los ciudadanos y su pertenencia a una comunidad, y es donde se van generando las relaciones entre lo social y la comunicación, entre lo político y la comunicación, y es así como van surgiendo los pactos entre los concesionarios de la televisión y los grupos en el poder.

Todo esto ha llevado a la constitución de una nueva forma de ser y sentir social que es producto de las profundas transformaciones del contexto comunicativo- cultural; es decir, la televisión se ha convertido en un centro cultural de nuestras sociedades, escenario y práctica comunicacional, donde la vida toda es una lucha constante por el reconocimiento de aquellos que forman parte de la sociedad.

Como resultado de todo lo planteado se entiende el por qué “la televisión es el fenómeno social y cultural mas impresionante de la historia de la humanidad” (Ferrés, 1996: 15), ningún otro medio de comunicación en la historia habría ocupado tantas horas de la vida cotidiana de los ciudadanos y ninguno había demostrado un poder tan grande de fascinación y penetración. Con esto se razona mucho mejor lo que Castells (1995) señala referente a que “ los medios de comunicación son poderosos, no porque sean un poder en sí mismo, un “cuarto poder”, sino porque constituyen un espacio donde se gana, se mantiene o se pierde el poder ”.

El medio de masas por excelencia, el que mejor ha impulsado la cultura de masas y mejor ha cabalgado sobre la industria capitalista, ha sido la televisión.

Este medio masivo es el más influyente y popular; en México está bajo la hegemonía del gigante de la comunicación, Televisa, S.A. (Sánchez, 1981).

Hay que señalar que las lealtades de los medios de comunicación, sobre todo en los países latinoamericanos, salvo en contadas excepciones, toman como prioridad dar apoyo a los intereses del gobierno o hacia quienes tengan el capital mayor, poniendo como segunda instancia a sus audiencias, aunque no por ello dejen de hacer su programación atractiva para éstas (Orozco, 1998). En México podemos percatarnos de que las televisoras han tenido alianzas con los gobernantes en turno y han dejado atrás otro tipo de intereses. “La televisión ha devenido a ser uno de los fenómenos más complejos, espectaculares y desafiantes de todos los tiempos” (Orozco, 2001: 11), ha sido a la vez uno de los más sofisticados dispositivos de moldeamiento y un “paradigma comunicacional”, es todo un sistema audiovisual que incide en los usos de tiempo y espacio.

### **2.1.2 Cronología de los momentos políticos de la televisión en México**

**A cincuenta años de su inserción social, la televisión sigue siendo en el siglo XXI el fenómeno técnico- mediático- cultural mas importante para las mayorías que habitamos en los países latinoamericanos (Orozco, 2001).**

En México se ha contado con una televisión que ha formado parte de la historia política y social del país. Comenzaré pues la excursión por este reconocimiento de la televisión y su relación con los hechos políticos que la han venido marcando.

Dando continuidad a este capítulo sobre la televisión como medio de comunicación, conoceremos su historia políticamente hablando y se hará referencia a las alianzas hechas con el partido en turno en el poder y todo lo que éstas conllevan, su obtención de concesiones y sus relaciones, para así poder conocer el pacto que había entre gobierno y televisión, y cuál es el actual.

Habrá que comenzar con una definición dada por Lasswell acerca del modelo teórico dominante para entender un poco más estas relaciones de la cúpula del poder de gobierno y la de los concesionarios de televisión: “se sustenta sobre la necesidad de proveer a la clase en el poder de la información sobre las élites, así como buscar proporcionarle los mecanismos de manipulación para mantener su status dominante” (Gil, 1993); sobre este se han nutrido todas las teorizaciones sobre la comunicación.

¿Por qué comenzar con esta definición? Es sencillo, para poder entender que mucha de la historia de la televisión se relaciona con la información que ésta brinda y también conocer los intercambios entre los concesionarios de estos medios electrónicos y el gobierno, en este caso con el presidente de la república en turno. Iremos pues señalando paso a paso la evolución histórica de la televisión, los momentos que la han marcado y que han cambiado el rumbo de ésta, y que a su vez han sido un factor de influencia en los cambios de la política en nuestro país.

La televisión hizo su aparición en nuestro país en los años cincuenta, pero para ese entonces poco se podía imaginar de la influencia social que este medio de comunicación habría de ejercer hasta nuestros tiempos.

Debido a la complejidad del estudio a los medios de comunicación, se han abierto múltiples temáticas, de acuerdo a ello la problemática a tratar corresponde a lo que Sánchez Ruiz (1992) llama “las mediaciones políticas”, esto hace referencia a las relaciones entre el sistema del aparato televisivo y los aparatos del poder político.

Señala Orozco (2002) que en México también se ha vivido una “dictadura televisiva”, dicha dictadura ha permitido al consorcio Televisa y a su predecesor Telesistema Mexicano un modelo de Televisión único y funcional a sus propósitos mercantilistas y a los propósitos políticos del gobierno a lo largo casi de 5 décadas consecutivas (Orozco, 2002).

Sobre este tema podemos ver más adelante, cómo se van truncando las posibilidades de abrir una competencia televisiva, que pudiera haber permitido un

modelo de televisión diferente, sin embargo el apoyo presidencial era en pos de un monopolio televisivo que permitiera coadyuvar a sus fines políticos. La menor oportunidad era obstruida y fue entonces que así el consorcio Televisa comenzó a crecer día con día.

Así pues son más de 50 años en los que se ha logrado contener y reencausar la competencia televisiva. Y no así reglamentar el derecho a la información y actualizar la ley de medios en México. De este modo ha cobrado forma aquella frase de que "Televisa fue a los medios electrónicos lo que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) al sistema político mexicano" (Fernández, 2002: 17). Hasta la actualidad se sigue dando apoyo a los medios de comunicación, solamente que se han realizado una serie de alianzas que benefician a algunos concesionarios de televisión y en cierta forma al gobernante en turno, con la condición de dar algo a cambio. En últimos años estas alianzas se pueden notar gracias a los acontecimientos como la guerra de las televisoras, condonaciones en tiempo real a los medios de comunicación, etc. estas alianzas que infiero existen y expondré en renglones posteriores.

Para comenzar con la historia política de la televisión mexicana, habrá que señalar a los primeros años de vida de la televisión, para así entender su evolución junto con las alianzas que ésta ha generado en conjunto con el gobierno.

Para el 16 de mayo de 1935 el Partido Nacional Revolucionario convoca a la prensa para mostrar públicamente el equipo de televisión que planea adquirir con el fin de integrarlo a su proyecto de "propaganda y difusión cultural". Se realiza una transmisión desde el edificio ubicado en Paseo de la Reforma número 18, la cual es dirigida por el ingeniero Javier Stavoli. (Mejía, 1998)

Por su parte, la historia de las concesiones comienza en 1944 cuando el estadounidense Lee de Forest asociado con un industrial mexicano, Cecilio Ocón, pretenden obtener la primer concesión de un canal de televisión, se entrevistan con el entonces presidente Ávila Camacho; pero no son los únicos interesados en concesiones; en 1946 Lew Wallace envía telegramas al presidente Miguel Alemán Valdés con la intención de la obtención de una concesión; sin embargo, aún con la

insistencia de ambos estadounidenses para ser concesionarios, ésta les fue negada.

Emilio Azcárraga Vidaurreta, magnate empresario de la radiodifusión solicitó a la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) una concesión y escribió un telegrama al presidente saliente Ávila Camacho invitándolo a la ceremonia de la firma de concesión, la intención era muy clara, quería cerrar los trámites en este gobierno para no volver a iniciar todo con el siguiente presidente (Alejandró Valdés); pero esa intención no pudo verse cumplida puesto que Ávila Camacho, en un telegrama que le envió señaló que “no debía festinarse el asunto” (Mejía, 1989).

Así como estos, fueron más las empresas solicitantes de concesiones (productora de cine Posa Films S.A.; la empresa Radio- Televisión S.A. de C.V. formada por empresarios como González Camarena, José Manuel Crovetto, Gonzalo Escobar, Alberto Rolland y Santos Coy) estos intentos por la obtención de una concesión fueron entre 1948 y 1949; ambos intentos después de haber presentado sus motivos para que les fuera otorgada una concesión, recibieron una respuesta negativa a su petición.

La primera concesión fue para un canal de televisión con fines comerciales y no culturales como muchos esperaban; para la empresa Televisión de México S.A. propiedad de Rómulo O' Farril (dueño en esa época del diario Novedades de la Ciudad de México y empresario exitoso) en sociedad con el estadounidense William Jenkins. Esta concesión fue otorgada en 1949, en el gobierno de Alemán Valdés. (Mejía, 1989)

La estación adoptó las siglas de XHTV y le fue asignado el canal 4; el día 1 de septiembre el Canal 4 inicia sus transmisiones regulares con la difusión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés. Previamente, durante los meses de julio y agosto, se realizan transmisiones de prueba, la primera de las cuales se lleva a cabo el 26 de julio. Aunque se considera a la transmisión del informe presidencial como el inicio formal de la TV en México, la inauguración oficial del Canal 4 se lleva a cabo un día antes, el 31 de agosto de 1950, con un

programa "artístico musical" desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas al cual asiste con la representación gubernamental el secretario de Comunicaciones, Agustín García López. (Mejía, 1989)

Para el 21 de marzo del mismo año se inician las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. Y finalmente en 1952, el 10 de mayo, el Canal 5, concesionado dos años antes a la empresa Televisión González Camarena, S.A., inaugura formalmente sus operaciones con la transmisión, a control remoto desde el teatro Alameda, de un festival organizado por el periódico Excélsior con motivo del Día de la Madres. No obstante, las transmisiones regulares dan comienzo hasta el 18 de agosto de ese año. (Mejía, 1998).

Fueron sólo 5 años los que hubo una televisión con tres proyectos distintivos, fue entonces cuando sintieron que comenzaba a existir una amenaza de la madurez inicial y podía generarse una competencia televisiva, entonces se dio el aborto con ayuda presidencial y para 1955 se fusionan los 3 canales existentes que separados hubieran sido amenazadores (Orozco, 2002).

Comienzan a darse las primeras alianzas entre los medios de comunicación cuando se anuncia que han decidido fusionarse en una sola entidad, llamada Telesistema Mexicano, la cual se encargará de administrar y operar esas frecuencias. Previamente, en 1954, los canales 2 y 5 habían llegado a un acuerdo de fusión. Emilio Azcárraga Vidaurreta declara a la prensa que: "Telesistema Mexicano S.A., ha nacido como un medio de defensa de las tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos. Todos los programas se originarán desde Televisión, que se convertirá en la gran central de televisión" (Boletín Radiofónico, número 62, 31 de marzo de 1955). Las acciones de la empresa quedan distribuidas así: Emilio Azcárraga Vidaurreta, 4 mil; Rómulo O'Farril, 4 mil; Emilio Azcárraga Milmo, 500; Rómulo O'Farril, 500; Ernesto Barrientos Reyes, 500; y Fernando Díaz Barroso, 500. En total 10 mil acciones con valor de mil pesos cada una que hacen un capital de 10 mil pesos (Mejía, 1998).

Esta empresa que en 1973 daría a luz a Televisa, aglutinó los esfuerzos pioneros de los visionarios empresarios mexicanos, cuyo propósito era expandir la televisión a todo el país (Sánchez, 2000) y con la participación como accionista del ex presidente Miguel Alemán. Esta empresa se reconoce así misma como la empresa de comunicación de masas de habla castellana más grande del mundo y con más espectadores. De esta manera se dio el “despliegue monopólico” inicial de la televisión en México (Orozco, 2002).

Después que Miguel Alemán concluyó su periodo como presidente se involucró financieramente en la televisión mexicana y haciendo uso todavía de su poder y sus alianzas hechas durante su trayectoria política y empresarial, dio un impulso a la creación de una televisión privada (Orozco, 2002); de este modo abonó la tierra para sembrar su tajada en lo que fuera telesistema mexicano.

Unos años después, en 1959, canal 11 está al aire: El 2 de marzo, de las 18.00 a las 20.00 horas, el Canal 11, XEIPN, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, realiza su primera transmisión de manera oficial. Un documental y una clase de matemáticas son los primeros programas que salen al aire. El apoyo del director del IPN, Alejo Peralta, y del secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter Cross Buchanan, es fundamental para que esa institución educativa obtenga el permiso para operar el Canal 11. Unos meses antes, en diciembre de 1958, el 11 había iniciado pruebas transmitiendo dos horas por la mañana y dos por la tarde. (Mejía, 1998).

En 1967, como resultado en cumplimiento de la sentencia pronunciada en el juicio de amparo número 317/ 63 promovido en el juzgado segundo de distrito en el D.F. dieron la concesión del canal 13 a la familia Aguirre. Cuando la familia Aguirre tuvo la concesión, Telesistema Mexicano estaba dominando el mercado de la televisión en México.

Al igual que lo habían hecho antes otras emisoras, el Canal 13, XHDF, se inaugura oficialmente transmitiendo un informe de gobierno, en su caso el correspondiente al 1 de septiembre de 1968. Su programación regular, sin embargo, se inicia el 12 de octubre de ese. La concesión para operar el Canal 13



se otorga el 24 de junio de 1967 a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por el industrial radiofónico Francisco Aguirre Jiménez, quien era un hombre influyente en la industria de la radiodifusión desde la década de los cuarenta, ejercía una gran influencia en la comunicación; era dueño de la cadena de radiodifusoras Organización Radio Centro y tenía prácticamente el control de la emisora XHFO, por esa razón el General Rodolfo Sánchez Taboada, en ese entonces presidente del CEN del PRI, le propuso a Aguirre adquirir una concesión de Televisión (Olmos, 1998).

Para 1971 el canal 13 comenzó a dejar utilidades y fue cuando ingresó como accionista el empresario Alejo Peralta, quien llegó a ser propietario del 49% del capital de esta televisora. Pero en 1972, Peralta vende sus acciones al gobierno federal, que ya contaba para ese tiempo con un 10% de las acciones del canal (Olmos, 1998). Algunas coyunturas políticas (como la de 1968) obligaron en cierta forma al Estado a adquirir un aparato ideológico que le diera respaldo para no verse tan debilitado por los nuevos monstruos televisivos que se estaban formando. Una de estas acciones se mostró en 1972 cuando el Estado obtiene su primer canal televisivo comercial (Alva, 2004), esto fue para tener con que enfrentar a Televisa que estaba creciendo a pasos agigantados y hacer aparecer al Estado como un emisor con los medios de comunicación. Fue así que el 15 de marzo de 1972, luego de operar durante casi cuatro años como empresa privada, el Canal 13 pasa a ser propiedad del Estado. La operación se realiza a través de la Institución Financiera Estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX).

Cuando entró el Presidente Luís Echeverría se supo cual sería la tónica en el trato con los medios de comunicación, comenzaron los rumores que el presidente quería una televisión que educara, que diera cultura, y fue entonces cuando se dieron los primeros pasos para la estatización de canal 13. Fue hasta marzo de 1972 que canal 13 pasó de ser sector privado, un canal gubernamental (Olmos, 1998).

El movimiento del 68 evidenció la necesidad de reformular los aparatos ideológicos del Estado en México, por ello trató, por un lado, de diversificar las

fuentes de transmisión y, por otro, recuperar el terreno perdido frente a las tecnologías de información; entendiéndolo en otro sentido, se tomó la decisión de establecer un impuesto del 25 por ciento sobre los ingresos brutos de las empresas, pero el 1 de julio, después de seis meses de negociaciones entre los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR) y la Secretaría de Hacienda, el presidente Díaz Ordaz emite un decreto que autoriza pagar de la siguiente manera:

**El impuesto sobre el importe de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio de la nación.**

Las empresas concesionarias de radio y televisión pondrán a disposición del Estado el 12.5 % de su tiempo diario de transmisión para que éste haga uso de él de acuerdo con sus propios fines.

Así, el 27 de junio de 1969 nació el 12.5 % (Velasco, 1998: 39). Después los mismos radiodifusores propusieron que el cobro de los impuestos fuera en uso de tiempo real para transmitir sus propios programas y mensajes. Continuó pues la creación de más canales de televisión, ahora bajo el nuevo decreto del 12.5% de pago para el gobierno con horas de transmisión (Mejía, 1985).

La adquisición del Canal 13 constituye la primera de una serie de acciones efectuadas por el gobierno del presidente Luis Echeverría, encaminadas a fortalecer al papel del Estado como emisor a través de los medios de comunicación y el papel de negociador con otros grupos. Dentro de esas acciones destaca la creación, el 29 de abril de 1972, de la red de cobertura nacional denominada Televisión Rural de México (llamada más tarde, en 1980, Televisión de la República Mexicana) En 1976 se construyen nuevas y modernas instalaciones para el Canal 13 a unos pasos de la carretera al Ajusco en el sur de la Ciudad de México (Mejía, 1998). Esta acción se debió principalmente al rompimiento que hubo entre lo que hoy es Televisa y el presidente de la república; la creación de un canal que le diera competencia fue una forma de controlar al consorcio televisivo, que no era tan

grande como lo es ahora; el crearle un paralelo fue una estrategia, después de esto, parecieron volver a la normalidad las relaciones medios- gobierno.

Con el gobierno de Luís Echeverría (1970- 1976) se presentó una notable separación entre el grupo de empresarios del norte "grupo Monterrey" y el presidente (Orozco, 2002). En esa época se fortaleció el Canal 8 de Monterrey y constituía una segunda amenaza al sistema televisivo, que estaba en manos ya de Telesistema Mexicano.

Con el apoyo y beneplácito de Echeverría, que no veía conveniente lidiar con varias televisoras, porque dificultaban las alianzas y más aún, después de los acontecimientos anteriores (como el movimiento estudiantil del 68) se dio un consenso de intereses entre ambos grupos, Telesistema Mexicano y Canal 8 de Monterrey, dando como resultado su unificación en 1973 (Orozco, 2002); con ello nace el gran monopolio, Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa). El 8 de enero de 1973 el nuevo consorcio inicia oficialmente sus actividades. El 75 por ciento de las acciones de Televisa queda en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25 por ciento restante permanece en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa. Emilio Azcárraga Milmo es designado presidente de Televisa.

Ahí se fue lo que pudo ser oportunidad para que la televisión mexicana tuviera otro rumbo. Ya que a partir de su creación en 1973, el consorcio Televisa se basó en los modelos comerciales, la explotación de lo espectacular guiándose por el rating, pero acotando siempre las alianzas implícitas con los mandatarios en turno. Ha tenido además una tendencia como Schiller (1989) señala: de apropiación, expropiación y explotación de lo público por la iniciativa privada.

Es decir, que con estas relaciones los medios han procurado satisfacer al capital, al gobierno en turno y se han olvidado del beneficio de sus audiencias, aunque no por ello dejan de hacer toda su programación de manera atractiva para sus televidentes. Se apropian de la información que conviene a sus intereses y es entonces cuando tratan sobre las ganancias que obtienen a cambio de darla a conocer y la muestran al público.

Gracias a la participación durante décadas del gobierno y de gobernantes principalmente del PRI, se dice que los inicios de la televisión y sus concesionarios fueron vistos como una televisión privada- gobiernista- priísta (Orozco, 2002) y se han generado las “alianzas camaleónicas” (Orozco, 2002: 211) tácitas con el poder representado por los gobiernos priístas del siglo XX. Televisa con estas concesiones obtenidas, se ha consolidado en el poder económico, y consecuentemente lo político de este consorcio (Mejía, 1998) y se ha ido haciendo oligopolio gracias a las innumerables concesiones, tanto de canales como de estaciones de radio.

El 1 de septiembre de 1989 inicia sus transmisiones en México un nuevo sistema de TV por suscripción. Se trata de MVS Multivisión, que emplea una tecnología nunca antes utilizada en nuestro país: el sistema denominado MMDS, sigla que significa Multichannel Multipoint Distribution System, es decir, Sistema de Distribución Multicanal Multipunto. La concesión para operar Multivisión es otorgada al señor Joaquín Vargas Gómez, propietario de la empresa productora TELEREY y del grupo radiofónico Frecuencia Modulada Mexicana (Vargas fue también director de Televisión Independiente de México, Canal 8, hasta antes de que, en 1972, esta empresa se fusionara con Telesistema Mexicano para formar Televisa). Joaquín Vargas Gómez había solicitado a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, desde junio de 1983, la concesión para operar un sistema de televisión restringida en el Valle de México, misma que se le otorga el 14 de diciembre de 1984. Sin embargo, el inicio de operaciones de lo que en 1989 habría de ser MVS Multivisión se retrasa más de cuatro años.

El 23 de junio de 1993 sale al aire una nueva televisora cultural: el Canal 22, XEIMT. Aunque este canal operaba desde 1982 como parte del sector estatal de televisión, su transformación en emisora cultural se remonta al 26 de enero de 1991, cuando un grupo de 800 intelectuales mexicanos publica en la prensa nacional una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de Gortari, solicitándole que esa frecuencia no sea privatizada y se le destine, en cambio, a la difusión cultural.

A diferencia del Canal 11, (cuya concesión data de 1959) que opera bajo el régimen de permiso, el 22 cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana S.A. de C. V. Su primer director es el escritor José María Pérez Gay. Estos canales no eran una competencia real, aunque como dato curioso, estos dos canales han logrado sobrevivir a los frenéticos vaivenes sexenales de la política mexicana.

En líneas anteriores se abordó más sobre 3 canales de televisión que existieron y sirvieron como los canales de "válvulas de escape" , estos fueron el canal 13 de gobierno con cobertura nacional; los canales culturales 11 y 22; y además IMEVISION creado en 1983 (Orozco, 2002).

Para mayo de 1985 nace , después de tiempo de propuestas, el canal 7 que se integra al canal 13, que después cambian sus instalaciones al cerro del Ajusco. En septiembre de 1990, la Secretaría de Gobernación anuncia la venta de los canales 7 y 22 de la Ciudad de México, además del canal 8 de Monterrey; y dando un paso más en octubre de 1990 la programación de los tres canales fueron comprimidas al canal 13.

Los primeros interesados para comprar canal 7 fueron: el radiodifusor Clemente Serna Alvear, propietario de Radio Red; el empresario cafetalero Justo Fernández. El interés extranjero se dio a notar cuando se corrió el rumor que el canal 7 podía ser visto por 45 millones de televidentes y 1.7 millones más en las ciudades fronterizas. El costo del canal 7 era de 100 o 150 millones de dólares. (Olmos, 1998).

Después de una serie de trámites de permisionarios, se convocó a un concurso para la venta de esta concesión, a fin de cuentas fueron sólo dos candidatos los que presentaron solicitudes de compra: Televisión Azteca y la de un empresario norteamericano, Arnaldo Cabada de la O, que era el propietario de Canal 44 de Ciudad Juárez.

Ya en el gobierno de López Portillo el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) fue integrado al canal 13. Después, con el gobierno del presidente

De la Madrid, se realizó una auditoria a dicho canal, donde se detectaron la desaparición de documentos.

El 8 de febrero de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasa nuevamente al sector privado. Así fue anunciado en el Diario Oficial de la Federación, en su decreto. Junto con el 13 y su red nacional, son "desincorporados" el Canal 7 con sus repetidoras en la república y el Canal 2 de Chihuahua. Para efectuar la "desincorporación" el gobierno tiene que regularizar la situación legal de los canales, pues muchos de ellos, especialmente los de la red 7, tienen el estatuto de permisionados, lo cual impide formalmente su venta debido a que la legislación de la materia señala que solamente los canales concesionados pueden cederse en operaciones de compraventa. Crea, entonces, una serie de empresas paraestatales la más grande llamada Televisión Azteca-- para que se conviertan en concesionarias de los canales que conforman las redes 13 y 7.

La privatización de los que fueran canales del Estado se lleva a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participan cuatro sociedades empresariales. Acerca de su comprador, Televisión Azteca sólo informó el gobierno que se trataba de un grupo independiente, que en el fondo era una empresa paraestatal y que se había comprometido a realizar inversiones del orden de los 651 millones 344 mil nuevos pesos.

Finalmente, el nuevo dueño de Televisión Azteca fue destapado el 18 de julio de 1993, Radio Televisora del Centro encabezada por Ricardo Salinas Pliego, al ofrecer la cantidad de 645 millones de dólares (Olmos, 1998). Y comenzó su ascenso en la carrera televisiva, iba creciendo en inversiones publicitarias. En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevará el nombre de TV Azteca.

En el año de 1996 un periodista del The Miami Herald, Andres Oppenheimer, publicó que existían lazos financieros entre Ricardo Salinas Pliego y Raúl Salinas de Gortari, quien efectivamente le había prestado 29 millones de dólares al dueño de Televisión Azteca, para que adquiriera la empresa. Dicho destape

de información causó polémica en el público y entre las televisoras, hubo algo conocido como "la guerra de las pantallas" (Olmos, 1998).

Después de este suceso otros inversionistas de Televisión Azteca deciden deslindarse de estas acciones, puesto que no están de acuerdo con los manejos que Salinas Pliego está haciendo con la televisora, y también influyó que la familia revolucionaria estuviera inmiscuida de nueva cuenta en los medios de comunicación.

El 6 de octubre el Diario Oficial de la Federación da a conocer que la empresa Radio televisora de México Norte, S.A. de C.V., filial de Televisa, obtiene la concesión para operar una red de 62 canales de TV distribuidos en 28 estados del país. En realidad la concesión había sido otorgada desde el 8 de marzo de 1994, según se establece en el decreto aparecido en el periódico gubernamental, pero era hasta siete meses después que el hecho se hacía público. Algunas características de la concesión de este paquete de canales televisivos son las siguientes: 1) tendrá una vigencia de 16 años contados a partir del 8 de marzo de 1994, fecha de su inicio, y hasta el 7 de marzo de 2010 en que concluirá. Los términos de la concesión serán revisados por Televisa y la SCT cada cinco años; 2) Televisa, a través de su filial Radio Televisora de México Norte, tendrá que pagar 295 millones 198 mil 776 nuevos pesos "por concepto de participación al gobierno federal". (Mejía, 1998)

Este pago se basa en una disposición del artículo 110 de la Ley de Vías Generales de Comunicación y su aplicación resulta significativa, pues no se conocen antecedentes de que el gobierno cobre por el otorgamiento de concesiones para la explotación de canales de TV. Los nuevos canales se emplearán para extender la cobertura del Canal 9 convirtiéndolo en red nacional.

El 19 de junio comienza sus transmisiones formales el Canal 40 del Distrito Federal, una nueva opción en la banda de frecuencias ultra elevadas (UHF). La concesión para operar este canal es obtenida el 23 de septiembre de 1991 por la empresa Televisión del Valle de México, S.A. (TEVESCOM), propiedad del empresario Javier Moreno Valle. Sus transmisiones de prueba se inician el 5 de

diciembre de 1994. Operado por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial de TEVESCOM, y con el lema "CNI Canal 40, la realidad en televisión", ofrece al tele-auditorio una programación que pone el acento en los temas de tipo periodístico y noticioso. De este modo ha ido ganando rating entre la audiencia mexicana colocándose como el preferido por estar en busca de honestidad, contextualización y profundidad en la información.

### **2.1.3 Las televisoras ¿una alianza o una guerra?**

El último momento histórico de la televisión mexicana que mencionaré en este capítulo, haciéndolo desde una perspectiva política, será sobre el inicio y fin de la tan conocida "Guerra de televisoras". El momento en que Televisa y TV Azteca estuvieron reunidas con los mismos fines, e hicieron alianzas para derrotar a un enemigo político en común; posteriormente continuaré con otro momento histórico, pero será tomado como estudio de caso para este proyecto.

**Mientras que en 1994, el canal preferido por los televidentes deñeos era el 2 de Televisa, seguido del canal 5 de esa misma empresa, en 1995 el canal 13 se situaba ya en el segundo lugar, y en 1996 no sólo pasó al primero, desplazando al "Canal de las estrellas" al segundo puesto, sino que el canal 7 ascendió al tercer lugar, desplazando al cuarto al canal 5 (Orozco, 1997: 46)**

La "guerra" de las televisoras comenzó en 1996, cuando las dos, Televisa y TV Azteca iniciaron el pleito por la mejor rebanada del pastel publicitario, el rating. La batalla comenzó a darse cuando las televisoras publicaban en enormes desplegados periodísticos sus cifras de ratings, además de sacar los trapos sucios de su rival a la luz pública (Alva, 1998). Ambas empresas se empeñaban en demostrar que las preferencias del público eran por su programación y que su señal era la que llegaba a más lugares de la República Mexicana. Un ejemplo de esto que mostraban en los desplegados es: que en los noticieros, 6.3 millones de personas veían HECHOS, mientras que 8.4 millones preferían ver 24 HORAS (Rev.



Mexicana de comunicación, 1997), y así con cada uno de los programas incluidos en su barra de programación.

Así pues la disputa de las dos televisoras se tornó candente, en gran parte gracias a las agresivas campañas publicitarias que inició TV Azteca y siguió Televisa; la segunda parte de esa “guerra” fue en un contexto de las declaraciones hechas en un programa de Ricardo Rocha el 27 de octubre, donde se presentó algo llamado “Conexión Azteca” (Rev. Mexicana de comunicación, 1997) donde se destacaban los presuntos vínculos financieros y de influencia de Raúl Salinas de Gortari, quien era hermano del ex-presidente de México, con Ricardo Salinas Pliego, presidente de TV Azteca. En esta “guerra” televisiva lo expuesto fue objeto de una demanda por parte de TV Azteca contra Ricardo Rocha (conductor del programa Detrás de la Noticia) y Emilio Azcárraga, presidente de Televisa. Sorpresivamente, un día después, el presidente de Televisa dio por terminada la guerra con TV Azteca, señalando que su único interés es proporcionar entretenimiento e información a su público.

¿Cuándo fue entonces que se terminó la “Guerra” entre televisoras? ¿En qué momento dejaron de hacerse competencia y se pudo dar cuenta de lo “ficticia” que resultó toda esta pugna entre ellas? Sucedió cuando ambas televisoras hacen su entrada triunfal en el año de 1999 con el asesinato de Francisco Stanley (Orozco, 2002) con sus transmisiones de la cobertura periodística- televisiva. Aquí fue cuando las televisoras mostraron los acuerdos que tenían de fondo y cuales eran sus verdaderas alianzas, para este suceso estaban de la mano:

**“Ya que hasta los micrófonos se pasaban entre unos y otros presentadores de la guerra en que andaban” (Orozco, 2002, p. 234)**

Para ello, su principal objetivo fue criticar y hostigar al entonces jefe de gobierno del Distrito Federal Cuauhtémoc Cárdenas, miembro del Partido de la Revolución Democrática (PRD). Todas sus acusaciones iban en tono a la violencia y la inseguridad que vivían en la Ciudad de México, y lo acusaban de no haber corregido nada de la delincuencia en lo que llevaba de su período (Orozco, 2002).

Se usaban los mismo libretos y tenían las mismas peticiones, además parecieran estar las televisoras fungiendo un papel de procuraduría de justicia, y exigían la renuncia del jefe de gobierno.

En los meses posteriores al asesinato del conductor Francisco Stanley se pudieron observar los movimientos de las televisoras, Televisa y TV azteca, se notaba que la cobertura de sus transmisiones era con tendencias políticas, sus acciones eran premeditadas. A todo esto señala Orozco (1999: 47) "que las dos televisoras han hecho testigo al público mexicano de una mediación televisiva". Sin precedentes, han roto una labor informativa de ética y responsabilidad, dejando ver a la sociedad que puede existir en la televisión mexicana una dictadura similar a la de los partidos políticos, como en su momento fue el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

**En el caso Stanley, las televisoras, abandonaron cualquier intento de análisis serio, cayeron en el facilismo (intencional) de encuadrarlo inmediatamente como un ejemplo más de violencia. (Orozco, 1999: 47)**

Para todo esto es importante señalar qué es la "responsabilidad" en los medios de comunicación, específicamente en la televisión: "es una palabra necesaria en los casos en que se enfrenta a una necesidad de responder" (Fernández, 2002). Cabe señalar esto puesto que en 1999, las principales televisoras hicieron de las suyas, actuando sin una ética de la responsabilidad, dejando ver las alianzas que existían entre estas, me refiero a Televisa y TV Azteca.

Con la cobertura y la transmisión del asesinato de Stanley se mostró que la supuesta "guerra de televisoras" era ya una competencia ficticia, fue solamente la finta que nos dieron por varios años, en estos días estamos viviendo en un dúopolio de la televisión, las alianzas entre estas son más fuertes y se unen para derrotar a un enemigo común: el gobierno.

En la actualidad, hablar sobre la responsabilidad de los medios es algo contradictorio, algunos sólo la utilizan como una "palabra comodín" (Fernández,

2002: 142) y otros más, incluyendo a los académicos, se pierden entre hablar de obligaciones y responsabilidades. El mencionar tanto la responsabilidad de los medios es recurrente puesto que con ello se puede ayudar a resolver problemas inmediatos de algunos acontecimientos del siglo XXI. Además de ayudar a comprender los nuevos pactos políticos que se han dado entre medios- estado y sociedad.

Expongo en las siguientes líneas algunas de las faltas señaladas por Fátima Fernández en la televisión en el año de 1999, (Fernández, 2002: 185) y que han llevado a que estas mismas tengan atribuciones que no le competen, sin embargo le atribuyen poder que puede no ser tan grande como se cree:

- **El gobierno (mencionado en ocasiones como Presidencia de la República y también como Secretaría de Gobernación) no controla, no regula o no sanciona a los concesionarios.**
- **El gobierno es responsable de que la democracia mexicana sea potencialmente vulnerable ante un poder económico que actúa sin reglas del juego en el manejo de mensajes de explícito y estratégico contenido político.**
- **El régimen de concesiones requiere transparencia en su otorgamiento, usufructo y renovación.**
- **La Televisión usurpó las funciones del poder Judicial al erigirse juez de un asesinato, y puede repetirlo.**
- **Los partidos políticos han dado marcha atrás en el tema de la televisión porque temen perder cobertura informativa por parte de este medio.**
- **Los legisladores han detenido el proceso de regulación de la televisión mexicana tras la inconformidad manifiesta de los empresarios.**

¿Por qué hacer retomar estos señalamientos? Porque considero que los medios de comunicación están en el centro de los nuevos fenómenos políticos y sociales en México y son espacios públicos muy importantes en este siglo; es por

ello que resulta importante saber quienes son los medios de comunicación, para conocer con quiénes tienen alianzas que pueden afectar o beneficiar la toma de decisiones en el país.

Gracias a la “guerra de las televisoras ” nos enfrentamos actualmente a una televisión mexicana duopólica, los acuerdos entre los concesionarios de las televisoras de dieron y se pactaron nuevas alianzas, la lucha que había existido por años, poco a poco se fue difuminando, hoy en día las televisoras (Televisa y TV Azteca) están muy ligadas al poder, las 2 televisoras han nacido bajo el apoyo del gobierno en turno, la constante de hoy en día es que estos dos monstruos televisivos pueden llegar a unirse con el fin de derrocar a un enemigo común que se propongan.

#### **2.1.4 Los medios de comunicación**

Los medios de información, en particular la televisión, son un espacio privilegiado, son actores de la vida política, económica y social de la nación, donde se lucha constantemente por mantener el poder, y así tener el “poder” sobre los grupos que no pertenecen a las élites que controlan las decisiones del país. Me atrevo a inferir que nada de lo que se transmite en las televisoras mexicanas puede ser casual, todo tiene un trasfondo intencional.

Con los últimos acontecimientos, tales como el tan mencionado caso Stanley y alguno que veremos más adelante como estudio de caso para esta tesis (El decretazo “12.5 %”) se pueden apreciar las alianzas implícitas que existen no sólo en lo interno de las televisoras, sino los pactos que han generado con el gobierno en turno, el del Presidente Vicente Fox Quesada.

Haciendo un análisis histórico de la televisión se pueden alcanzar a vislumbrar algunas situaciones: que la televisión forma una cúpula de poder, y ésta se encuentra en alianzas con las élites políticas del país, haciendo un conjunto de poder entre gobierno y medios de comunicación, poder que infiero tiene una influencia en la sociedad y que con la finalidad de lograr una mayor audiencia el gobierno está dispuesto a ceder mucho a favor de los medios de comunicación.

Umberto Eco expone: "Un país pertenece a quien controla los medios de comunicación", y en este proceso que estamos viviendo se ha venido advirtiendo del poder de los medios de comunicación sobre el poder político, las élites están actuando conjuntamente, acrecentando el poder que ya tienen sobre algunas clases sociales. El gobierno en cierta forma ya ha sido superado en la toma de decisiones sobre los medios, porque son ellos mismos quienes se controlan, se manejan de acuerdo a sus intereses.

Estas alianzas entre cúpulas de concesionarios de televisión y gobierno se ha venido dando a través de los años como ya lo pudimos percibir en líneas anteriores, la televisión ha crecido y poco a poco pasó además de ser un monopolio a un duopolio que no permite una competencia televisiva y que finalmente sirve a los intereses del gobierno en turno, en este caso, al gobierno del Lic. Vicente Fox Quesada, actual mandatario de México.

Es importante resaltar los acuerdos que se establecen entre las cúpulas de poder, lo hemos visto con esta excursión a través de la historia de la televisión en México; las concesiones quedaron en manos de los empresarios de la radiodifusión más exitosos o dueños de algún periódico. Esta élite que comenzó a generar el nuevo medio de comunicación, la televisión que estaba conformada por los más prósperos e influyentes empresarios.

Estas relaciones que van surgiendo entre las cúpulas de poder, las alianzas que se van dando entre los concesionarios de los medios de comunicación y los gobernantes en turno son parte de una estructura de poder, son condiciones y factores que se van presentando y que forman parte de la soberanía, van generando las relaciones políticas que conllevan a un pacto de dar y recibir a cambio de algo. (Lescieur, 2000).

Fue así como estos viejos concesionarios de la radio y ahora nuevos apoderados de la televisión, formaron en poco tiempo un grupo poderoso que hizo mancuerna con el gobierno federal; este grupo tomó importancia además en el ámbito político, económico y social. Los mismos concesionarios llegaron a ocupar puestos importantes en otros sectores de la economía.

Es así como estos empresarios se preocuparon por lo que la televisión como producto podría generarles, es decir, una plusvalía lo suficientemente fuerte como para ayudar a generar más poder y capital, y tener el poder, valga la redundancia, como lo señala Karl Marx.

Antes de concluir con éste capítulo histórico de la televisión en México y pasar a la justificación y exposición del interés por realizar este proyecto sobre medios y política, quiero apuntalar más sobre los medios de comunicación, como un sistema de medios que forman parte del aparato hegemónico y cómo estos se relacionan con el aparato del Estado. Esto con la finalidad de entender un poco más sobre cómo se dan las relaciones entre las élites de ambos aparatos.

Es necesario conocer más sobre los medios como sistemas de medios, y su relación con el aparato hegemónico del Estado, puesto que los primeros han sido una fase importante en la transición política de nuestro país. Cabe mencionar de nueva cuenta que en México nos enfrentamos a una televisión (sistema de medios) de duopolio, en el que estas dos televisoras (Televisa y TV Azteca) llevan el 100 por ciento de dominio, dejando muy poca posibilidad a que otras televisoras levanten la cabeza.

Señalan algunos autores que la incorporación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información al aparato gubernamental ha aumentado sustancialmente el potencial del Estado para producir y conservar su hegemonía (Esteinou, 2001).

Con la presencia de los medios de comunicación lo que se transforma, en un corto plazo, es el esqueleto ideológico del Estado, y en un largo plazo, la sociedad en su conjunto político, económico y social. El aparato ideológico del Estado experimenta una transformación en su interior, en su estructura cultural y social, gracias al aparato mediático (medios de información), tan es así que entra en una nueva fase de extensión dando origen a una nueva faceta del poder: el moderno Estado Ampliado<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Esteinou, Madrid Javier (2004). “El concepto de Estado ampliado es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La

Este Estado es entendido como un conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etc. que se destinan para conservar y reproducir el poder. Los medios electrónicos presentados en el Estado Ampliado al cual estoy haciendo referencia ha tenido evoluciones, de las cuales son muy distinguibles cuatro: la primera generación de los aparatos de comunicación se da entre 1907 y 1930, aquí los medios de comunicación son empleados como meros portavoces de las tareas que ejerce cada aparato local, estatal y federal (Esteinou. 2001).

La segunda generación de medios es entre 1940 y 1950; en esta etapa se puede apreciar la estrecha relación entre medios e industrias nacionales, se elabora además una identidad del Estado basada en proyectos de homogeneización y masificación cultural de la población. La tercera generación es entre 1950 y 1990, aquí se da una oposición entre el Estado Ampliado Nacional y el Estado Ampliado Transnacional, hay una lucha que da una cara híbrida del mismo.

Y por último, la cuarta generación de medios que se da es de 1990 al 2000, aquí se da origen a un nuevo modelo de comunicación que es capaz de producir nuevas facetas del Estado Ampliado. Este Estado Ampliado del cual Esteinou (2001) nos habla tiene la capacidad para cohesionar a la sociedad política con la sociedad civil, dicho de otra forma, vincula los aparatos de coerción (burocracia, fuerzas armadas, etc.) con los aparatos de hegemonía (escuelas, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación, etc.).

Definitivamente en la época que estamos viviendo en México, los medios de comunicación han sido colocados como uno de los principales aparatos de socialización de la modernidad, que enfrentan una nueva etapa cultural; con ello van dejando atrás a otros aparatos ideológicos como lo escolares o los religiosos (Esteinou, 2004 a). Estos han ido adquiriendo día con día una mayor fuerza que les permite en cierta forma rebasar al poder político del país.

---

única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la Ciencia política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, especialmente, por los brillantes trabajos de Christine BuciGlucksmann ”

Para reformar al Estado en materia de comunicación, ciudadanizar a los medios de información en nuestro país, es necesario que se modifique el viejo pacto social entre el Estado Mexicano y los concesionarios de Televisión, que sirvió para consolidar durante mucho tiempo al régimen político anterior (la familia revolucionaria).

Las relaciones entre las élites políticas y televisivas han jugado mucho en la vida económica, política, social y cultural de México, entre estos han existido alianzas que han permitido tener por décadas un modelo dominante de comunicación caracterizado por ser monopólico (duopólico), vertical, excluyente de los grandes grupos sociales, cancelador del derecho a la información, entre otras cosas (Esteinou, 2004 b). Este modelo comunicativo apoyado por las cúpulas en el poder, aportó su cuota para conservar el modelo de comunicación para los "jodidos", señalado alguna vez así por Emilio Azcárraga. Ahora los medios se transformaron en un monopolio de poder.

Cierro este capítulo de la historia "política" de la televisión mexicana, pero señalando que el siguiente capítulo se expondrá sobre la metodología que aplicaré para llevar a cabo el estudio de caso que me llevará a la comprobación de mi hipótesis anteriormente planteada. El caso será la condonación a los medios de comunicación del 12.5%, mejor conocido como "El decretazo".



## TERCER CAPÍTULO

### 3.1 La metodología

En este capítulo habré de plantear la metodología que será usada para estructurar el estudio de caso y poder avanzar así con el proyecto de investigación. Así pues, retomo una frase de Thomas W. Lee para dar inicio con esta parte: "es necesario saber dónde estamos parados para saber a dónde ir"; considero oportuno empezar por definir ¿Qué es un estudio de caso? Y de ahí comenzar este apartado metodológico; Robert. K. Yin (1989) comenta que un estudio de caso es un método a elegir cuando el fenómeno que se está estudiando no es realmente distinguible de su contexto. Como fenómeno tal, puede ser un proyecto o programa en una evaluación de estudio. "Los casos de estudio son la estrategia preferida cómo, cuándo o por qué son preguntas dadas, cuando el investigador tiene un pequeño control sobre los eventos y cuando el fenómeno se encuentra sobre un contexto real" (Yin 1989: 13).

Los estudios de caso se basan en la recopilación de información detallada sobre el mismo individuo o grupo a lo largo de un tiempo considerable; el material proviene principalmente de entrevistas, observaciones directas y otras herramientas descriptivas, como es al análisis de la prensa, artículos periodísticos o revisión de documentales. El estudio de caso ha sido extensivamente usado en la investigación social (Yin 1989), especialmente en las disciplinas que poseen una fuerte orientación hacia la práctica como en la administración. Pero es necesario registrar que el método tiene algunas limitaciones, especialmente por el hecho de ofrecer poca base para generalizaciones científicas una vez que, para estudiar uno o pocos casos, no se constituye una muestra de la población y, por eso, no hay posibilidad de generalizaciones, hago el señalamiento de que esto no aplica para mi proyecto de investigación.

Si bien, es conveniente estipular también las críticas principales señaladas sobre los estudios de caso, como técnica de investigación cualitativa. Son las

siguientes: “ 1) que los estudios de caso no tienen validez estadística, 2) que los estudios de caso pueden utilizarse para generar teorías, pero no para probarlas, y 3) que los estudios de caso no permiten hacer generalizaciones” (Yin 1989:10).

Los estudios de caso son útiles cuando una investigación busca responder preguntas de “cómo” y “por qué” (Yin 1989); además permite incluir varias fuentes de evidencia, algunas de ellas son: Entrevistas, reuniones casuales, observación directa, archivos y documentación.

Los estudios de caso pueden clasificarse en dos tipos (Yin 1989): el primero intenta derivar conclusiones generales a partir de un número limitado de casos; el segundo tipo intenta llegar a conclusiones específicas a partir de un solo caso, debido a la importancia o interés particular de su historia.

Este segundo tipo de caso es el que retomaré para mi proyecto de investigación, puesto que será sólo un caso y con ello habré de llegar a conclusiones específicas y que corroboren mi hipótesis.

Yin (1989), distingue tres usos del estudio de caso: el exploratorio, cuyos resultados pueden ser usados como base para formular preguntas de investigación más precisas o hipótesis que puedan ser probadas; el descriptivo, que intenta describir lo que sucede cuando un producto nuevo es desarrollado o lanzado al mercado; y el explicativo, que facilita la interpretación de las estrategias y procesos que utiliza una compañía o institución en particular.

Las observaciones detalladas del estudio de caso permiten estudiar múltiples y variados aspectos con un mismo objeto de examen. Además, el estudio de caso permite examinar cada uno de esos aspectos en relación con los otros, a la vez que verlos dentro de su ambiente total. Esta capacidad de la técnica resulta en una de las ventajas del estudio de caso, la oportunidad que ofrece para desarrollar una visión holística del objeto de estudio.

Es este último tipo el que permite avanzar en una explicación de una conducta que es en parte lo que me propongo con el análisis del “Decretazo”.

Como he señalado anteriormente, apoyándome en argumentaciones de autores expertos en el tema, como lo es Yin, subrayo que el rigor científico de un

estudio de caso no descansa en el establecimiento de una correlación, sino en la comprensión fundamental de la estructura, los procesos y las fuerzas que mueven al ente del estudio; y que depende de la capacidad del investigador para adquirir el conocimiento fundamental sobre la organización y sus actores sociales y entender que no se descansa en su capacidad para establecer relaciones de causa y efecto, sino en su habilidad para desarrollar un lenguaje común y conceptos apropiados al caso bajo estudio y una interpretación.

Ahora bien, habiendo entendido mínimamente qué es un estudio de caso, se puede agregar que en la parte metodológica las estructuras que Yin (1989) expone son importantes; hay que dejar clara la forma en que serán utilizadas las estructuras señaladas; y entender que toda estructura puede resultar ilustrativa utilizándola correctamente; para esto nos sugiere 6 posibilidades de estructurar el proyecto (Yin 1989:137):

- 1 Estructuras analíticas lineales.
- 2 Estructuras comparativas.
- 3 Estructuras cronológicas.
- 4 Estructuras de construcción de teorías.
- 5 Estructuras de suspenso o incertidumbre.
- 6 Estructuras sin secuencia.

Expongo a continuación, de acuerdo a lo puntualizado por Yin (1989) de una forma más explícita, cada una de las estructuras señaladas anteriormente:

1 Estructuras analíticas lineales: Son utilizadas para los estudios de caso de muchas investigaciones de ciencia. Este tipo de estructura es aplicable para explicar, describir o explorar los estudios de caso de una forma más científica.

2 Estructuras comparativas: Aquí un mismo caso puede ser descrito repetidamente pero desde diferentes puntos de vista o con diferentes modelos descriptivos y posteriormente ver cual es el que mejor acomoda según el requerimiento de la investigación.

3 Estructuras cronológicas: Este tipo de acercamiento al estudio de caso sugiere que el orden de la evidencia vaya en orden cronológico, como bien su

nombre lo señala; es decir, las secciones o capítulos deben ir con las fases de la historia; primero exponer lo más antiguo, posteriormente lo intermedio y al final lo que haya sucedido más recientemente.

4 Estructuras de construcción de teorías: Aquí la secuencia de los capítulos o secciones van a seguir un orden lógico según alguna teoría propuesta. La lógica tiene que depender de un tópico específico y una teoría. Cabe señalar que es necesario que cada capítulo deba desenmarañar algo del argumento planteado anteriormente.

5 Estructuras de suspenso o incertidumbre: En esta estructura se invierte el acercamiento analítico; no hay algo bien definido. Cuando se usa bien este tipo muy a menudo ayuda para que se enganche con otra teoría compuesta o ya planteada.

6 Estructuras sin secuencia: En este arquetipo las secciones o capítulos no asumen una importancia de orden particular; la estructura suele ser muy a menudo suficiente para describir un estudio de caso; se pueden cambiar el orden de los capítulos sin que esto llegue a alterar el valor descriptivo.

Para el estudio de este caso que servirá para apoyar las inferencias planteadas anteriormente en la hipótesis de este proyecto de tesis, considero que las estructuras cronológicas junto con las estructuras sin secuencia son las más convenientes, ya que con esta primer forma mencionada, al momento de exponer el caso, el acercamiento a la evidencia sobre el mismo será ordenada cronológicamente, comenzando con lo más alejado de la actualidad, seguido por los sucesos intermedios y, por último, lo sucedido más recientemente. Y la estructura sin secuencia, porque el acomodo final de los capítulos será libre, atendiendo a que ese orden es el correcto para estructurar el proyecto de mi investigación.

Siguiendo con la metodología, los pasos para hacer el estudio de caso son (Yin 1989: 23):

**1** Establecer el enfoque de la investigación a través de formular preguntas acerca de la situación o problema que se estudia y determinar el propósito de estudio:

En lo que Robert Yin (1989: 29) nos señala en su libro para formular preguntas de lo que se estudia es necesario problematizar 4 cosas:

¿Cuál es la pregunta que dirige al estudio?

¿Cuales son los datos más relevantes?

¿Que datos son los que hay que recabar?

Y ¿Cómo se van a analizar los resultados?

Como respuesta a estos cuestionamientos resultaron las siguientes preguntas y que sirvieron para orientar mi investigación:

¿Cuál es el nuevo pacto político, cómo se está dando y cuál es su finalidad?

¿Cómo llegó a ser tan poderosa la Televisión en México?

¿En qué momento fue que la televisión ganó o rebasó al poder político en nuestro país?

¿Será que al verse rebasado por los medios de comunicación, el gobierno cedió a favor de los medios el 12.5 % de transmisiones y con ello trató de recuperar el derecho a una televisión no viciada y hasta cierto punto la hegemonía que antes tenía un presidente, candidato o cualquier otra figura pública?

**2** Seleccionar los instrumentos para la recolección de datos, las herramientas para recolectar estos datos pueden ser: la encuesta, la observación y la entrevista:

He seleccionando como instrumento o herramienta para la recolección de datos, el hacer una revisión de las publicaciones periódicas (El Informador, Público, Reforma y la Jornada virtual de octubre de 2002 a mayo de 2003) y de algunas revistas especializadas en el tema de la comunicación y la política (Proceso, Época, Crónica, Etcétera y Revista Mexicana de Comunicación de octubre de 2002 a junio de 2003). Considero que son revistas experimentadas en el tema y los diarios que son algunos locales y otros nacionales, los retomo por dos razones

fundamentalmente, la primera y la más banal por tener acceso a ellos con mayor facilidad y la segunda que considero tiene un buen nivel de sus contenidos.

### **3 Recolección de datos:**

Con la recolección de datos de las notas periodísticas y los artículos de revistas podré conformar mi archivo que servirá para realizar un análisis de lo que se dijo y quién lo dijo, en torno al "Decretazo": condonación del 12.5 % por parte del gobierno federal a los medios de comunicación.

### **4 Evaluación y análisis de datos:**

Con los datos obtenidos anteriormente podré entonces realizar una evaluación y análisis completo de lo sucedido con ese caso y corroborar lo planteado en mi hipótesis, sobre el nuevo pacto político entre los medios de comunicación y el gobierno del presidente de la república, Vicente Fox Quesada.

Lo que habrá de interesar a esta investigación no es si dichas notas o artículos fueron publicados en primera página, lo que aquí interesará es ver QUIÉN lo dijo, a qué grupo pertenece y cuándo lo dijo; si dichos comentarios fueron apoyando a las medidas tomadas por el gobierno o si están en desacuerdo; de esta forma podemos relacionar la parte teórica con la práctica y poder señalar los grupos que existen y los pactos que se generan entre ellos mismos.

#### **3.1.1 Ejemplo del análisis de una nota periodística**

Enseguida pondré un ejemplo de un análisis sobre una nota periodística para aclarar como voy a enfatizar todos los elementos mencionados anteriormente:

**Público/ Negocios/ página 37/ 16 de octubre 2002**

**"Televisa y TV Azteca dan su respaldo a Fox"**

**Por Araceli Muñoz**

**Ciudad de México**

***Sintonizados en un mismo canal, los presidentes de Televisa y TV Azteca, Emilio Azcárraga Jean y Ricardo Salinas Pliego, defendieron y***

*apoyaron “la valentía” con la que el Presidente Vicente Fox Quesada eliminó el impuesto de 12.5 por ciento en especie que pagaban los medios electrónicos al gobierno, mediante el uso de tiempos oficiales a los que tenía derecho el Estado.*

*Incluso, Salinas Pliego criticó lo que había sido mínimamente señalado durante décadas: “ese impuesto que ha tenido que pagar la radio y la televisión desde 1968 es repugnante, es el instrumento de censura de Díaz Ordaz para poner de rodillas a la industria de radio y televisión, así que el origen es una maldad y hay que reconocerle al Presidente Vicente Fox la valentía que tuvo de entrarle a componer eso”.*

*A años de distancia, la historia ya se cuenta públicamente, luego que la verdad sobre la imposición del 12.5 por ciento fue armada en los corredores de la casona de Bucareli, de donde salían las decisiones a favor o contra los concesionarios.*

*Azcárraga Jean coincidió con su principal competidor y señaló que dicho impuesto fue decretado después de que la televisión transmitiera las imágenes de la matanza de estudiantes de ese año con el fin de controlar a los medios electrónicos. Además, el gobierno presiono mediante la otorgación de concesiones y siempre consiguió que “se escondieran ciertas notas o se presionara a algún medio a pronunciarse de una u otra manera”.*

*Reunidos durante la mesa “Los medios de comunicación y el mercado de valores” de la XIII Convención del Mercado de Valores realizada ayer, ambos empresarios, antagónicos en el ring de la competencia por la audiencia pero unidos para desechar un impuesto que nunca fue aplicado al pie de la letra, aseguraron que la modificación al Reglamento de Radio y Televisión evitará la discrecionalidad con la que se maneja la Ley Federal de Radio y Televisión, a más de 40 años de promulgada y con ello se evitará “toda forma de presión” contra las empresas.*

*Ambos empresarios también coincidieron en rechazar las críticas realizadas por legisladores, incluidos los de Acción Nacional, pues recordaron que la discusión sobre el impuesto en especie aplicado a los concesionarios de radio y televisión se inició hace años y se intensificó en el gobierno de Ernesto Zedillo.*

*“Es una decisión justa para los empresarios del sector que además de cubrir con todos los impuestos que la ley marca, tenían que otorgar un porcentaje importante de su tiempo de transmisión”, dijo Salinas Pliego.*

*Incluso, mencionó el empresario, el sector no quedará exento de gravámenes especiales y deberá seguir entregando 18 minutos de transmisión diaria como impuesto especial.*

*En tanto, para Azcárraga Jean, el gobierno federal ha tomado dos decisiones importantes en el año, primero la renovación de concesiones de radio y televisión por doce años y ahora la modificación del reglamento de la industria. “Eso es un mensaje positivo de la actual administración” subrayó. Además consideró que el decreto de modificación al reglamento es bueno porque por una parte le garantiza mejores horarios al gobierno y para las empresas significa menor presión política.*

Es importante señalar, antes de hacer el análisis, cuál es la metodología que utilizaré para analizar cada una de las notas o artículos alusivos a lo sucedido con el 12.5 %. En seguida destaco los puntos que tomaré como base para esto:

- \* Tratar de encontrar hacia qué público está dirigido el artículo.
- \* Es necesario mostrar quién o quiénes son los que hablan en dicho artículo.
- \* Señalar a qué élite o grupo pertenecen.
- \* Cuál es el tema principal del artículo y si hay sub-temas hacer un señalamiento de estos.

Comienzo entonces señalando que la presente nota periodística fue publicada por un diario local, aunque es escrita por una reportera de la Ciudad de



México; esto fue 6 días después del “decretazo”. Este artículo va dirigido esencialmente para la ciudadanía jalisciense. Se exponen las palabras de los 2 grandes concesionarios de la Televisión, Emilio Azcárraga Jean (Televisa) y Ricardo Salinas Pliego (TV Azteca).

El tema principal de esta nota es dar a conocer la postura de Televisa y de TV Azteca en cuanto a la decisión tomada por parte del Gobierno Federal, encabezado por el Presidente Fox. Estas posturas permiten conocer que ambos concesionarios le dan el apoyo al gobierno del Presidente Fox; los dos pertenecen a las élites televisivas y que durante muchos años ambas, sostuvieron relaciones con el partido gobernante en turno; en el caso de Televisa un ex presidente de la República (Alejando Gortari) llegó a tener una cantidad importante de acciones; por su parte Salinas Pliego recibió el apoyo económico del Raúl Salinas de Gortari, hermano de un ex presidente de la república que pertenece al PRI.

Ahora un sub-tema que se puede ver es que ambos presidentes de las televisoras caracterizan al presidente de la república como un héroe que viene a remediar lo que gobernantes anteriores habían hecho. ***“Defendieron y apoyaron la “valentía” con la que el presidente Vicente Fox Quesada eliminó el impuesto del 12.5% en especie que pagaban los medios electrónicos al gobierno, mediante el uso de tiempos oficiales a los que tenía derecho el Estado”.... “Es una decisión justa para los empresarios del sector que además de cubrir con todos los impuestos que la ley marca, tenían que otorgar un porcentaje importante de su tiempo de transmisión”.***

Para señalar el tema central donde los concesionarios dan el apoyo a Fox está el siguiente párrafo, donde Salinas Pliego señala: ***“ese impuesto que ha tenido que pagar la radio y la televisión desde 1968 es repugnante, es el instrumento de censura de Díaz Ordaz para poner de rodillas a la industria de radio y televisión, así que el origen es una maldad y hay que reconocerle al Presidente Vicente Fox la valentía que tuvo de entrarle a componer eso”.*** Podemos ver cómo quieren justificar ante la sociedad lo hecho por el presidente y dejarlo con la imagen de redentor de las causas sociales, como aquel que puede solucionar todo lo malo hecho en gestiones anteriores.

Por otro lado está lo que Azcárraga Jean hace referencia sobre la decisión del presidente: ***“Eso es un mensaje positivo de la actual administración”***, hay que señalar que ambos comentarios fueron hechos a los pocos días de haberse dado “El decretazo” (10 de octubre de 2002) y que curiosamente fue después de la fecha en que Fox fuera ventaneado por Fidel Castro (19 de marzo de 2002) apoyándose en los medios de comunicación que ahora aplauden sus acciones.

Así pues, es un breve ejemplo de lo que se hará en un análisis posterior de otras notas, o artículos periodísticos. Estas Categorías señaladas son las que elegí porque considero que con ellas puedo entender y mostrar cuales son las relaciones que se han generado después del “Decretazo” entre gobierno y las élites televisivas.

Otro punto que quiero señalar es que como parte de la metodología, después de realizar el análisis respectivo de cada nota periodística, voy a elaborar la narrativa correspondiente al suceso del 12.5%, basándome en los hechos y las declaraciones hechas por diferentes actores, tanto políticos como académicos o simplemente gente que trabaja en los medios de comunicación. Ya entonces podré dar continuidad al paso siguiente.

##### **5 Reporte final:**

Así, después de haber llevado a cabo cada uno de los pasos para hacer el estudio de caso, llegaré al reporte final, o conclusiones que se harán con los resultados obtenidos con la recolección de datos, la evaluación y el análisis de los mismos.

Continuando con la metodología para el análisis de caso, señalo que para la lógica de este trabajo de investigación retomaremos el cómo y el porqué como un primer acercamiento, de esta forma obtendré información documental y me permitirá en cierto momento realizar entrevistas a un “quién” que apoye a mi investigación. Es necesario que se clarifiquen las preguntas del cómo y el por qué, esto puede considerarse como una de las partes más importantes de la investigación (Yin, 1989).

Ahora, para llegar a la decisión de tomar este estudio de caso, fue necesario hacerme diferentes propuestas de estudio; dicho paso es recomendado por Yin (1989); esto es porque a cada propuesta de estudio se le tiene que dirigir la atención hasta donde éste mismo lo permita y ver si con ello es posible convencer a todos aquellos que vean mi propuesta de investigación. Es algo así como justificar el por qué tomar un estudio de caso en lugar de otro. Señalando lo anterior, nuevamente infiero que al momento que se da el decretazo, el gobierno cede ante los medios de comunicación viéndose acorralado y no viendo otra salida, les da tan espléndido regalo, como muchos analistas lo han considerado.

Si bien es importante destacar que la unidad de análisis (Yin, 1989) que está relacionada muy cercanamente con el problema fundamental de la investigación, es originada por el objetivo que nos lleva a tomar un caso y hacer las investigaciones pertinentes.

### **3.1.2 Como nació el 12.5%**

Entre tanto es importante plantear un horizonte de lo que será el estudio de caso a manera de primer acercamiento; creo que es necesario conocer los antecedentes del estudio de caso, es decir, de dónde nace el 12.5% que era brindado al Estado en tiempo para sus transmisiones.

Todo comenzó en 1968, cuando el presidente Díaz Ordaz resuelve establecer los tiempos fiscales en la radio y la televisión. Esto lo hace porque después de terminar los juegos olímpicos confirmó la importancia que los medios electrónicos de comunicación masiva tenían. Fue entonces que pidió a su entonces secretario de Hacienda, Antonio Ortiz Mena, que elaborara una propuesta para conseguir un buen aprovechamiento de los medios en beneficio del país. (Trejo, 2002 a)

Así pues, fue cuando nació la idea de que el Estado pudiera definir el uso de espacios en la radio y la televisión, tal y como sucedía con el país vecino de Estados Unidos y algunos países del viejo continente. Como era lógico que los

empresarios de los medios no aceptaran ceder tiempos al Estado, se dio paso al diseño de una estrategia que permitiría su cumplimiento:

“Incluir en la Ley de ingresos de 1969 un impuesto muy elevado sobre los ingresos de las empresas difusoras de radio y televisión. Una vez establecido el impuesto se podría negociar con estos medios para que lo pagaran donando tiempo al aire para el gobierno. Así, en el proyecto de iniciativa de Ley de Ingresos que se envió al Congreso de la Unión a finales de 1968, se incluyó el impuesto de 25 % sobre los ingresos brutos de las empresas de radio y televisión. El impuesto entraría en vigor el 1° de julio de 1969, así el gobierno tendría seis meses para negociar desde una posición de fuerza” (Trejo, 2002 a)

Y efectivamente, fue así como las negociaciones del gobierno con Azcárraga Vidaurreta, con Rómulo O' Farril y Alemán Valdés, dieron fruto a un acuerdo en el cual ellos cedían el 12.5% del tiempo de transmisión al Estado.

El 12.5 % o conocido a partir del 10 de octubre de 2002 como “el decretazo” pudiera ser tomado desde otro ángulo; para 1972, fue que el Estado adquirió un aparato ideológico que le diera respaldo para no verse tan debilitado por los medios de comunicación que se estaban formando con una fuerza notable (Alva, 2004).

En las siguientes líneas muestro cuál fue el decreto hecho por el presidente Díaz Ordaz, expuesto en el:

### **3.1.3 Diario Oficial de la Federación el 1° de Julio de 1969:**

**31-12-1969. Artículo 9 de la Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos.**

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION

TOMO CCXICI, No. 50, Pág. 16

México, DF., Martes 31 de diciembre de 1968

PODER EJECUTIVO

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

Al margen un sello con el Escudo Nacional que dice: Estados Unidos Mexicanos.-Presidencia de la República.

GUSTAVO DIAZ ORDAZ, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

“EL CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA: LEY QUE ESTABLECE, REFORMA Y ADICIONA LAS DISPOSICIONES RELATIVAS A DIVERSOS IMPUESTOS”.

**ARTICULO NOVENO.-** Se establece un impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por Ley, en los que intervengan empresas concesionarias de bienes del dominio directo de la Nación.

**ARTICULO 1o.** El impuesto a que esta Ley se refiere grava el importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la Nación, cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la ley. El objeto del impuesto comprenderá:

a).- Los pagos al concesionario.

b).- Los pagos a las empresas que por arreglos con el concesionario contraten los servicios y presten los que sean complementarios:

c).- Los pagos a cualquiera otra empresa que intervenga entre el que cubra el costo total del servicio y el concesionario.

**ARTICULO 2o.-** Son sujetos del impuesto las personas que hagan los pagos que se mencionan en el artículo 1o.

Las personas que reciben pagos responderán solidariamente del cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta ley y deberán recabar el impuesto a cargo de los sujetos.

**ARTICULO 3o.-** Sólo estarán exentos del impuesto de la Federación y los sujetos señalados en las fracciones I y II del artículo 16 del Código Fiscal de la Federación. Las exenciones o limitaciones respecto de impuestos federales, establecidas en otras leyes, quedan derogadas en lo que toca al pago del impuesto a que esta ley se refiere.

**ARTICULO 4o.-** La base del impuesto será el monto total de los pagos en efectivo o en especie que se hagan por los conceptos señalados en el artículo 1o. de esta ley.

**ARTICULO 5o.-** El impuesto se determinará aplicando la tasa de 25% a la base señalada en el artículo que antecede.

**ARTICULO 6o.-** Los responsables solidarios deberán presentar declaraciones mensuales en las que determinarán el monto del impuesto, utilizando al efecto las formas que apruebe la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Las declaraciones deberán presentarse en la oficina receptora correspondiente, dentro de los veinte días siguientes al mes de calendario en que se hubieren recibido los pagos.

**ARTICULO 7o.-** Los responsables solidarios deberán enterar el impuesto al presentar la declaración a que se refiere el artículo 6o. de esta ley.

**Nota:** lo que está dentro del recuadro es transcrito del Diario oficial de la Federación, publicado el 1 de julio de 1969.

### **3.1.4 Análisis de las normas relativas al pago del impuesto del 25% a concesionarios comerciales, establecidas en 1968.**

Se refiere al llamado "Tiempo Fiscal" que analiza el impuesto del 25% (D.O.F. 31/ 1969) así como el acuerdo que substituye el pago por el 12.5% del tiempo de transmisión (D.O.F. 01/07/1969).

**01-07-69 ACUERDO por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades.**

**DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION**

**TOMO CCXCV, NO.1, P G. 19**

México, DF., martes 1 de julio de 1969

## **PODER EJECUTIVO**

### **SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO**

Al margen un sello con el escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos, Presidencia de la República.

ACUERDO a las Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

En uso de la facultad que me confiere la fracción I, del artículo 2o, de la Ley de Ingresos de la Federación para 1969 y

**CONSIDERANDO PRIMERO.-** Que el artículo 9o. de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario Oficial" de la Federación, correspondiente al 31 de diciembre de 1968, crea un impuesto que a partir del día 1º de julio próximo gravar el importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionan al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación, cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la ley; y que entre dichas empresas se encuentran las concesionarias de estaciones comerciales de radio y televisión.

**CONSIDERANDO SEGUNDO.-** Que es necesario que el Ejecutivo Federal disponga de tiempo para transmisión en las estaciones radiodifusoras comerciales, para el cumplimiento de sus propios fines, y siendo atribución del Ejecutivo Federal modificar la forma de pago y procedimiento de liquidación de los gravámenes fiscales, ha estimado pertinente autorizar otra forma como se podrá cubrir el impuesto establecido por el artículo 9o. de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario Oficial" de la Federación, correspondiente al 31 de diciembre de 1968; he tenido a bien expedir el siguiente

#### **ACUERDO:**

**PRIMERO.-** Se autoriza a la Secretaría de hacienda y Crédito Público, para recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión el pago del impuesto a que se refiere el artículo 9o. de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario

Oficial" de la Federación, correspondiente al día 31 de diciembre de 1968, en la siguiente forma:

a).- Los concesionarios que, en su calidad de obligados solidarios al pago de dicho impuesto y por tanto como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación, lo tomen a su cargo, podrán solicitar se les admita el pago de su importe con el doce y medio por ciento del tiempo diario de transmisión de cada estación. El Estado, por conducto del Ejecutivo a mi cargo, hará uso de ese tiempo para realizar las funciones que le son propias de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial; a cuyo efecto se precisa que cuando aquél realice campañas de interés colectivo, promoviendo el mayor consumo de bienes y servicios, lo hará en forma genérica, en tanto que la industria de la radiodifusión comercial se ocupara de la publicidad y propaganda de marcas, servicios o empresas específicos.

Estos tiempos de transmisión no serán acumulables, ni su uso podrá diferirse aún cuando no sean utilizados, pues se entenderá que el concesionario cumple con su obligación con sólo poner dicho tiempo a disposición del Estado.

Si el Ejecutivo no utilizare, total o parcialmente, tales tiempos para transmisión, debe hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión.

b) Los tiempos de transmisión a que se refiere el inciso anterior, serán distribuidos proporcional y equitativamente dentro del horario total de transmisiones de la radiodifusora de que se trate, por conducto del órgano que se designe, el que oír previamente al Consejo Nacional de Radio y Televisión. En todo caso, se cuidara de no poner en peligro la estabilidad económica de las estaciones, se tomarán en cuenta las características de su programación y se notificará al concesionario el uso de los tiempos de transmisión con una razonable anticipación.

**SEGUNDO.-** Con el pago a que se refieren los incisos a) y b) que anteceden, quedará cubierto íntegramente el impuesto establecido por el artículo 9º. de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a



Diversos impuestos, publicada en el "Diario Oficial" de la Federación del 31 de diciembre de 1968. Este pago liberará a los sujetos pasivos y a los responsables solidarios del mencionado impuesto, en relación con los objetos del mismo.

**TERCERO.-** Esta autorización subsistirá mientras esté en vigor el impuesto citado. En caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que esté obligado, o no cumpla con sus otras obligaciones, el impuesto será cubierto en efectivo y, en su caso, se exigirá a través del procedimiento administrativo de ejecución, sin perjuicio de las demás acciones que procedan.

**TRANSITORIO.-**

**UNICO.-** El presente acuerdo entra en vigor al día siguiente de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, a los veintisiete días del mes de junio de mil novecientos sesenta y nueve.- El Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Gustavo Díaz Ordaz.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Antonio Ortiz Mena.- Rúbrica.

**Nota: transcrito del Diario Oficial de la Federación publicado el 1 de julio de 1969.**

Ahora bien, después de haber presentado lo dictado en el Diario Oficial referente al 12.5 % de tiempo fiscal para el Estado por parte de los concesionarios de la radio y la televisión, cierro para terminar con éste capítulo, aseverando que el comienzo para este planteamiento del estudio de caso será exponer en el siguiente capítulo, un acontecimiento en el que los medios de comunicación ventanearon al presidente Fox, me refiero a la entrevista que tuvo vía telefónica con Fidel Castro, Presidente de Cuba. Y que con ello me atrevo a inferir comenzó a prepararse el escenario para gestar el nuevo pacto político entre los medios y el presidente Fox. En el siguiente capítulo comenzaré con este hecho que acabo de mencionar porque da pie a mi decisión de tomar como estudio de caso "El decretazo".

## CUARTO CAPÍTULO

### 4.1 El estudio de Caso

Para comenzar con este capítulo expondré textualmente la llamada telefónica que hizo el presidente Vicente Fox Quesada a Fidel Castro, presidente de Cuba, puesto que con dicho suceso los medios de comunicación y Castro, ventanearon<sup>3</sup> a Fox y fue entonces cuando infiero comenzó a planearse el nuevo pacto político entre gobierno y medios de comunicación:

#### 4.1.1 "Exhibe Fidel Castro charla de 'amigos' "

Fidel Castro reveló que el pasado 19 de marzo, a las 23:00, hora de Cuba, recibió en su oficina una llamada del presidente Fox, quien quería hablar con él lo más urgentemente posible, pero pidió llamar un poco más tarde. A las 11:28 entró de nuevo la llamada de México. El contenido del diálogo fue dado a conocer por Castro; a continuación expongo párrafos claves desde mi punto de vista de la conversación Fox-Castro; y en el apartado de anexos (anexo 2) podrán encontrar la transcripción textual de la llamada telefónica.

**Fidel.-** Dígame, señor Presidente, ¿cómo está usted?

**Fox.-** Fidel, ¿cómo estás?

**Fidel.-** Muy bien, muy bien, muchas gracias. ¿Y usted qué tal?

**Fox.-** ¡Qué gusto! Oye, Fidel, pues llamándote por esta sorpresa que me llevé hace apenas un par de horas, cuando me entero de tu pretendida visita acá a México.

"Primero, antes que nada, quisiera decirte que esta conversación sea privada, entre tú y yo, ¿estás de acuerdo?"

<sup>3</sup> Es un modismo utilizado en México para referirse a que alguien pone en evidencia a otra persona por alguna acción o comentario que haya realizado y en base a esto pueden hacer burlas, críticas, etc.

**Fidel.-** Sí, de acuerdo. Usted recibió mi carta, ¿verdad? Se la envié...

**Fox.-** Sí, recibí tu carta hace apenas un par de horas y por eso te llamo ahora.

.....

Fox.- Entonces, ¿podemos quedar con ese acuerdo, Fidel?

Fidel. - Podemos quedar con ese acuerdo y quedamos amigos, como amigos y caballeros.

.....

Fox.- Que puedas venir el jueves y que participes en la sesión y hagas tu presentación (...) te ofrezco, y te invito a que estuvieras en ese almuerzo, inclusive que te sientes a mi lado, y que terminado el evento y la participación, digamos, ya te regresaras...

Fidel. - ¿A la isla de Cuba?

Fox.- No, bueno, pues a lo mejor te buscaras...

Fidel. - ¿A dónde? ¿O al hotel? Dígame.

Fox.- A la isla de Cuba, o a donde tú gustaras ir.

Fidel. - Dígame, ¿en qué puedo servirlo?

Fox.- Pues, básicamente, no agredir a Estados Unidos, o al Presidente Bush, sino circunscribirnos...

Fidel. - Óigame, señor Presidente. Yo soy un individuo que llevo como 43 años en política y sé las cosas que hago y lo que debo hacer...

**Fox.-** Me acompaña a la comida y de ahí te regresas.

**Fidel.-** Y de ahí cumplo sus órdenes: me regreso.

**Fox.-** Fidel, te agradezco muchísimo.

**Fidel.-** Muy bien, Presidente.

**Fox.-** Nos van a salir bien las cosas así.

**Fidel.-** Yo pienso que sí, y le doy las gracias...

**Fox.-** Bueno, igualmente y que pases buena noche.

Ahora después de mostrar estos párrafos, es importante mostrar algunas notas publicadas en torno a este hecho, para ver como fue clasificada por los medios la llamada de Vicente Fox a Fidel Castro, y de qué manera puede ser vista como el detonante para la creación de un pacto político nuevo entre el gobierno del presidente Fox y el presidente Castro.

En esta llamada telefónica entre presidentes ambos traicionaron la supuesta "amistad" (Hurtado, 2002:1), esto permitió que se convirtiera en un acto atractivo para que los medios de comunicación de México expusieran al presidente Fox. " Dígame, en qué más puedo servirlo; ...y de ahí -de la comida- cumpla sus órdenes y me regreso" ; y no sólo eso sino que con uno de sus comentarios mostró prepotencia hacia Castro: "me acompañas a la comida y de ahí te regresas", de este modo insistió en tratarlo como si fuera su empleado; pero además otra cosa que se pudo apreciar gracias a la reproducción de esta cinta es la actitud servil y lacaya que tiene hacia el presidente de Norteamérica, George Bush, esto se puede percibir cuando expresa: "pues básicamente no agredir a Estados Unidos o al Presidente Bush...".

Fueron muchas las opiniones desencadenadas tanto a favor de Fox como en contra, después de mostrarse en todos los medios de comunicación (radio, prensa y televisión) de México dicha conversación. Tal es el Caso de Javier Hurtado (2002) al aseverar que este incidente entre Fox- Castro contiene mensajes negativos para las relaciones gobernantes- gobernados en nuestro país; además con esto se dice que el presidente de la República utiliza en cadena nacional los tiempos oficiales del Estado en los medios de comunicación

para atacar y calumniar a la oposición en el senado. ¿Por qué en esto, que sí se justifica, Fox no utilizó la cadena nacional para refutar al presidente cubano?

Señala Hurtado (2002) que: "Castro le dio a Fox "una sopa de su propio chocolate": al Presidente mexicano ya se le olvidó que durante su campaña él transmitió por los medios de comunicación una conversación telefónica que sostenía con su adversario Francisco Labastida, sin que éste lo hubiera autorizado".

Otro de los que no repararon en dar su opinión fue el canciller Jorge Castañeda, quien estaba inmiscuido en dicho suceso, así lo señaló el mismo Castro: "Yo sé que Fox es un buen hombre, pero Castañeda es un perverso". Las declaraciones que dio Castañeda (2002) acerca del presidente cubano, Fidel Castro, es que está quedándose aislado en América Latina, y esa situación fue una de las principales razones que lo llevaron a hacer un "berrinche" por el voto mexicano en la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así lo declaró al semanario "Newsweek".

Un comentario publicado por Felipe Díaz Garza, reportero de editoriales del periódico Reforma, fue muy favorable para Fox: "Qué bueno que sepamos que el presidente es humano, falible y mandable y qué bueno que no es un tirano y que tiene que obedecer las leyes y portarse bien. Mejor eso aunque sea un ingenuo, no tenga experiencia política y se lo lleven entre las patas sus colegas del hemisferio, como lo hizo el ladino dictador cubano, tramposo y mal amigo que exhibió a Fox como político inexperto. Claro, el guanajuatense llegó hace un año a la Presidencia y se irá dentro de cinco, no se quedará allí 40 años. Menos ahora que sus compatriotas sabemos que es humano" (Díaz Garza 2002). Es interesante ver como se inclina la balanza en pro y en contra de este suceso, unos lo ven como simple ingenuidad y otros lo catalogan como un acto de traición y mentira, que coadyuva a una actitud de servicio hacia terceros, en este caso Bush.

Otra de las supuestas intenciones de Castro al exhibir la llamada telefónica que quedó desde un principio como una conversación privada, entre "amigos" y "caballeros", que era de confidencialidad diplomática obligatoria y que no podía ser divulgada porque el honor de ellos estaba en juego, es que

Castro tenía la intención de secuestrar la libertad de voto del Gobierno mexicano en Ginebra, quería cobrar rescate por esa grabación. El Gobierno mexicano tenía sólo dos alternativas, la primera: el aceptar el chantaje de Castro y votar en el sentido que deseaba Fidel, a cambio del silencio, o la segunda: que sin importar la presión y el chantaje se votara como la conciencia lo dictaba (Taylor 2002).

Los comentarios de mayor apoyo hacia el primer mandatario de México fueron dichos por compañeros del mismo partido, Partido Acción Nacional (PAN), porque por su parte los diputados de otros partidos políticos como el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) expusieron su desagrado con el comportamiento de Fox.

Algunas de las declaraciones fueron las siguientes:

"Que el Gobierno dé explicaciones precisas al pueblo de México a través de una actitud que renuncie al doble discurso, que renuncie a las intenciones ocultas", señaló desde la tribuna del Senado la priísta Silvia Hernández.

"El líder del PRI, Roberto Madrazo, criticó que la actual Administración no cumpla con su ofrecimiento de transparencia, aun cuando ha sido una de sus principales banderas".

"Fox ha faltado a la verdad, al pueblo de México y al Congreso de la Unión respecto a las relaciones de México y La Habana", dijo el perredista Armando Chavarría.

"El Presidente nos mintió. Para el PRD, ése es el problema; si el Presidente mente a su pueblo en un tema tan delicado como el de política exterior, qué estará sucediendo en otros temas nodales para el país", señaló la entonces dirigente nacional del PRD, Rosario Robles.

A nombre de la fracción del PVEM, la Senadora Gloria Lavara criticó a Fox: "Nos mintieron y nos engañaron en respuesta a un interés ajeno al pueblo de México",

Los Legisladores panistas Jorge Zermeño y Felipe Calderón, subieron a la tribuna del Senado y Congreso, respectivamente, para condenar a Cuba. "Lo

que no resulta tolerable, no solamente de dos Jefes de Estado, sino de cualquier relación de amigos y caballeros, es que se deshonre un acuerdo".

Las declaraciones anteriores fueron tomadas de un artículo publicado en Mural (Barajas 2002).

Como se puede observar, son muchos los puntos a discutir sobre si fue correcta o incorrecta la actuación de Vicente Fox en lo sucedido con Fidel Castro, pero lo que aquí interesa es ver que los medios de comunicación no tuvieron alguna objeción por vetar algún comentario por ser en contra de la figura del presidente de México, sino que dieron el apoyo a la "libertad de expresión" y dedicaron mucho de sus tiempos de transmisión para publicar lo que exhibía a Fox como alguien sin mucha experiencia política y que pudo ser chamaqueado por un presidente con más colmillo. De esta forma el primer mandatario de México, fue expuesto como un ingenuo al soltar la lengua con su interlocutor, Castro.

#### **4.1.2 El nuevo decreto**

Ahora, después de quedar asentado el hecho que infiero marcó el inicio que dará pie a un nuevo pacto político entre los concesionarios de la radio y la televisión y el presidente de la República, Fox Quesada, mostraré a continuación una síntesis explicativa de lo que es el nuevo decreto, así como unos párrafos tomados de documentos expuestos en el Diario Oficial de la Federación (D.O.F.).

Los concesionarios de la radio y la televisión a partir de este decreto, tendrán que dar como parte de sus transmisiones un tiempo al gobierno federal para que este pueda difundir lo que él considere pertinente para aprovechar esos 30 minutos, que no tienen que ser forzosamente en un orden continuo; así lo señala el artículo 59 del D.O.F. : "Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social [...]" (D.O.F. 10 octubre 2002).

Además que el Ejecutivo Federal será quien al mismo tiempo señale qué dependencia proporcionará el material para usarse en los tiempos establecidos (D.O.F. 10 octubre 2002).

La distribución de estos tiempos será como lo señala el artículo 15, párrafo I y II respectivamente: “Hasta 10 minutos en formatos o segmentos de no menos de 20 segundos cada uno. Y veinte minutos en bloques no menores de 5 minutos cada uno. El tiempo del Estado podrá ser utilizado de manera continua para programas de hasta treinta minutos de duración” (D.O.F. 10 octubre 2002).

Hay que señalar que según lo establecido por el nuevo decreto, los horarios de transmisión a cargo del Estado, referidos en el artículo 59, serán fijados cuando se hayan puesto de acuerdo el gobierno y los concesionarios, esto será con base en las propuestas hechas ante la dirección correspondiente: “Artículo 16.- Los horarios de transmisión de materiales con cargo al tiempo del Estado a que se refiere el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se fijarán de común acuerdo con los concesionarios y permisionarios con base en las propuestas que formule la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía ” (D.O.F. 10 octubre 2002).

En las siguientes líneas presento un cuadro comparativo tomado del Diario Oficial de la Federación con fecha del 10 de octubre de 2002, esto es entre el acuerdo de fecha del 1 de julio de 1969 y el decreto que lo abroga con fecha del 10 de octubre de 2002; en estos cuadros se muestran los cambios que hubo de tiempo fiscal destinado al poder Ejecutivo Federal.

#### 4.1.3 TABLA 1

#### ORDENAMIENTOS JURIDICOS

(ORDENAMIENTO ABROGADO)	(TEXTO VIGENTE)
El acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades, publicado en el Diario Oficial de la Federación el	Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de octubre de 2002.



1º de julio de 1969.	
<p style="text-align: center;">Disposiciones</p> <p><b>PRIMERO.-</b> Se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión el pago del impuesto a que se refiere el artículo 9o. de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario Oficial" de la Federación, correspondiente al día 31 de diciembre de 1968, en la siguiente forma:</p> <p>a).- Los concesionarios que en su calidad de obligados solidarios al pago de dicho impuesto y por tanto como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación lo tomen a su cargo, podrán solicitar se les admita el pago de su importe con el doce y medio por ciento del tiempo diario de transmisión de cada estación. El Estado, por conducto del Ejecutivo a mi cargo, hará uso de ese tiempo para realizar las funciones que le son propias de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial; a cuyo efecto se precisa que cuando aquél realice campañas de bienes y servicios, lo hará en forma genérica, en tanto que la industria de la radiodifusión comercial se ocupará de la publicidad y propaganda de marcas, servicios o empresas específicos.</p> <p>Estos tiempos de transmisión no serán acumulables, ni su uso podrá diferirse aún cuando no sean utilizados, pues se entenderá que el concesionario cumple con su obligación con sólo poner dicho tiempo a disposición del Estado.</p> <p>Si el Ejecutivo Federal no utilizare, total o parcialmente, tales tiempos para transmisión, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio de</p>	<p style="text-align: center;">Normativas</p> <p><b>ARTICULO PRIMERO.-</b> Los concesionarios de estaciones de radio y televisión podrán optar por realizar el pago del impuesto a que se refiere el artículo noveno de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de octubre de 2002, en la siguiente forma:</p> <p>I.- Los concesionarios que tengan la calidad de responsables solidarios al pago de dicho impuesto, y, por tanto, como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación, pagarán la contribución que se menciona con dieciocho minutos diarios de transmisión en el caso de estaciones de televisión, y con treinta y cinco minutos diarios en las de radio, para la difusión de materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal con una duración de veinte a treinta segundos, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial, a cuyo efecto se precisa que cuando aquél realice campañas de interés colectivo, promoviendo el mayor consumo de bienes y servicios, lo hará en forma genérica, en tanto que la industria de la radiodifusión comercial se ocupará de la publicidad y propaganda de marcas, servicios o empresas específicos.</p> <p>Si el Ejecutivo Federal no utilizare, total o parcialmente tales tiempos para transmisión deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión.</p> <p>II.- Los tiempos a que se refiere la fracción anterior serán distribuidos de manera proporcional dentro del horario de las 06:00 a las 24:00 horas en cada radiodifusora o televisora de que se trate, en términos de los requerimientos que</p>

<p>radiodifusión.</p> <p>b).-Los tiempos de transmisión a que se refiere el inciso anterior, serán distribuidos proporcional y equitativamente dentro del horario total de transmisiones de la radiodifusora de que se trate, por conducto del órgano que se designe, el que oirá previamente al Consejo Nacional de Radio y Televisión. En todo caso, se cuidará de no poner en peligro la estabilidad económica de las estaciones, se tomarán en cuenta las características de su programación y se notificará al concesionario el uso de los tiempos de transmisión con una razonable anticipación.</p>	<p>emita la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.</p>
<p><b>SEGUNDO.-</b> Con el pago a que se refieren los incisos a) y b) que anteceden, quedará cubierto íntegramente el impuesto establecido por el artículo 9o. de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario Oficial" de la Federación, del 31 de diciembre de 1968. Este pago liberará a los sujetos pasivos y a los responsables solidarios del mencionado impuesto, en relación con los objetos del mismo.</p>	<p><b>ARTICULO SEGUNDO.-</b> Con el pago a que se refiere el artículo anterior, quedará cubierto íntegramente el impuesto establecido por el artículo noveno de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de octubre de 2002. Este pago liberará a los sujetos positivos y a los responsables solidarios del impuesto a que se refiere el artículo anterior.</p>
<p><b>TERCERO.-</b> Esta autorización subsistirá mientras esté en vigor el impuesto dictado. En caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que esté obligado, o no cumpla con sus otras obligaciones, el impuesto será cubierto en efectivo y, en su caso, se exigirá a través del procedimiento administrativo de ejecución, sin perjuicio de las demás acciones que procedan.</p>	<p><b>ARTICULO TERCERO.-</b> Esta autorización subsistirá mientras esté en vigor el impuesto citado. En caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que este obligado o no cumpla con sus otras obligaciones, el impuesto será cubierto de acuerdo con las disposiciones fiscales relativas al pago de contribuciones y, en su caso, se exigirá a través del procedimiento administrativo de ejecución sin perjuicio de las demás acciones que procedan.</p> <p>Para los efectos indicados en el párrafo anterior, la Secretaría de Gobernación informará al Servicio de Administración Tributaria de los casos en que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que este obligado o no cumpla con sus otras obligaciones.</p>

Fuente: Diario Oficial de la federación 10 de octubre 2002

Los cambios que se presentaron entre la Ley Federal de la Radio y la Televisión del 1 de julio de 1969 y la del 10 de octubre de 2002 que abrogó la anteriormente mencionada fueron los siguientes: 1.- En la primer ley los concesionarios estaban obligados al pago del impuesto y se admitía el pago de su importe con el 12.5% del tiempo diario de transmisión de cada estación de televisión y de radiodifusión; mientras que con la ley vigente pagarán la contribución que se menciona con sólo dieciocho minutos diarios de transmisión en el caso de estaciones de televisión, y con treinta y cinco minutos diarios en las de radio, para la difusión de materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal.

2.-En la ley de 1969, los horarios de transmisión a que se refiere lo anterior, eran distribuidos proporcional y equitativamente dentro del horario total de transmisiones de la radiodifusora o televisora de que se tratara ; y en la del 2002 son distribuidos de manera proporcional dentro del horario de las 06:00 a las 24:00 horas en cada radiodifusora o televisora de que se trate.

Ahora bien, conociendo los cambios que hubo en la reducción de tiempos de transmisión del Estado, se puede mencionar que ambas leyes reconocen que al pagar en la forma dictada en los artículos anteriores liberará a los sujetos pasivos y a los responsables solidarios del mencionado impuesto.

En caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que esté obligado, o no cumpla con sus otras obligaciones, el impuesto será cubierto en efectivo y, en su caso, se exigirá a través del procedimiento administrativo de ejecución, sin perjuicio de las demás acciones que procedan, Esto para la ley de 1969. Para la del 10 de octubre de 2002, en caso de que el concesionario no proporcione los tiempos de transmisión a que este obligado o no cumpla con sus otras obligaciones, el impuesto será cubierto de acuerdo con las disposiciones fiscales relativas al pago de contribuciones y, en su caso, se exigirá a través del procedimiento administrativo de ejecución sin perjuicio de las demás acciones que procedan.

Algo que no cambió entre la Ley de 1969 y la del 2002, fue que si el Ejecutivo Federal no utiliza, total o parcialmente, los tiempos para la transmisión, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio.

Con estos cambios que se hicieron en la ley se puede uno percatar de la relación que existe entre los concesionarios de televisión y el gobierno federal encabezado por el Presidente Vicente Fox; se puede percibir como es que Fox al cederles los tiempos de transmisión les concedió también parte del poder con el que cuentan ahora los medios; ahora la pregunta es ¿por qué el presidente hizo esto? Lo hizo porque, como mencionaba líneas atrás, infiero que es porque el gobierno tuvo que ceder ante los medios de comunicación para que estos dejaran de presentar una imagen negativa del presidente de la república, ni siguieran exponiéndolo de la manera en que estaban haciéndolo en cuanto a su persona y a su gobierno se refiere.

En las tablas siguientes mostraré como es que cambiaron los tiempos del Estado en el uso de las transmisiones en la televisión, esto con el fin de ejemplificar lo que presenté anteriormente con artículos tomados del D.O.F. del 10 de octubre de 2002.

#### **4.1.4 Sección del desplegado de la Secretaría de Gobernación.**

##### **A LA OPINION PÚBLICA**

##### **Por Secretaría de Gobernación**

#### **TIEMPOS DE LOS QUE DISPONE EL ESTADO EN TELEVISIÓN**

**TABLA 3**

	<b>ANTES (1 de julio 1969)</b>	<b>AHORA (10 de octubre 2002)</b>
<b>Tiempo del Estado</b>	30 minutos a lo largo de 24 hrs. En fragmentos mínimos de 5 min. En la práctica el promedio era de una capsula de 5 min. Por día	30 min. A lo largo de 2 hrs. Divididos en: * 10 min. A lo largo de 24 hrs. Promedio 0.83 spots de 30" por hora o 125 spots de 20" por hora * 20 min. A lo largo de 24 hrs. (salvo horario de infomerciales) en fragmentos mínimos de 5

		min.
<b>Tiempo Fiscal</b>	32 min. A lo largo de 24 hrs. Promedio: 2.67 spots de 30" por hora 2.67 spots de 30" por hora más una capsula de 5 min. por día	18 min. a lo largo de 18 hrs. Promedio: 2 spots de 30" por hora o 3 spots de 20" por hora 2.83 spots de 30" por hora o 4.25 spots de 20" por hora (71% en horario garantizado entre las 6:00 y las 24:00 hrs.) Más hasta 4 cápsulas de 5 min. por día

**Fuente: UnoMásUno Política, 18 de octubre de 2002**

Con la tabla anterior podemos ver qué tan grande fue "el regalo" de Fox hacia los medios de comunicación a cambio de lo que infiero quería obtener: que la radio y la televisión fueran condescendientes con él y su forma de gobernar. Las tablas expuestas nos permiten ver que la reducción de tiempo de transmisión del Estado fue de un 90% aproximadamente, a favor de los concesionarios de la radio y la televisión, como ya lo había señalado antes.

Ahora bien, comenzaré en forma con el estudio de caso, haciendo un análisis de los datos recabados con anterioridad (notas de periódico o artículos de revistas especializadas) y exponiéndolos como una narrativa sobre el 12.5% y que me permitirá llegar a las conclusiones.

El decreto que abrogó el pago del 12.5% de los medios al Estado en tiempo de transmisiones tiene que ver con los pactos que se generan entre la élite política y la élite económica; hay diferencias entre cada una, pero no por ello se impide una circulación de la esfera económica a la esfera política (Revueltas, 1987). Estos nuevos pactos se hacen gracias a la ambición de ambas esferas por obtener más poder. Si bien Lescieur expresa que (2000) la estructura de poder es el conjunto de condiciones y factores que hacen posible el ejercicio de la soberanía, basándose siempre en relaciones políticas, y para obtener más poder en estos días es importante contar con el apoyo de los medios de comunicación; ahora bien hay que entender que el poder no es una cosa que uno tiene como se puede tener una televisión, un carro, sino que el poder es el resultado de una relación en el que unos obedecen y otros mandan

(Del Águila, 2000) que quizá fue lo que Fox quiso hacer al ceder ante los concesionarios de los medios de comunicación.

Algunos autores como Alva de la Selva (2004b) o Esteinou (2004a), entre otros, han señalado que la alternancia en el gobierno no sólo tuvo la capacidad de cambiar la historia moderna del país, sino que representó también la oportunidad de replantear la relación medios- poder político.

#### **4.1.5 Descripción sobre el 12.5%**

El 5 de marzo de 2001 se inauguró una “mesa de diálogo” cuyo objetivo sería el respeto a las libertades de expresión, una relación sana y responsable entre el gobierno, los medios y la sociedad. Esta mesa de negociación quedó instaurada por representantes y su respectivo suplente de varias instituciones como partidos políticos, académicos y organizaciones civiles. Se pusieron en agenda de trabajo los siguientes temas: Principios fundamentales; jurisdicción y competencia; participación social y derecho ciudadano; concesiones y permisos; programación; medios de Estado y competencia económica (Esteinou 2002). Esta mesa tuvo carácter consultivo y no deliberativo; se pretendía elaborar un anteproyecto para que posteriormente fuera llevado al legislativo para su discusión y posible aprobación.

En esta mesa, se trabajó durante 18 meses y después del decreto del 10 de octubre vieron que su esfuerzo era brincado por el Ejecutivo. “Se pretendía garantizar la libertad de expresión, estimular la producción nacional independiente, dar protección al público televidente de la programación, regular la propaganda comercial, entre otros puntos” (Corral, 2003: 27).

Meses atrás el consenso obtenido gracias a los trabajos de esta mesa de diálogo, era que se eliminara el pago en especie del 12.5 % del tiempo fiscal de los concesionarios, pero que se habría de realizar de la siguiente forma: “6.25 % pago en efectivo por los concesionarios; 6.25 % destinado a un fondo para la producción audiovisual” (Sánchez Limón y Abad, 2002:9), esto sería administrado por un consejo ciudadano designado por la Cámara de Diputados.

Sin embargo, después de todo esta labor y aún en plena fase de trabajo Vicente Fox, el 10 de octubre anunció la derogación del 12.5% a los concesionarios. Y así las negociaciones que se venían cocinando de tiempo atrás llegaron al toque final cuando fue firmado el 10 de octubre en la suite Marco Polo del hotel María Isabel Sheraton (Villamil, 2002:1) ; el reglamento quedó tal como se imprimió ese mismo día en una edición vespertina del Diario Oficial. (Sánchez Limón y Abad, 2002:8).

Quedando de lado la iniciativa de la reforma integral, regresando al viejo sistema bilateral entre gobierno y concesionarios; se reglamentó de una forma autoritaria y mentirosa, que tiene serias repercusiones a la transición a la democracia. "Con esto el Gobierno de la transición dejó ver que no tiene calidad ética y moral para sostener sus compromisos públicos con la sociedad y que le falta valor para defender los derechos de comunicación (Esteinou, 2002:18)".

Después de la madrugada que les dio el presidente Vicente Fox a la Cámara de Diputados con el decreto que daba un deceso del impuesto en especie del 12.5% en los medios electrónicos, las posturas por las bancadas priístas, perredistas y panistas no se hicieron esperar tanto para apoyar la decisión tomada por el presidente como para condenarla. Tal fue el caso del senador panista Javier Corral, presidente de la Comisión de Comunicaciones del senado al declarar que: "En radio y televisión no hay lealtades, se reciclan cada año y de esta forma afirmo que el decreto del 10 de octubre será efímero y transitorio, porque en la nueva Ley de radio y televisión, lo importante es impulsar un proyecto que tenga el consenso de todos y declaró además que no estaba apoyando dicho decreto (Público, 23/10/2002: 40)".

Como primer paso considero importante señalar algunas de las declaraciones hechas al respecto para así poder entonces interpretar estos datos y llegar a la comprobación de la hipótesis. Estas fueron algunas de las declaraciones hechas por diferentes actores políticos del país:

La primera que quiero señalar, fue la enunciada por uno de los actores principales de este suceso, el presidente de la república, Vicente Fox Quesada: "El nuevo reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión que hicimos hace apenas unos días, y que es un gran cambio porque nos permite alcanzar

objetivos largamente propuestos en esta materia, permitirá a México tener medios de comunicación más democráticos y libres, que no estén cooptados por el Estado Mexicano, acordes con los nuevos tiempos que vivimos" ( El Financiero,14/10/2002: 75).

Al expresar el primer mandatario esto, nos permite darnos una idea de que está hablándonos "con la mayor sinceridad posible" y que en cierta forma se está justificando por haber tomado la decisión de ceder ante los medios el tiempo de transmisión a que tenía derecho y esto por tratar de quedar bien ante los concesionarios de los medios y así tenerlos de su parte. El tema principal ha sido ese, justificar su acción para no quedar como alguien que se doblega ante los medios, además señaló que el reglamento fue elaborado tomando ideas de las "amplias discusiones" de una mesa de diálogo que se había establecido para tal efecto; pero como señalé anteriormente estos trabajos de la mesa de diálogo en realidad no fueron tomados en cuenta, y fue así como lo expresaron muchos de los académicos y miembros de esta mencionada por el primer mandatario.

Inmediatamente a esta declaración del presidente, el dirigente nacional del PAN, Luís Felipe Bravo Mena, expresó el total apoyo a esta nueva Ley. Dijo que: "esta reglamentación cabe perfectamente dentro del marco de transparencia, libertad y responsabilidad que los medios deben tener [...], además celebró el que con nuevo reglamento de medios electrónicos se dejen a un lado vicios y mecanismos perversos anteriores" ( El Financiero,14/10/2002: 75). Lógicamente no quedaba que alguien de su mismo partido mostrara un desacuerdo, señaló que si hubo quien no lo apoyó, pero se arriesgaba a ser mal visto por su partido político. Así pues, Bravo Mena aplaudió la "acertada" acción de Fox.

Junto a esta opinión Santiago Creel, secretario de gobernación expresó que el antiguo reglamento: **"Se trata de un marco jurídico que naturalmente causa innumerables tensiones entre difusores y las propias autoridades [...] Impide, además, la certeza jurídica necesaria para el sano desarrollo de la industria del país"** (El financiero,



10/10/2002: 20), apoyando entonces la atinada decisión del presidente Fox, por hacer este nuevo decreto que modifica a la Ley de Radio y Televisión.

Por su parte, José Luís Durán Reveles, subsecretario de Normatividad de Medios de Gobernación: “No hay ningún alabazo legislativo, porque apunta la necesidad de cambiar las normas (que existían desde 1969) pues las anteriores ya eran obsoletas” (Público, 11/10/2002: 47). Otro más que está en el gabinete de Fox, apoya su operación, pues resultó benéfico para la sociedad, según su propia convicción.

Quienes brindaron su apoyo al presidente Vicente Fox fueron los concesionarios de las televisoras más grandes de México, Televisa y TV Azteca, estos dos presidentes de televisoras tienen el mando de las élites televisivas y **“Defendieron y apoyaron la “valentía” con la que el presidente Vicente Fox Quesada eliminó el impuesto del 12.5% en especie que pagaban los medios electrónicos al gobierno, mediante el uso de tiempos oficiales a los que tenía derecho el Estado”** (Público, 16/10/2002:37).

Salinas Pliego, presidente de TV Azteca exterioriza que **“ese impuesto que ha tenido que pagar la radio y la televisión desde 1968 es repugnante, es el instrumento de censura de Díaz Ordaz para poner de rodillas a la industria de radio y televisión, así que el origen es una maldad y hay que reconocerle al presidente Vicente Fox la valentía que tuvo de entrarle a componer eso”** (Público, 16/10/2002:37). Al hacer esta declaración muestra su apoyo contundente hacia la decisión del primer mandatario.

El presidente de Televisa, Azcárraga Jean señala que **“Eso es un mensaje positivo de la actual administración”** (Público, 16/10/2002:37), dejando ver su respaldo a la administración foxista y su nuevo decreto.

Alejandro Gutiérrez, senador priísta señala: “los cambios recientes al reglamento de radio y televisión, reciclan una relación perversa con algunos medios, dañan a la democracia y son inequitativos” (Público, 13/10/2002: 37). Estas declaraciones son lo contrario a las anteriores y permiten conocer los dos puntos, a favor y contra. Para que de esta forma se pueda tener un conocimiento del caso.

Ernesto Villanueva, coordinador del Programa Iberoamericano de derecho de la Información de la Universidad Iberoamericana, aseguró: “con

esta decisión la visión del Estado de largo plazo fue sustituida por una cortoplacista de la coyuntura política y con ello se cerró la posibilidad de lograr una nueva Ley de Radio y Televisión, se pierde la credibilidad en la seriedad de las propuestas gubernamentales y en el ofrecimiento de que la sociedad civil pueda formar parte del cambio democrático y con todo esto se erosiona nuevamente la relación entre los poderes Ejecutivo y Legislativo[...], además aseveró que el presidente Fox actúa con los mismos vicios del PRI" (El Financiero, 14/10/2002: 75). La acción de Fox ha permitido que el mismo sea visto ante la sociedad como alguien que se doblega ante los medios y que necesita de estos para poder tener su gobierno en camino.

El coordinador de la bancada perredista en la Cámara baja, Martí Batres, se manifestó a favor del decreto foxista, pero aclaró: "la decisión presidencial fue tomada sin el consenso de las fuerzas políticas ni de los demás poderes de la Unión" (El Financiero, 15/10/2002:54). Otras de las declaraciones no fueron en contra pero tampoco en 100 por ciento a favor de Fox, ese es el caso de esta mención, apoyan, pero no con todo, muestran cierto temor a decir bien su opinión, quizá por temores de lo que les pueda acarrear políticamente.

Por otro lado hay que destacar que fueron muchos diputados que no estuvieron de acuerdo a la promulgación del nuevo decreto hecho por el presidente Fox, el priísta Adrian Alanis Quiñones afirmó: "la gobernabilidad democrática de la que se presume no es tal, hay parálisis política y el reciente acuerdo entre el presidente y los concesionarios de la radio y la televisión revela una **relación discrecional** con los medios y refleja actos unilaterales y autoritarios del poder ejecutivo" (La Jornada, 23/10/2002:8).

Así mismo el diputado priísta Felipe Solís Acero aseguró: "el presidente Vicente Fox hizo uso extremo de las facultades reglamentarias que le otorga la Constitución, para determinar un asunto que es de competencia exclusiva del Poder Legislativo, por lo que existen recursos legales que se pueden interponer ante esta medida".

Después de todas estas acusaciones, a favor y en contra, Santiago Creel, insistía en que "el gobierno federal actuó en concordancia con sus facultades legales, [...] cambió la forma de pagar ese impuesto, no desapareció,

mejoramos la manera de tributar ese impuesto" (La Jornada, 23/10/2002:8).  
Qué forma pues de apoyar a las decisiones tomadas por el ejecutivo, aún  
cuando se puede ver que no es correcta, a parte de que les hizo un regalo a los  
medios de comunicación, lo hizo faltando a las facultades de los otros poderes.

Esto anterior tal y como lo señaló la senadora Yolanda González  
Hernández (PRI): "El ejecutivo no tomó en cuenta los puntos de vista de los  
otros poderes, a sociedad civil, los partidos políticos y los gobiernos de los  
estados" (El Financiero, 29/11/2002:62).

Por ahora, la última declaración a que hago alusión es a la del consejero electoral Jaime Cárdenas quien considero al nuevo decreto presidencial como aquello que: "modifica la legislación en materia de medios de comunicación electrónicos y es una regla desafortunada y es además una norma realizada a espaldas de la sociedad, los partidos, el Congreso de la Unión y del propio mecanismo de la Reforma del Estado" (El Financiero/ 15/10/2002: 54).

Así pues, es importante mostrar cuales fueron las reacciones ante la acción de Fox, puesto que muchos lo apoyaron y otros lo recriminaron por la concesión que les dio a los medios de comunicación. La mayoría de las opiniones no criticaban al contenido del acuerdo del gobierno y los concesionarios de medios, sino la violación del Ejecutivo a las facultades del Legislativo.

Alma Rosa Alva de la Selva nos expresa que : " resulta evidente que, doblegada por el poder de los medios, la figura presidencial siga apostándole a la mercadotecnia política y a las alianzas oscuras para sostenerse en el poder, que comparte complaciente con el poder mediático, donde, también al igual que en los viejos tiempos, domina un compacto grupo encabezado por las televisoras que, si en algo se han distinguido, es en su labor cotidiana de despolitización de las audiencias y su empeño en obstaculizar a toda costa la democratización de los medios y del país " (Alva de la Selva, 2002: 21).

Este nuevo marco normativo hace que se siga conservando para unas décadas más el viejo modelo de información que ha durado 50 años en el país. El ejecutivo favoreció con ello a los monopolios televisivos y marginó a la sociedad.

De este modo “la tarde del 10 de octubre del 2002 pasará a la historia de la relación Estado-medios como episodio que abre un capítulo cuyas líneas se esbozaron años atrás: el de la subordinación del poder gubernamental al poder mediático, el del triunfo contundente de los intereses de los barones de los medios electrónicos por sobre la burocracia política gobernante cuyo poder, erosionado y disminuido, para sostenerse decidió dar la espalda a la sociedad” (Alva de la Selva, 2002: 21).

Sin embargo, esta acción rebasó a quienes durante año y medio debatieron en una mesa de discusiones sobre la nueva normatividad en radio y televisión, convocados por la Secretaría de Gobernación, dejando en entredicho el procedimiento de discusión pública.

Hoy ese pacto político está en un nivel más alto, los concesionarios de la radio y la televisión han escalado en la cúpula del poder, imbricándose con ella (desde los años 50's los industriales estaban también en las burocracias políticas y las élites) para gestionar sus propios intereses.

Muchas de las interrogantes que salen por esta implicación giran en torno al fondo de todo esto, ¿qué hay detrás de esta negociación y qué hay por delante?

Con esta actitud el gobierno, después del 10 de octubre pasado, día del *decretazo* mediante el cual el gobierno foxista retrocedió un paso más ante el poder de los *industriales* de la radio y la televisión, “las organizaciones ciudadanas que habían venido participando por año y medio en la mesa de diálogo para la reforma integral de la legislación en medios electrónicos - convocada por la Secretaría de Gobernación-, hicieron acto de presencia en el sitio donde, ahora se ve, tal reforma debió haberse impulsado desde el principio: el Congreso” (Alva de la Selva: 05/11/2002:1).

Y después de mil explicaciones por parte del secretario de gobernación, Santiago Creel ha tenido que desempeñar un papel para de esta forma justificar los “logros del *decretazo*”. La mayoría de los más de 200 especialistas, legisladores, analistas y periodistas que escribieron desde entonces consideraron esta “explicación” como incompleta, en el mejor de los casos.

De este modo, académicos de distintas universidades como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) e Iberoamericana (UIA) expresaron un rotundo rechazo del nuevo reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión" (El Financiero, 16/10/2002:43). La maestra Issa Luna Pla, catedrática de la UIA, consideró que: "el nuevo reglamento, lejos de fomentar las libertades democráticas, las limita" (El Financiero, 16/10/2002:43).

Con este decreto Fox favoreció a los medios de comunicación y lo peor fue que bajo las nuevas reglas del *decretazo*, los concesionarios vuelven a tener la sartén por el mango y los partidos, para difundirse en medios electrónicos, tendrán que pagar tarifas inequitativas, sin posibilidad real de plantear un contrapeso frente al poder del duopolio televisivo. Esto se puede apreciar en la tabla 3, todo lo que se redujo en tiempos del Estado y que una parte del tiempo eran para los partidos políticos, el Instituto Federal Electoral (IFE) y otras instituciones.

El miedo que tenía Fox hacia los medios de comunicación, porque atacaban su imagen y a su forma de gobernar, infiero, fue lo que lo llevó a dar "el decretazo"; él mismo, en una de las emisiones del programa *Zona Abierta* el 3 de enero de 2002, meses antes de abrogar el decreto de 1969, expreso: "tengo una batalla perdida con los medios de comunicación". Y ante la 13 Asamblea Nacional del PAN, el 9 de diciembre de 2001, Fox responsabilizó a la prensa de las diferencias que se registraron con su partido: "No nos hagan dudar, ni los medios de comunicación ni nadie; tenemos que tenernos confianza" (Villamil, 2002a:1).

Con este acto del presidente Fox, y viendo todo lo que les ofreció, podemos entender que "el decretazo" del 10 de octubre revela el grado de dependencia y postración que tiene hacia los dueños de las dos grandes televisoras. Señala Jenaro Villamil: "Fox cambió en 2002 la famosa frase: no pago para que me peguen a: no leo porque me pegan. " (2002a:1). Lo que preocupa durante este periodo es un terreno muy especial: la popularidad.

Definitivamente el 2002 confirmó que el foxismo seguirá privilegiando los intereses que se concentran en las dos grandes televisoras. En los tiempos de

la transparencia y el acceso a la información, el gobierno optó por una operación discrecional para desaparecer el impuesto de 12.5 por ciento y para alentar, en los hechos, el modelo de alta concentración que existe en la televisión y en la radio (Villamil, 2002a:1).

Quizá ningún ejemplo como el famoso *decretazo* del 10 de octubre de este año exprese tan claramente el nivel de concentración en las decisiones y la propiedad en la televisión mexicana. "El gobierno foxista y los principales partidos políticos simplemente han acatado y asumido como parte de la *"realpolitik"* este fenómeno antidemocrático" (Villamil, 2002b:2). La "transparencia" no se tradujo en nuevas reglas del juego para esta industria, cuyo dominio está claramente en manos de dos grandes consorcios: Televisa y TvAzteca. Hay que hacer notar que entre estas dos televisoras acaparan el 80% de las concesiones.

Considero que "el decretazo" le ha dado más poder a los medios de comunicación en México, como en un capítulo anterior señalé que el poder político estaba siendo rebasado por el poder mediático, con esto y con los comentarios de varios analistas llego a concluir que tanto Televisa como TV Azteca se han envalentonado y hasta han puesto a temblar a la imagen del Ejecutivo Nacional.

Raúl Trejo Delarbre también expreso su sentir en cuanto a la reforma a los medios se refiere: "la reforma legal para la radio y la televisión constituye una asignatura impostergable; no hay una sola razón sólida ni en el terreno jurídico ni el campo de la política, que justifique el aplazamiento de esa reforma" (La Crónica, 2003:1).

Después de lo señalado anteriormente, expongo lo que muchos académicos han expresado al seguir trabajando sobre el tema del 12.5%; uno de estos es Alva de la Selva quien precisó que: "tanto ella como otros más no plantean volver al 12.5 de tiempo oficial en radio y televisión, sino garantizar tiempos suficientes para el conjunto del Estado y no sólo para el Ejecutivo, como ocurre en la actualidad" (Alva de la Selva en: Becerril, 2002:1). La propuesta plantea un incremento moderado en los tiempos del Estado, de 30 a 60 minutos y que exista una distribución equitativa, propia a un sistema

democrático y también permita el acceso a ciudadanos a los tiempos de difusión (Alva de la Selva en: Becerril, 2002:1).

De este modo hemos visto que nuestro presidente de la república teme verse descalificado y doblegado ante los poderosos concesionarios, es por ello que antes de seguir siendo visto de esa forma, como lo estaban mostrando ante la sociedad civil, infiero que cedió en charola de plata los tiempos para que tuvieran mayores libertades de su programación tiempos de transmisión.

“El nuevo reglamento es un albazo, pues no hubo consulta alguna a los grupos sociales y académicos que han trabajado desde hace tiempo en el tema” (El Financiero, 14/10/2002: 65). Así pues este nuevo decreto cambia rápidamente lo que debería haber sido una nueva Ley de Radio y Televisión, que pudo haber respondido a las exigencias de la información y a la culturización de una nación más democrática.

Cierro pues este estudio de caso del 12.5% señalando varias cosas; la primera: que pudimos darnos cuenta de que la acción tomada por el Ejecutivo no fue con la transparencia y legitimidad con que se ha proclamado, y que rebasó además a quienes fueron convocados por la Secretaría de Gobernación y que durante año y medio trabajaron en una mesa de discusiones sobre la nueva normatividad para la radio y la televisión.

La otra cuestión, es señalada por la senadora priísta Lucero Saldaña (2002): “Sacarse de la manga un decreto que viola el proceso de consulta en la materia, debilita su propio poder”. El ejecutivo, al ceder algo a los medios de comunicación, infiero, se vio expuesto a esto. Ahora pues continuaré en el siguiente y último capítulo, con las conclusiones de esta tesis.

## QUINTO CAPÍTULO

### 5.1 Conclusiones

En este último capítulo, comienzo señalando aquello que me motivó y condujo para llevar a cabo la investigación de este tema de tesis, mi hipótesis:

**Al observar como ha surgido y crecido la industria cultural de la televisión en México, surge la idea y a su vez la cuestión de que el poderío de los medios de comunicación ha rebasado al poder político, tan es así que ha sido necesario transformar el pacto tradicional entre medios y gobierno; y crear un nuevo pacto político entre gobierno y televisión, aunque con ello se tengan que sacrificar las concesiones que anteriormente se tenían en beneficio de la representación política del poder (ejecutivo, legislativo y la democracia representada por los partidos políticos).**

Ahora bien, iré apoyando a lo señalado en mi hipótesis con algunos comentarios que he obtenido y basándome en toda la información que he conseguido con el transcurso de cada capítulo de mi tesis. Trataré entonces de exponer cuál es el nuevo pacto político que hay entre los medios de comunicación (la televisión) y el gobierno del Lic. Vicente Fox Quesada.

#### 5.1.1 Los medios están en la política.

Como señalamos ya en el primer capítulo la televisión mexicana surgió en la década de los años cincuentas adoptando el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarcando mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Este modelo se caracterizó por ser un sistema altamente concentrador y monopolístico, aunque hay que señalar que a principios del siglo XXI existe un duopolio asimétrico con un jugador predominante que es Televisa, el segundo jugador en tamaño es TV Azteca y el resto de las empresas tienen que sobrevivir con las migajas que quedan.



Ahora bien, ¿Cómo es que llegó a ser tan poderosa la Televisión en México?, la respuesta comienza al decir que los medios de comunicación son consientes del enorme poder que tienen, dicho poder les fue dado al reconocérseles su capacidad de influir en cierta forma con la sociedad civil y que así cuando el gobierno foxista que desde sus inicios en la vida política usó la mercadotecnia y por ende a la televisión, notó fácilmente del poderío que los medios han adquirido y entonces empezó a ceder a cambio de su beneficio, para tenerlos a favor y no en su contra.

Como parte de su pacto con los medios de comunicación generó lo conocido como "el decretazo", el caso de la eliminación del llamado tiempo fiscal que las televisoras y radiodifusoras debían ceder para el uso del Estado (12.5%), dicho suceso fue tomado como estudio de caso para apoyar mi hipótesis planteada. Este decreto cumple solamente con las exigencias de los empresarios televisivos y no representa, en absoluto, el interés de la sociedad mexicana, en líneas posteriores abundaré más sobre este tema para concluir este capítulo y mi tesis.

Sí la política ha de consistir, entre otras cosas, en el debate público en torno a distintas posiciones ideológicas, es obvio que los medios de comunicación en específico la televisión, están destinados a jugar un papel primordial en la vida política y es por ello la intención de los gobernantes de llegar a plantear pactos entre las élites televisivas. En ese sentido, el poder de los medios en una democracia ha sido y es notable.

Así pues, es necesario señalar como parte de mis conclusiones que la comunicación en forma de imágenes transmitida por la televisión penetra hoy en día mucho más en la sociedad que antes, tanto en el ámbito de la política, como en otros temas.

Ahora bien, por la obtención del poder se han llevado a cabo muchas acciones, tanto por la esfera de la élite política como de la élite televisiva, que para estos tiempos, ambas se han propuesto el tener alianzas para que el poder siga estando en las "élites privilegiadas", es decir en sus cúpulas grupo.

En estos días, hay un pacto entre los medios de comunicación y el poder político que escrito o no, existe, y consiste en que los medios ya no difunden

sólo las noticias informativas, o que sirven como un medio de diversión para los televidentes, sino que presentan lo que está pasando en una sociedad política real y actual con todo y sus altibajos, es por ello que el gobierno se ve en la necesidad de pactar, para que se presente lo que es conveniente que la sociedad vea en torno a su administración y no lo haga parecer como un régimen debilitado, incapaz de mantener un buen precepto de su gestión.

Si ese pacto se rompe y los medios se pasan con voluntad decidida a ocupar el papel protagonista, la política no puede sino resentirse o plantear un pacto más atractivo, aunque para ello tenga que ceder más, como ha sido el caso con el gobierno de Fox; de esta forma los medios van creciendo y van llegando a ser "un cuarto poder".

### **5.1.2 ¿En qué momento fue que la televisión ganó o rebasó al poder político en nuestro país?**

En años atrás cuando la televisión monopólica, Televisa (antes Telesistema mexicano) comenzaba a tener alguna competencia por otro canal, el gobierno intervenía y ponía a salvo una vez más al monopolio televisivo; sin embargo en las ocasiones que la televisión quería subir a los terrenos del gobierno, éste, lo ponía ante una competitividad televisiva para tranquilizar esas ideas; sin embargo esto ya no se pudo hacer durante nuestros días, el monopolio de Televisa creció demasiado y le fue imposible al gobierno controlarlo de la forma como anteriormente lo había hecho, ahora tuvo que ceder una mayor parte.

Anteriormente los medios eran como en su momento lo señaló Emilio Azcárraga, necesarios para el Estado, pero hoy en día no son sólo necesarios, además pueden llegar a ser incómodos sino se les encuentra el lado por el cual ponerlos a su favor, hoy en día con el gobierno Foxista se han convertido en una institución decisiva en el espectro político, y gracias a que no supo controlarlos, terminó por darles lo que ningún gobierno del PRI les había otorgado a los medios de comunicación, un regalo donde les cedió sus tiempos de transmisiones ¿a cambio de qué? de que le mantuvieran una imagen

positiva, con una popularidad atractiva y que le permitiera seguir teniendo proyectos para un futuro político y que no “afectara” su actual gobierno.

Si bien en nuestros días ya el gobierno se vio rebasado entonces por los medios de comunicación, y antes no era de ésta manera, así lo manifiesta también el Dr. Sánchez Ruiz al exponer que:

“Tradicionalmente, el gobierno ejercía diversos mecanismos de control hacia los medios, de tal manera que no eran, en general, independientes especialmente en lo que se refiere a coberturas informativas. Digamos que por el presidencialismo mexicano, no había “primer”, ni “segundo” ni “tercer” poder, y menos un “cuarto poder” que nunca fue la prensa mexicana (en realidad me refiero a los medios mexicanos en su modalidad informativa). Una base importante de las ideas democráticas clásicas es que debe haber equilibrios y “cheques y balances” entre los poderes, para que no prevalezca uno solo. Al parecer, los medios se están erigiendo en un poder descomunal, con el que el presidente muestra conductas tan “agachonas” ”.

Esto, lo he planteado como parte de mi hipótesis al señalar la falta por parte del ejecutivo al dar el “decretazo”, olvidándose de todo lo que no sea su propio beneficio, y con ello dando más pie a que los medios de comunicación crezcan y tomen un papel más decisivo en la vida política, económica y social de nuestro país.

### **5.1.3 ¿Cuál es el nuevo pacto político, cómo se está dando y cuál es su finalidad?**

Con el nuevo decreto de la Ley de Radio y Televisión, el Estado mexicano cerró constitucionalmente la posibilidad de que la sociedad participara vía los espacios oficiales en la radio y televisión, y permite ver su nuevo pacto ante los medios de comunicación. Lo único que le importo fue solo el quedar bien ante los empresarios de ese sector, dejando para tomar esto como una burla por parte del gobierno para el resto del Estado y la sociedad. Sobre el “decretazo” el Dr. Sánchez Ruiz señala que: “Fue un comportamiento poco digno del poder

ejecutivo, mostrándose como “arrastrado”, para poder tener a los medios electrónicos, en particular a la tele, de su parte”.

De este modo resuelta de madrugada, a escondidas de la sociedad, la nueva alianza del gobierno y los radiodifusores constituyó uno de los retrocesos más escandalosos (pero además innecesario) de la administración actual. Se trata, sin embargo, de una historia que no se ha resuelto del todo.

Al plantearnos la pregunta sobre ¿quién ganó o perdió mas con este nuevo pacto entre los medios de comunicación y el gobierno? Inmediatamente hay que responder que fue la sociedad civil, aunque también es como el Dr. Sánchez Ruiz contestó a dicha pregunta: “Ninguno de los dos necesariamente ganó o perdió, aunque el poder ejecutivo está ahí capitulando ante un poder al cual aquel mismo está inflando con ese comportamiento. En realidad, quien pierde es el pueblo de México y el proceso de democratización”.

El nuevo pacto político entre el gobierno Foxista y los concesionarios de la radio y la televisión ha consistido en que tiene que haber un acuerdo entre estos para beneficiarse mutuamente; el gobierno cedió a favor de los medios de comunicación, regalándoles el 12.5% de tiempo de transmisiones que tenían que pagar como parte de un impuesto establecido desde 1969, además que les ha permitido el tener una mayor libertad de expresión y señalo que con esta “libertad” los medios han podido tener una mayor evolución y se han convertido ya en actores imprescindibles de la vida política, siendo ya partes indispensable s de cualquier proceso democrático o de la toma de decisiones.

Por su parte los medios de comunicación, dieron al gobierno encabezado por Vicente Fox, la idea de que su imagen no será tan atacada como comenzó a mostrarse en un principio de su gestión; sin embargo los medios siguen mostrando muchas situaciones que hacen que el símbolo del primer mandatario no luzca como anteriormente se veían a los presidentes, pero ellos sí que han sabido ocupar su parte del pacto y muy bien, tan es así que ya juegan un rol en la vida del país.

#### **5.1.4 ¿Será que al verse rebasado por los medios de comunicación, el gobierno cedió a favor de los medios el 12.5 % de transmisiones?**

Con este hecho conocido como “el albazo” o “decretazo” lo que se demuestra, es que el gobierno trató de recuperar el derecho a una televisión no viciada y hasta cierto punto recobrar su hegemonía que le permitía a la clase dominante mantener como parte de su responsabilidad un control y orden ante las clases menos privilegiadas, esta característica del aparato hegemónico del Estado, estaba en la figura que antes tenía un presidente, candidato o cualquier otra figura pública.

Antes, los tiempos fiscales podían tener un origen discutible pero eran utilizados para difundir campañas de salud y educación, avisos útiles para la población, espacios de contenido cultural y los mensajes de los partidos políticos, entre otros contenidos. Es cierto que el 12.5% del tiempo de transmisiones, que en la mayoría de las estaciones equivale a 3 horas diarias, nunca se utilizó del todo e incluso en su aprovechamiento prevalecieron criterios oscuros que los radiodifusores solían dictar en beneficio de sus intereses. Pero eran un bien del Estado mexicano y sus instituciones. Ahora solo quedan los 18 minutos que cambió el gobierno a cambio de contar con la benevolencia por parte de los medios de comunicación.

Además es importante recordar una frase que fue señalada por Humberto Eco: “Un país pertenece a quien controla los medios de comunicación”, y esto es parte de lo que movió al presidente de la república para pactar con los concesionarios de la radio y la televisión. Y es importante no olvidar que los medios de comunicación son el único poder autocrático que en la práctica política permanece sin ser supervisado a fondo por el interés colectivo y cada vez más, se propone la autorregulación como herramienta básica para el acotamiento de los medios y no la ley como reflejo del interés social y político (Esteinou, 2004 b).

Ahora como parte de mi conclusión señalo al igual que algunos autores como Alva de la Selva o Esteinou, que la alternancia en el gobierno no sólo tuvo la capacidad de cambiar la historia moderna del país, sino que representó también la oportunidad de replantear la relación medios- poder político.

Ahora bien hay que señalar que las lealtades de los medios de comunicación, son principalmente hacia los intereses del gobierno o para

quienes tengan el mayor capital, dejando relegados los intereses de sus audiencias. Y como hemos visto en el transcurso de esta tesis, en México podemos percatarnos de que las televisoras han tenido alianzas con los gobernantes en turno y han dejado atrás otro tipo de intereses, por su parte el gobierno se percató que estaba perdiendo lo que tenía ante los medios y se vio en la necesidad de replantear el pacto político, dicho pacto fue sellado con el "regalo" del gobierno de Fox, el tiempo de transmisiones a que tenía derecho el Estado.

Por último quiero señalar que desgraciadamente, la figura presidencial se ha visto desgastada y que en cierta forma ha perdido la formalidad con que anteriormente era presentada. Y ahora siguiendo estos pasos, muchos políticos de la actualidad se han visto envueltos en escándalos (los conocidos video-escándalos que ha sonado en televisión en los recientes meses) y esto gracias a los medios de comunicación, quienes en complicidad otras gentes han sacado a relucir estos problemas, que no es malo que la sociedad se entere de las situaciones que estamos viviendo en México, pero que desde mi punto de vista hay formas para enterar a la población y pudiendo aprovechar más todos los sucesos. No quiero adentrarme más en los últimos días con los video-escándalos porque sería motivo de otra tesis.

En esta tesis, mi interés es que la población pueda conocer más acerca de la televisión, del gobierno, y que mejor que mostrar un poco sobre los pactos que entre ellos existen.

## **Bibliografía:**

- \_ ALVA DE LA SELVA, ALMA ROSA (1998) La pendiente de la privatización o el desplome de la TV estatal. en Revista mexicana de Comunicación. No.56, octubre-diciembre 1998. pp.11-17
- "Avances del Poder mediático" El decretazo del 10 de octubre y sus implicaciones (2002) Revista Mexicana de Comunicación. No. 78 México D.F., noviembre/diciembre pp.21- 26.
- \_ CALZA, PIA y LOPEZ PORTILLO, MA. FERNANDA (2000) ¿Quién nos gobierna? El grupo político en el poder en México y su proyecto de nación. Editorial Universidad Iberoamericana, México, p.183
- \_ CASTELLS, MANUEL (1995). La mediocracia. El país. Enero 20. España.
- \_ DELGADO ÁLVARO (2004) "Concesiones en juego" en suplemento especial Proceso. La televisión exprime a los partidos. pp. XII-XV.
- \_ CORRAL JURADO, JAVIER (2003) Revista etcétera una ventana al mundo de los medios., "Radio y TV, al congreso" una ley que vea al futuro de México. Enero, México D.F., no.27, pp. 27-28
- \_ DEUTSCH, KARL W. (1976) Política y Gobierno. Cómo el pueblo decide su destino FCE, España.
- \_ DEL ÁGUILA, RAFAEL editor (2000) "La política: el poder y la legitimidad" Rafael del Águila. En Manual de ciencia política pp.21-34. Editorial Trotta, Madrid.
- \_ DE LA TORRE, OSCAR (s/f). El ciudadano frente al cambio. Benemérita sociedad de geografía y estadística del Estado de Jalisco. pp. 92
- \_ DICCIONARIO ARISTOS (1975) editorial Sopena, Barcelona.
- \_ DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION. (1968) TOMO CCXCI No. 50 Pág. 16. 31 de diciembre, México, DF.
- \_ DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION (1969) TOMO CCXCV, NO.1, Pág. 19. 1 de julio, México, DF.
- \_ DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION (2002) 10 de octubre México, DF.
- \_ ENCICLOPEDIA SALVAT (1976), Salvat editores. Tomo 5.

- \_ ESTEINOU MADRID, JAVIER (1983) Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. CEESTEM Edith. Nueva Imagen. México, p.213
- "El gobierno cede ante los concesionarios" (2002) Revista etcétera, una ventana al mundo de los medios. Noviembre, México D.F., no.25, pp. 14-20.
- \_ FRATTINI Eric y COLÍAS Yolanda (s/f) Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia. Océano. Pp.211-235
- \_ FEITO ALONSO, RAFAEL (1995) Estructura social contemporánea. Las clases sociales en los países industrializados. Siglo XXI de España Editores, Madrid. P.255
- \_ FERNÁNDEZ, CLAUDIA y PAXMAN, ANDREW (2000) El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa. Editorial Grijalbo. México, p. 542
- \_ FERNÁNDEZ, FÁTIMA. (2002) La responsabilidad de los medios. Paidós. México, DF.
- \_ FERRES, JOAN (1996) *Televisión subliminal* Socialización mediante comunicaciones inadvertidas. Edit. Paidós, Barcelona, España.
- \_ FIOROT, DINO (1987) Las élites políticas en Vilfredo Pareto. En Pérez Miranda y Ettore, Clase política y élites políticas. Plaza y Valdes. México. pp 93-112
- \_ FUENZALIDA, VALERIO (2000) La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización. Fondo de Cultura Económica. Chile. p. 379
- \_ GAETANO MOSCA (1984). La clase política. Edit. FCE , México p.351
- \_ GIL OLIVO, RAMÓN (1993). *Televisión y cultura, hacia el caos sensorial*. Universidad de Guadalajara, textos de comunicación y sociedad. México (Vol. I) pp. 317
- \_ HERNANDEZ LOMELI, Francisco (2004) Innovaciones en la industria mexicana de la televisión. Tesis de Doctorado. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México.
- \_ JAGUARIBE, HELIO (1972) Desarrollo político: sentido y condiciones. Paidós, Buenos Aires Argentina.
- \_ LANDI, Oscar (1992) Devórame otra vez. Que hizo la televisión con la gente; que hace la gente con la Televisión. Edit. Planeta, Argentina. pp.193
- \_ LESCIEUR, JORGE (2000) El derecho de la política. Porrúa, México. p. 408.



- \_ LIPSON, LESLIE (1964) Los grandes problemas de la política. Editorial Limusa-Wiley S.A., México.
- \_ MARTÍN- BARBERO, JESÚS (1999) El consumo cultural en América Latina, en: Sunkel, Guillermo (coord.) Convenio Andrés Bello. Bogota, Colombia
- (1999) Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención, en: Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Convenio Andrés Bello, Colombia.
- \_ MAYER-SERRA, CARLOS Y NACIF HERNÁNDEZ comp.(2002) Lecturas sobre el cambio político en México. FCE- CIDE, México. p.457
- \_ MEDINA, Jorge (2000). Los medios en la política. Edit. Cal y Arena, México DF. pp.249
- \_ MEJIA BARQUERA, FERNANDO (1985). 50 años de Televisión comercial en México/ (1934- 1984) Cronología, en: Trejo Delarbre " Televisa el quinto poder". Edit. Claves Latinoamericanas. Pp.19-39
- (1989). *La industria de la radio y la televisión. Y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México, DF. (Vol. I) pp.195
- (1998). *Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)* en Sánchez de Armas (coord.) Apuntes para una historia de la televisión mexicana México, DF. 1998. Vol. I. RMC/ Espacio98.
- \_MEYER, Lorenzo (1995) Liderazgo autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano. Océano, México.
- \_ MYRDAL, G.(1969) Challenge to Affluence. The Emergence of the "underclass", en C. S. Heller (comp.), Structured Social Inequality. A reader in comparative Social Stratification, Londres, Macmillan.
- \_ MILLIBAND RALPH (1992) El estado en la sociedad capitalista, México siglo XXI editores.
- \_ MIRO VAZQUEZ, Juan José (1997) La televisión y el poder en México. Editorial Diana, México.

- \_ OLMOS, ALEJANDRO (1998) Del Canal 13 a TV Azteca pp. 99-142 en: Sánchez de Armas (coord.) Apuntes para una historia de la televisión mexicana México, DF. 1998. RMC/ Espacio98.
- \_ OROZCO, GÓMEZ GUILLERMO (1997) Crece la popularidad de las noticias por TV. En Revista Mexicana de Comunicación No. 47. febrero- marzo 1997. P.46
- (1998) Educación, medios de difusión y generación de conocimiento: hacia una pedagogía crítica de la representación. Nómadas.
- (1999) Televisa y TV azteca: ¿ de la guerra a una alianza?. En Revista Mexicana de Comunicación No. 59. septiembre 1999. P.47
- (2000) Periódico Público "50 velas y poca luz" Guadalajara, Jalisco, 27 de agosto de 2000 pp. 28-29
- (2001) Televisión , audiencias y educación. Edit. Norma. Argentina.
- (2002a) Historia de la Televisión en América Latina. "Historia de la Televisión en México", México, Gedisa
- (2002b) La Televisión en México. Guillermo Orozco (coord.) en Historias de la televisión en América Latina. Gedisa, Barcelona, España pp. 203-240
- \_ PÉREZ MIRANDA RAFAEL Y ETTORE (comps.) (1987) Clase política y élites políticas. Plaza y Valdes. México.
- \_ PEREZ-TORNERO, MANUEL (2000) Comunicación y educación en la sociedad de la información. Paidós. Barcelona, España.
- \_ PIÑÓN, FRANCISCO (1987) "El Moderno príncipe, élites y democracia. Una reflexión Gramsciana sobre el fenómeno del poder". En Pérez Miranda y Ettore, Clase política y élites políticas. Plaza y Valdes. México. pp 223-240
- \_ PORTANTIERO, JUAN CARLOS (1987) Los usos de Gramsci. Plaza y Valdes. México.
- \_ POSTMAN, NEIL (1991) Divertirse hasta morir. Ediciones de la Tempestad. Barcelona, España.
- \_ POULANTZAS, NICOS. (1980) Poder político y clases sociales en el estado capitalista. México : Siglo XXI, 1980. 471p.

- \_ RAMONET, IGNACIO (2000) La tiranía de la comunicación, 5ª. Edit., Madrid, editorial Temas de Debate.
- \_ REVISTA MEXICANA de COMUNICACIÓN. La Aldea global mexicana. No.46 noviembre 1996- enero 1997. P. 9 bitácora.
- \_ REVUELTAS, ANDREA (1987) Reflexiones en torno a la élite política mexicana. En Pérez Miranda y Ettore, Clase política y élites políticas. Plaza y Valdes. México. pp 171-186
- \_ REYES PERALES ALMA (2004) Participación ciudadana en la televisión mexicana. Tesis de maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente ITESO. Tlaquepaque, México
- \_ RINCÓN, OMAR (1999) Introducción, en: Rincón Omar (comp.) Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Pp. 1-35, Convenio Andrés Bello, Colombia.
- \_ SARTORI, Giovanni (1998) Homo Videns, Taurus, Madrid.
- \_ SÁNCHEZ LIMÓN, Moises y ABAD SCHESTER Mario (2002) "Deceso del 12.5% y encontronazo de medios" crónica de la disputa por los tiempos oficiales en radio y TV. Epoca, Semanario de México No. 593 México, D.F., 21 de octubre de 2002 pp.8-10.
- \_ SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE (1989) *Investigación sobre la televisión en México 1960- 1988 (un acercamiento descriptivo)*, en Comunicación y sociedad no. 6 cuadernos del CEIC. Universidad de Guadalajara, México.
- (1981) Los medios masivos y el poder en México. Publicación ciencias de la comunicación, no. 5 diciembre.
- (1992) *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950- 1990*, CEIC, Universidad de Guadalajara, México.
- (2000) Dossier Medio siglo de la Televisión en México. Revista Universidad de Guadalajara, No. 20, Guadalajara
- (2000) La televisión y el sector audiovisual mexicano. Breve examen de flujos asimétricos. En Enrique Sánchez Ruiz Dossier Medio siglo de la Televisión en México. Revista Universidad de Guadalajara, No. 20, Guadalajara. Pág. 55-62

- \_ SCHILLER, HERBERT I. (1989) Cultura S.A., La responsabilidad corporativa de la expresión pública. Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- \_ SCHERER, MARIA (2004) "Relación "perversa" de partidos y televisión" en suplemento especial Proceso. La televisión exprime a los partidos. pp. IV-VII.
- \_ SUPLEMENTO ESPECIAL, PROCESO (2004) "La Televisión exprime a los partidos. La mediocracia" 04/07/04.
- \_ VELASCO UGALDE, ENRIQUE. El privilegio fiscal de los concesionarios de radio y TV. en Revista mexicana de Comunicación. No.56, año 11 octubre- diciembre 1998. p.39.
- \_WRIGTH, E.O. (1978). Class Structure and Income Inequality, Nueva York, Academia Press.
- \_YIN K., Robert (1989). Case Study Research Design and Methods. Sage publications. EUA

### **Otras fuentes:**

#### **Páginas web**

- \_ ALVA de la Selva, Alma Rosa (2004a) A medio siglo del surgimiento de la TV en México. Entropía e Información (Revista en línea del Centro de Estudios de la Comunicación). Disponible en: <http://hyperlab.politicas.unam.mx/entropia/amediosiglodelatv.pdf>
- (2004b) La reforma del estado y los medios ¿Por qué el congreso? Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2002/nov02/021105/012a1pol.php?origen=opinion.html>
- \_BARAJAS ESPERANZA (2002) Critican mentira de Fox; llaman traidor a Castro. Mural. 24 de abril, Guadalajara, México. <http://www.mural.com>
- \_BECERRIL, Andrea (2002)Plantean democratizar la relación entre medios electrónicos y sociedad. 5 de diciembre. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2002/dic02/021205/010n2pol.php?origen=politica.html>

\_CASTAÑEDA JORGE (2002). Quería evitar Fox "berrinche" de Castro. El Norte/ Redacción. 30 de abril. Washington. <http://www.elnorte.com>

\_ DE GASPERÍN, Sampieri Alvaro (2004) Medios de comunicación y poder , desde la alternancia. Sala de Prensa (revista electrónica). Disponible en : <http://www.saladeprensa.org/art401.htm>

\_DIAZ GARZA, FELIPE (2002). Fox es humano. Reforma. 27 de abril, México, DF. <http://www.reforma.com>

\_ ESTEINOU MADRID, JAVIER (2001); Internet y la transformación del Estado, en Revista Latina de Comunicación Social, número 45, La Laguna (Tenerife), disponible en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre/4503esteinou.htm>

- (2004 a) Transición, Reforma del Estado y Medios de Comunicación en México. Disponible en:

<http://www.cerimes.fr/colloquefrancomexicain/actes/pdf/transicio.pdf>

- (2004 b). Los medios de información y la comunicación política en México. Disponible en:

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/supesp/esteinou.htm>

- (2004 c) Proyecto excluyente; Y el decretazo del 10 de octubre. Revista Etcétera. Disponible en: <http://etcetera.com.mx/pag62ne26.asp>

\_HURTADO, JAVIER (2002) Dos amigos. Mural. 24 de abril. Guadalajara, México <http://www.mural.com>

\_ MARTÍNEZ, MAYRA (2004) CIRT y Gobierno. Histórica complicidad. Disponible en: [http://www.contralinea.com.mx/c11/html/capitales/feb03\\_cirt.html](http://www.contralinea.com.mx/c11/html/capitales/feb03_cirt.html)

\_ MUÑOZ ARACELI (2002) Televisa y TV Azteca dan su respaldo a Fox. Público/ Negocios. 16 de octubre. Pág. 37. <http://www.publico.com.mx>

\_SALDAÑA, LUCERO (2002) El decretazo a favor de los concesionarios de radio y TV. Disponible en: <http://www.cimacnoticias.com/noticias/02oct/s02102207.html>  
21 de octubre.

\_ TREJO, DELARBRE RAÚL (2002 a) Revista Etcétera. Disponible en:  
<http://etcetera.com.mx/pagtrejo7ne24.asp>

- (2002 b) Gobierno Arrodillado. Revista Etcétera. Disponible en:  
<http://etcetera.com.mx/pagtrejo4ne24.asp>

\_TAYLOR, HERBERT (2002) ¡Comunícame con Fidel Castro! Mural. 25 de abril.  
Guadalajara, México. <http://www.mural.com>

\_VILLAMIL, JENARO (2002) A un mes del decretazo de radio y televisión. 10 de  
noviembre. Disponible en:  
<http://www.jornada.unam.mx/2002/nov02/021110/004a1pol.php?origen=opinion.html>

- (2002a) Vicente Fox -medios, otra batalla perdida en 2002. 1 de diciembre 2002  
Disponible en:  
<http://www.jornada.unam.mx/2002/dic02/021201/008a1pol.php?origen=opinion.html>

- (2002b) 2002: Concentración y Disolución en los medios. 22 de diciembre 2002  
Disponible en:  
<http://www.jornada.unam.mx/2002/dic02/021222/004a1pol.php?origen=opinion.html>

\_ ZANELLA, FIGUEROA HÉCTOR (2004) La influencia de los medios de  
comunicación en el desarrollo político del país. Universidad Abierta. Disponible en:  
<http://www.universidadabierta.edu.mx/biblio/Z/Zanella%20Hector-Medios%20comunicacion.htm>

### **Artículos periodísticos**

\_ El Financiero/ Negocios/ 10 de octubre 2002/ página 20

\_ Público/ Tendencias/ 11 de octubre 2002/ página 47

\_ Público/ Tendencias/ 13 de octubre 2002/ página 37

\_ El Financiero/ Política/ 14 de octubre 2002/ página 75

\_ El financiero/ Opinión/ 14 de octubre 2002/ página 65

\_ El Financiero/ Política/ 14 de octubre 2002/ página 75

\_ El Financiero/ Política/ 15 de octubre 2002/ página 54

- \_ El Financiero/ Política/ 15 de octubre 2002/ página 54
- \_ Público/ Negocios/ 16 de octubre 2002/ página 37
- \_ El Financiero/ Reportaje/ 16 de octubre 2002/ página 43
- \_ Público/ Tendencias/ 23 de octubre 2002/ página 40
- \_ La Jornada/ Política/ 23 de octubre 2002/ página 8
- \_ El Financiero/ Política/ 29 de noviembre 2002/ página 62
- \_ La Crónica/ México / 14 de marzo 2003/ página 1. <http://www.cronica.com.mx>

# ANEXOS

## ANEXO 1

S.I.I.D.

Servicio de Investigación y Análisis

División de Política Interior

### **II. Análisis de las normas relativas al pago del impuesto del 25% a concesionarios comerciales, establecidas en 1968 y las nuevas disposiciones.**

#### **RESUMEN EJECUTIVO**

En esta parte se contempla el análisis al pago del impuesto del 25% sobre la base gravable a las estaciones de radio y televisión, por tiempo de transmisión, con base en los siguientes ordenamientos:

1.- En el artículo noveno de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos (D.O.F. 31 de diciembre de 1968), se grava el impuesto total de los pagos de los concesionarios de radio y televisión con un impuesto que se determinara aplicando la tasa de 25 % a la base señalada en el artículo 4 de la misma.

2. Con base la fracción I del artículo 2º de la Ley de Ingresos de la Federación de 1969, el Ejecutivo dictó el Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades (D.O.F. 1 de julio de 1969), y que substituye el pago (del 25%) con el **12.5 del tiempo diario de transmisión de cada estación.**

**Nota: transcrito del Diario Oficial de la Federación publicado el 1 de julio de 1969.**



## "Charla de amigos"

**Fidel.** - Dígame, señor Presidente, ¿cómo está usted?

**Fox.** - Fidel, ¿cómo estás?

**Fidel.** - Muy bien, muy bien, muchas gracias. ¿Y usted qué tal?

**Fox.** - ¡Qué gusto! Oye, Fidel, pues llamándote por esta sorpresa que me llevé hace apenas un par de horas, cuando me entero de tu pretendida visita acá a México.

"Primero, antes que nada, quisiera decirte que esta conversación sea privada, entre tú y yo, ¿estás de acuerdo?"

**Fidel.** - Sí, de acuerdo. Usted recibió mi carta, ¿verdad? Se la envié...

**Fox.** - Sí, recibí tu carta hace apenas un par de horas y por eso te llamo ahora.

**Fidel.** - Ah, muy bien, a mí me habían dicho que usted se acostaba temprano y le enviamos la carta temprano.

**Fox.** - Sí, me acuesto temprano, pero esto me mantuvo despierto.

**Fidel.** - ¡No me diga!

**Fox.** - No, es que me llegó... Aquí son las 10:00 de la noche ahorita, me llegó a las 8:00, y estábamos aquí precisamente cenando con Kofi Annan.

**Fidel.** - ¡Ah!

**Fox.** - Pero, mira, Fidel, yo te hab lo primero como amigo.

**Fidel.** - Sí, me habla primero como amigo, espero que no me diga que no vaya.

**Fox.** - (Se ríe) Bueno, vamos a ver, déjame platicarte, a ver tú que opinas.

**Fidel.** - Yo lo escucho, pero se lo advierto de antemano. Muy bien.

**Fox.** - ¿Mande?

**Fidel.**- Que yo lo escucho, pero lo digo de antemano.

**Fox.**- A ver, escúchame primero. Escúchame primero.

**Fidel.**- Sí.

**Fox.**- Sí, como amigo, la verdad es que así de última hora y esta sorpresa sí me pones en una buena cantidad de problemas.

**Fidel.**-¿Por qué?

**Fox.**- Problemas de seguridad, problemas de atención.

**Fidel.**- Bueno, no me importa, yo no tengo ninguna preocupación, señor Presidente; parece que usted no me conoce.

**Fox.**-¿Tú no tienes preocupaciones por eso?

**Fidel.**- No, se lo aseguro que ninguna; no llevo 800 hombres como lleva el señor Bush.

**Fox.**- Pero no es muy de amigos avisar a última hora que te apareces aquí.

**Fidel.**- Sí, pero también yo corro muchos riesgos que nadie corre, usted lo sabe perfectamente bien.

**Fox.**- Bueno, pero tú puedes confiar en un amigo y me podías haber hecho saber un poco antes que pretendías venir, eso yo creo que hubiera resultado mucho mejor para ambos. Pero, mira, de plano yo sé que no solo tienes el derecho, sino, si no te es posible ayudarme como amigo en ese sentido y te es indispensable...

**Fidel.**- Sí. Dígame en qué puedo ayudarlo, menos en eso.

**Fox.**- Bueno. ¿En qué puedes ayudarme menos en eso?

**Fidel.**- Dígame, ¿cómo? ¿Qué debo hacer? Yo los riesgos los corro tranquilamente.

**Fox.**- A ver, déjame...

**Fidel.-** Pero usted comprenderá que esto daría lugar a un escándalo mundial, si realmente ahora me dicen a mí que no vaya.

**Fox.-** ¿Pero qué necesidad tienes de armar escándalo mundial, si te estoy hablando como amigo?

**Fidel.-** Óigame, es que usted es el Presidente del país, y si usted es el anfitrión y me lo prohíbe, no me quedaría más remedio hasta que publicar el discurso mañana.

**Fox.-** Así es, así es. No, tú tienes todo el derecho. A ver, déjame hacerte una propuesta.

**Fidel.-** Sí.

**Fox.- Fidel.-** Dígame.

**Fox.-** No sé cuándo pretendes venir, porque eso no me lo dices, pero mi propuesta sería que vengas el jueves.

**Fidel.-** A ver, dígame, dígame exactamente, estoy dispuesto a escuchar una transacción en esto. Bien, ¿qué día es hoy?, martes. ¿A qué hora usted quiere que yo llegue el jueves?

**Fox.-** Porque tú tienes... o sea, Cuba tiene apartada su presentación ante el pleno para el jueves.

**Fidel.-** Sí, sí, la hora exacta ahí, ahí estaban... El jueves debe ser...

**Fox.-** Hacia la 1:00 de la tarde.

**Fidel.-** No, el jueves tengo que participar en una mesa redonda y tengo que hacer el discurso por la mañana.

**Fox.-** Porque tú tienes discurso por la mañana hacia la 1:00 de la tarde.

**Fidel.-** Más o menos. Yo le ayudo en todo, no le molesto en nada, ni voy a las comidas, ni siquiera a la reunión... Bueno, esa reunión ya la tendríamos que discutir...

**Fox.-** Ahí te va, ahí te va, déjame terminar.

**Fidel.** - Sí.

**Fox.** - Que puedas venir el jueves y que participes en la sesión y hagas tu presentación, como está reservado el espacio para Cuba a la 1:00. Después tenemos un almuerzo, un almuerzo que ofrece el gobernador del estado a los Jefes de Estado; inclusive te ofrezco y te invito a que estuvieras en ese almuerzo, inclusive que te sientes a mi lado, y que terminado el evento y la participación, digamos, ya te regresaras, y así...

**Fidel.** -¿A la isla de Cuba?

**Fox.** - No, bueno, pues a lo mejor te buscaras...

**Fidel.** -¿A dónde? ¿O al Hotel? Dígame.

**Fox.** - A la isla de Cuba, o a donde tú gustaras ir.

**Fidel.** - Correcto.

**Fox.** - Y que me dejaras libre -y es la petición que te hago- el viernes, para que no me compliques el viernes.

**Fidel.** - Usted no quiere que yo le complique el viernes. Muy bien, es que usted parece que no leyó una línea en que yo le digo que voy con espíritu constructivo, a cooperar en el éxito de la conferencia.

**Fox.** - Sí, sí leí esas líneas.

**Fidel.** - Si mi palabra no le dio el efecto... Yo comprendo las demás cosas, de las cuales no vamos a hablar, y lo que puede pasar. Casi adiviné que usted me iba a llamar para decirme algo parecido a eso. Pero, muy bien, yo con toda franqueza se lo digo: Estoy dispuesto a cooperar con usted. Estoy dispuesto a cooperar con usted y a hacer lo que usted está solicitando.

**Fox.** - Podemos hacerlo de esta manera.

**Fidel.** - Sí, repítamelo, por favor.

**Fox.** - A ver, llegar el jueves por la mañana, a la hora que tú gustes.

**Fidel.**- Sí, jueves por la mañana, pronunciar el discurso.

**Fox.**- Sí, pronunciar el discurso en el pleno; participar en la comida de Jefes de Estado y donde yo te invito, inclusive, a estar sentado al lado.

**Fidel.**- Muy bien, muchas gracias.

**Fox.**- Y por la tarde, pues salir a la hora que a ti te convenga.

**Fidel.**- Sí, muy bien. Déjeme ver el horario, allí hay una hora de diferencia, la hora en que yo tengo que moverme.

**Fox.**- Tenemos una hora de diferencia.

**Fidel.**- Si acaso tuviera que llegar un poquito más temprano, digamos, porque ya yo sé dónde ocasiono el mayor daño (Se ríe), pero tal vez pudiera estar allí al amanecer.

**Fox.**- ¿Del día jueves?

**Fidel.**- Porque la hora es la 1:00 y allí estaban negociando la hora del turno, tal vez yo hable antes; tal vez, pero estoy preparado para esa hora más o menos, ya que hay 30 oradores. Yo salí perjudicado, porque fue a última hora, y se lo confieso, que he tomado la decisión a última hora. Usted me reprochaba que un amigo debe decirlo o no.

En primer lugar tengo dos cosas: tengo los riesgos y, además, no había tomado la decisión. Esa es la verdad.

**Fox.**- Sí, sí, lo entiendo, lo entiendo.

**Fidel.**- Pero decidí, en un momento dado, que era conveniente, como se lo expliqué en mi carta. Yo le ruego que usted, cuando pueda, la vuelva a leer.

**Fox.**- Aquí la tengo enfrente mío.

**Fidel.**- ¿Y usted tiene por ahí al Secretario General cerca, está cenando con él?

**Fox.**- Se acaba de ir hace 15 minutos. Se fue al hotel y mañana él va a allá a Monterrey.

**Fidel.-** ¡Qué lástima que yo no pueda escucharlo a él cuando hable!, porque creo que habla al principio.

**Fox.-** A ver, Fidel, tú... tú... Sí, yo sé que...

**Fidel.-** Bueno, si usted me consiguiera que, por ejemplo, yo usara el turno 10, si me consigue un turno...

**Fox.-** A ver, espérame.

**Fidel.-** Sí.

**Fox.-** Yo tengo una participación el jueves, arranca la ceremonia de inauguración a las 9:00 de la mañana.

**Fidel.-** A las 9:00, muy bien.

**Fox.-** A esa hora me supongo que va a hablar el Secretario General y voy a hablar yo.

**Fidel.-** Sí, yo quisiera escucharlo a él, porque él fue el que me invitó.

**Fox.-** No hay problema en que vengas a eso.

**Fidel.-** Usted es el presidente del país anfitrión; no era Estados Unidos, era México.

**Fox.-** No hay problema en que vengas a eso, que llegues temprano y que participes desde la inauguración; desde las 9:00 de la mañana que empezamos, ahí va a hablar él, hablo yo y, efectivamente, tu lugar es como el lugar número 10.

**Fidel.-** No, el lugar mío es el número 30; pero si usted me consigue el 10, es decir, después que hablen los principales allí "creo que encabeza Chávez como presidente de los 77", algunos más, si usted me consigue el turno 10 ó 12...

**Fox.-** ¿Pero tú quieres que te cambie ahí, digamos, de la 1:00 de la tarde hacia un poco antes?

**Fidel.-** Hable con Kofi, hable con Kofi y plantéele su problema, él va a entender que el mundo tiene dueños y que eso es muy serio.

**Fox.-** Puedo hablar con Kofi Annan (Se ríe).

**Fidel.-** Hable con Kofi (Risas), ¿comprende?

**Fox.-** Sí, sí, puedo hablar con él, cómo no.

**Fidel.-** Entonces yo lo complazco mucho más a usted, me aparezco allí y hablo. Casi sería mejor que llegara un poco a media noche o a una hora de esas, y durmiera un poco y fuera para allá.

**Fox.-** Tú no más me avisas a qué hora vas... Tú me avisas a qué hora, si yo te tengo una residencia, un lugar donde llegar, si llegas muy temprano.

**Fidel.-** Bueno, yo tenía un hotelito ahí, unos cuartos, porque es que no estaba decidido si iba.

**Fox.-** Sí, es que no hay cuartos, ese es el problema, que no hay habitaciones.

**Fidel.-** No, pero la delegación nuestra tiene 20 cuartos allí y algunos de ellos los podemos mandar para otros puntos, una casa de huéspedes.

**Fox.-** Sí, incluso nos acomodamos, tú tienes amigos ahí en Monterrey que a la mera hora te pueden instalar. Eso no es problema. Tú tienes que llegar de madrugada...

**Fidel.-** Mire, yo lo puedo complacer más completo. ¿Tengo que llegar de madrugada?

**Fox.-** Sí. ¿A qué le llamas madrugada, 5:00 o 6:00 de la mañana?

**Fidel.-** No, yo prefería sobre las 10:00 de la noche o algo así, una hora determinada.

**Fox.-** ¡Ah!, llegar por la noche del miércoles.

**Fidel.-** Sí, sí, sin que nadie me vea. Nos vemos por la mañana allí, que me vean por allí por la mañana.

**Fox.-** Ponlo más cargado hacia la noche y vemos cómo nos acomodamos, o sea, más hacia la media noche o la madrugada.

**Fidel.-** Bien.

**Fox.-** Y llegas, te instalas y participas desde las 9:00 de la mañana.

**Fidel.-** Me instalo y estoy allí a las 8:30. Fijese.

**Fox.-** Sí. Correcto, correcto.

**Fidel.-** Entonces usted me garantiza con Kofi Annan y le explica los problemas; si no, tendría que hablar y explicarle, porque es que a mí me invitan las Naciones Unidas.

**Fox.-** No, no hay problema en eso. Yo...

**Fidel.-** Usted como anfitrión fue muy amable al enviarme la invitación, pero son las Naciones Unidas las que me invitan. Y se lo dije a usted aquí, fue lo primero que le dije tan pronto empezamos las conversaciones, que tenía la invitación.

**Fox.-** Bien, por eso. Entonces, vamos a seguir pensando así, de esa manera. Después terminamos...

**Fidel.-** Correcto. Entonces yo lo complazco a usted, yo me voy más temprano. Si yo tengo unas ganas de estar aquí tremendas, tengo mucho trabajo y muchas cosas con las que estoy entusiasmado.

**Fox.-** Fidel, ¿te puedo pedir otro favor?

**Fidel.-** Dígame.

**Fox.-** Que estando en casa a mí me serviría muchísimo que no hubiera declaraciones sobre el tema de la Embajada o de las relaciones México-Cuba o de ese evento que vivimos en estos días pasados.

**Fidel.-** No tengo ninguna necesidad de hacer declaraciones allí.

**Fox.-** ¡Qué bueno!

**Fidel.-** Dígame, ¿en qué más puedo servirlo?

**Fox.-** Pues básicamente no agredir a Estados Unidos o al presidente Bush, sino circunscribirnos...



**Fidel.-** Óigame, señor Presidente, yo soy un individuo que llevo como 43 años en política y sé las cosas que hago y las que debo hacer. No le quepa la menor duda de eso, que yo sé decir la verdad con decencia y con la elegancia necesaria. No albergue el menor temor, que no voy a soltar ninguna bomba allí. Aunque la verdad es que estoy en desacuerdo con el consenso ese que han propuesto ahí. No, yo me voy a limitar a exponer mis ideas básicas y fundamentales, y lo haré con todo el respeto del mundo. Yo no voy a tomar aquello como una tribuna para agitar ni mucho menos: voy a decir mi verdad. Y puedo no ir, y la digo desde aquí, la digo mañana por la mañana, así que para mí no es...

**Fox.-** Es que tú me ofreces en tu carta, precisamente eso: participación constructiva, para que sea una verdadera aportación a la discusión, al debate y a la solución de los problemas que todos tenemos en el mundo.

**Fidel.-** Sí, señor Presidente, usted debe tomar en cuenta, incluso, que cuando yo hago un viaje de estos lo hago con bastante riesgo.

**Fox.-** Sí, eso lo entiendo.

**Fidel.-** Debe saberlo. Y no lo hago "ausentarme de ahí" porque sentiría vergüenza, cuando he tomado la decisión de ir. Y a muchos lugares no he ido, no fui a la Cumbre allá en Perú, pero yo tengo un concepto mucho más elevado de la importancia de esta conferencia y un concepto mucho más elevado de México; me parecía, incluso, que lo estaría lastimando, en realidad, a usted o a los mexicanos.

Yo no voy allí ni a agitar ni a organizar manifestaciones, nada. Tengo en cuenta que usted es el Presidente de ese país y que un deseo suyo, por muchos que sean los derechos, debo tomarlo en cuenta.

Y me alegro que usted haya pensado en una fórmula decorosa, en que yo esté allí a la hora, escuche al Secretario General de las Naciones Unidas. Y si usted pudiera, con la ayuda del Secretario General de las Naciones Unidas, garantizarme que yo tome un turno "no esperemos tanto tiempo allí, mientras más tiempo entonces más..." y hablo en el turno entre el 10 y el 15, después que empiece la lista de oradores, aparte de su discurso, entonces nosotros hablamos con un compañero que estaba allí, le daremos instrucciones "que ya le habían dado hoy instrucciones de que gestionara un más

temprano turno", entonces yo quedo libre para ocasionarle a usted las menores molestias.

**Fox.-** Sí. Oye, Fidel, de cualquier manera está la invitación a que me acompañes a la comida, que eso sería como a la 1:00 de la tarde ó 1:30 y acabando de comer, entonces puedes salir.

**Fidel.-** Siempre y cuando usted no me ponga mole con guajolote y mucha comida ahí, porque en el avión viajar hacia acá muy lleno...

**Fox.-** No, hay cabrito que es muy rico.

**Fidel.-** ¿Hay un cabrito?

**Fox.-** Sí, señor, excelente.

**Fidel.-** Bueno, muy bien.

**Fox.-** Entonces, ¿podemos quedar con ese acuerdo, Fidel?

**Fidel.-** Podemos quedar con ese acuerdo y quedamos amigos, como amigos y caballeros.

**Fox.-** Sí, te lo agradezco muchísimo y nada más me vas a dar la hora de tu llegada, para poder recibirte y llevarte a acomodar.

**Fidel.-** Le daré la hora de mi llegada. Bueno, si quiere llevo hasta más temprano y con eso salvamos mucho. ¿A qué hora te vas a acostar mañana?

**Fox.-** ¿Mañana?

**Fidel.-** Sí.

**Fox.-** ¿Mañana qué es, miércoles? Mañana me voy acostar temprano, como buen rancharo.

**Fidel.-** Como buen rancharo. Yo soy al revés, yo suelo como buen trasnochador.

Dígame, ¿cuál es la hora que más le conviene?

**Fox.-** Mira, como tú estás señalando, 10:00, 11:00, 12:00 de la noche, para que te instales y puedas descansar y estar al otro día en la mañana.

**Fidel.-** Muy bien, de acuerdo.

**Fox.-** Entonces, ya no más que la Embajada me da la hora exacta para recibirte allí como se debe.

**Fidel.-** Sí, mañana te dará la hora exacta.

**Fox.-** Con la Embajada hablamos sobre eso.

**Fidel.-** Sí, como siempre, te agradezco mucho esa deferencia, ese honor, si vas allí, creo que ayudaría mucho a...

**Fox.-** Me acompañas a la comida y de ahí te regresas.

**Fidel.-** Y de ahí cumplo sus órdenes: me regreso.

**Fox.-** Fidel, te agradezco muchísimo.

**Fidel.-** Muy bien, Presidente.

**Fox.-** Nos van a salir bien las cosas así.

**Fidel.-** Yo pienso que sí, y le doy las gracias...

**Fox.-** Bueno, igualmente y que pases buena noche.

**Fidel.-** ...Por su deferencia y por buscar una fórmula que sea honorable y aceptable.

**Fox.-** Sí, yo creo que lo es y te lo agradezco.

**Fidel.-** Muy bien, muy bien, le deseo mucho éxito.

**Fox.-** Buenas noches.

**Fidel.-** Buenas noches.

Fuente: Periódico Mural 23 de abril 2002 "Hacen Pública grabación telefónica" tomado de la página Web [www.mural.com](http://www.mural.com)

**REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.  
EN MATERIA DE CONCESIONES, PERMISOS Y CONTENIDO DE LAS  
TRANSMISIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN.**

**(D.O.F. 10/10/2002)**

**TITULO QUINTO**

**De la programación**

**Capítulo I**

**Del tiempo del Estado**

**Artículo 15.-** Es obligación de las estaciones de radio y televisión incluir gratuitamente en su programación diaria, treinta minutos continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, del material proporcionado por la Secretaría de Gobernación a través de la Dirección General de Radio, televisión y Cinematografía.

La forma en que podrán dividirse esos treinta minutos será la siguiente:

- I. Hasta 10 minutos en formatos o segmentos de no menos de 20 segundos cada uno, y
- II. Veinte minutos en bloques no menores de 5 minutos cada uno. El tiempo del Estado podrá ser utilizado de manera continua para programas de hasta treinta minutos de duración.

**Artículo 16.-** Los horarios de transmisión de materiales con cargo al tiempo del Estado a que se refiere el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se fijarán de común acuerdo con los concesionarios y permisionarios con base en las propuestas que formule la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía.

Los concesionarios o permisionarios de estaciones de radio y televisión están obligados a conservar la misma calidad de transmisión que la utilizada en su programación normal, en el tiempo de que dispone el Estado.

**Artículo 17.-** En el ámbito electoral, para el uso de los tiempos del Estado, se observará lo previsto al efecto en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

**Fuente: Diario Oficial de la Federación 10 de octubre de 2002**

## **ANEXO 4**

### **"TIEMPO DEL ESTADO"**

#### **Análisis de la Legislación actual:**

El Marco Jurídico sobre el tiempo que la televisión y radiodifusoras ceden al Estado, independientemente de los Acuerdos y Decretos existentes relativos a la obligación fiscal del pago de impuestos: se encuentra en los siguientes ordenamientos:

#### **"LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION TITULO CUARTO FUNCIONAMIENTO CAPITULO III PROGRAMACION"**

##### **Artículo 59**

Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Congreso Nacional de Radio y Televisión.

##### **Artículo 61**

Para los efectos del artículo 59 de esta Ley, el consejo nacional de radio y televisión oirá previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos fijará los horarios a que se refiere el citado artículo.

##### **Artículo 62**

Todas las estaciones de radio y televisión en el país, estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

**REGLAMENTO de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión.**

D.O.F. 10 de octubre de 2002

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

**VICENTE FOX QUESADA**, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y con fundamento en los artículos 2o., 13, 26, 27, 36, 38 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y 1o., 2o., 3o., 4o., 5o., 6o., 7o., 9o., fracciones I y II, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 37, 58, 59, 59 bis, 60, 61, 62, 63, 64, fracción I, 65, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 80, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 96, 97, 101, fracciones I, II, IV, V, X, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y XXIV, 103, 104, 105, 106 y demás relativas de la Ley Federal de Radio y Televisión, y

**CONSIDERANDO:**

Que el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, vigente desde 1973, ya no responde a la actual realidad política y social de nuestro país, donde el papel de los medios de comunicación es esencial para consolidar una democracia moderna. Que en un marco de gobernabilidad democrática y Estado de Derecho, la adecuación del Reglamento debe responder a los principios de libertad de expresión, certeza jurídica y de responsabilidad social, para lograr un sano desarrollo de la industria de radio y televisión de nuestro país, tan importante para todos los mexicanos.

Que en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 se establece la necesidad de fortalecer la función social que les corresponde desempeñar a la radio y la televisión en su calidad de medios concesionados y permisionados, así como el

compromiso de promover una eficiente administración y utilización de los tiempos del Estado, respecto a lo cual, no debe omitirse que en forma complementaria se buscará ajustar los tiempos del Ejecutivo Federal.

Que para establecer los lineamientos y criterios de clasificación de los contenidos de películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros debe incorporarse la participación ciudadana en el Consejo Nacional de Radio y Televisión, a fin de garantizar el afianzamiento de la unidad nacional, el enriquecimiento de nuestra cultura y también de la educación de la población, así como la mejora en la calidad de los contenidos.

Que la función social de estas actividades debe llevarse a cabo con transparencia y objetividad, teniendo la finalidad primordial de proteger el sano desarrollo de la niñez y juventud mexicanas.

Que la tarea informativa debe constituir una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública.

Que el marco jurídico que rige a los concesionarios de radio y televisión debe establecer condiciones transparentes para el otorgamiento y refrendo de las concesiones y permisos que hacen operar a la industria.

Que en el esquema jurídico actual, existe incertidumbre en el alcance de audiencia efectiva que tienen los tiempos del Estado en los medios electrónicos de comunicación, lo que obliga a replantear su uso para que éstos puedan cumplir adecuadamente su propósito social.

Que la experiencia demanda simplificar sustantivamente los trámites relacionados con las actividades de la radio y la televisión, como en materia de programas de concursos y de transmisiones provenientes del extranjero o en idioma distinto al español.

Que en la democracia, la libertad de expresión debe ejercerse con respeto absoluto a los derechos de réplica y de privacidad de los ciudadanos frente a los medios, de manera que tanto éstos como los comunicadores puedan defender el derecho para preservar intacta su dignidad personal.

Que los principios que debe incorporar la reglamentación de la radio y la televisión son la libertad de expresión, el respeto mutuo, la participación ciudadana y las condiciones de transparencia y claridad jurídica, con el objeto de lograr una relación más confiable y benéfica para nuestro país, entre los concesionarios y el Estado.

Que a partir de la construcción de consensos, el Consejo Nacional de Radio y Televisión debe constituirse en un instrumento de orientación de la política pública y de asesoría del Ejecutivo Federal en materia de radiodifusión, capaz de satisfacer las necesidades de los concesionarios, del público, de los anunciantes, de la sociedad civil, a la cual se le otorga participación en dicho Consejo.

Que el marco normativo debe propiciar una industria de radio y televisión fuerte, competitiva, moderna y comprometida con la sociedad, por lo que le debe otorgar certeza jurídica para realizar inversiones de largo plazo, aprovechar el desarrollo tecnológico, impulsar nuevos mercados, constituirse como un generador de empleos y, en general, contribuir al fortalecimiento de la economía nacional.

Que los cambios que se ha estimado conveniente reflejar en el Reglamento vigente se refieren a la actualización de las atribuciones en materia de radio y televisión de las secretarías de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes y de Educación Pública; la simplificación administrativa mediante la reducción de requisitos y plazos para la autorización de programas que otorga la Secretaría de Gobernación y reglas para el funcionamiento del Consejo Nacional de Radio y Televisión, que incluya la participación de la sociedad civil.



Que, igualmente, se incorporan cambios que orientarán la radio y televisión en sus actividades de fortalecer la solidaridad, la equidad de género y el respeto a los derechos de grupos vulnerables; que promoverán el derecho de réplica, mejorarán la calidad en los contenidos de las transmisiones y se creará un Registro Público de Concesiones y Permisos, en beneficio de la transparencia de la acción pública.

Que, en el mismo sentido, y respecto del Gobierno Federal, los cambios se aplicarán en materia de publicación de criterios de clasificación, transparencia y acotamiento en la discrecionalidad en el otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos y, especialmente, comprende la inclusión de las propuestas de los grupos de trabajo que participaron en la mesa de diálogo instalada para tal efecto, y Que los principales cambios respecto a la industria de radio y televisión consisten en la regulación de los programa de ofertas de productos, en la transparencia y seguridad en el otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos, flexibilidad en la comercialización y mayor presencia en el Consejo Nacional de Radio y Televisión, He tenido a bien expedir el siguiente:

## **REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN, EN MATERIA DE CONCESIONES, PERMISOS Y CONTENIDO DE LAS TRANSMISIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN TÍTULO PRIMERO**

### **Disposiciones generales**

**Artículo 1o.-** La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones sociales.

**Artículo 2o.-** En el cumplimiento de las funciones que establecen la Ley Federal de Radio y Televisión y este Reglamento, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico.

**Artículo 3o.-** La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; al estímulo a nuestra capacidad para el progreso, a la facultad creadora del mexicano para las artes; a la participación ciudadana y a la solidaridad, y al análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional, la equidad de género y el respeto a los derechos de los grupos vulnerables.

**Artículo 4o.-** La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública.

**Artículo 5o.-** La programación de las estaciones de radio y televisión deberá contribuir al desarrollo económico del país, a la distribución equitativa del ingreso y al fortalecimiento de su mercado.

**Artículo 6o.-** Para efectos de la aplicación de la Ley Federal de Radio y Televisión, se considerará que en el idioma nacional están comprendidas las lenguas de los pueblos y comunidades indígenas existentes en el país.

## **TÍTULO SEGUNDO**

### **De la competencia**

**Artículo 7o.-** El presente ordenamiento reglamenta únicamente las atribuciones que la Ley Federal de Radio y Televisión otorga a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en materia de concesiones y permisos; a la Secretaría de Gobernación, por conducto de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y a la Secretaría de Educación Pública.

**Artículo 8o.-** A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes competen las atribuciones a que se refiere el artículo 9o. de la Ley Federal de Radio y Televisión.

**Artículo 9o.-** A la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación compete:

**I.** Ejercer las atribuciones que las leyes y reglamentos le confieren a la Secretaría de Gobernación en materia de radio y televisión;

**II.** Someter al acuerdo del Secretario de Gobernación lo relativo a la coordinación, promoción y fomento de las actividades que, en el ámbito de su competencia, realiza la Secretaría en materia de radio y televisión;

**III.** Regular los contenidos de las transmisiones de radio y televisión;

**IV.** Resolver las solicitudes de clasificación para transmitir películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros, producidos en el país o en el extranjero, así como vigilar su observancia;

**V.** Autorizar la transmisión de programas desarrollados o producidos en el extranjero, así como la de programas que patrocine un gobierno extranjero o un organismo internacional;

**VI.** Vigilar, con la participación que corresponda a otras dependencias, que los contenidos de las transmisiones de radio y televisión cumplan con las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, de este Reglamento y de los correspondientes títulos de concesión o permisos;

**VII.** Autorizar la transmisión de programas en idiomas diferentes al nacional por radio y televisión;

**VIII.** Conceder permisos para la transmisión de programas de concursos, de preguntas y respuestas y de otros semejantes, en coordinación con la Unidad de Gobierno de la Secretaría de Gobernación en los casos que proceda;

**IX.** Promover, con la intervención que corresponda a otras dependencias, la producción de materiales de radio y televisión para que se difundan a través de los tiempos del Estado;

**X.** Proveer lo necesario para el uso del tiempo que corresponda al Estado en las estaciones de radio y televisión;

**XI.** Ordenar y coordinar el encadenamiento de las estaciones de radio y televisión, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión;

**XII.** Conocer previamente los boletines que los concesionarios o permisionarios estén obligados a transmitir gratuitamente y ordenar a éstos su difusión, salvo en los casos de notoria urgencia, en los cuales las autoridades podrán directamente y bajo su responsabilidad, ordenar su transmisión de acuerdo con lo señalado por el artículo 60 de la Ley Federal de Radio y Televisión;

**XIII.** Emitir la opinión a que se refiere la fracción III del artículo 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal;

**XIV.** Vigilar la transmisión del Himno Nacional por estaciones de radio y televisión, así como la proyección por televisión del Escudo y de la Bandera Nacionales y los programas que versen sobre los mismos, o que contengan motivos del Himno, en coordinación con la Unidad de Gobierno de la Secretaría de Gobernación;

**XV.** Imponer las sanciones que correspondan por incumplimiento de las disposiciones aplicables en el ámbito de su competencia, y

**XVI.** Las demás que le confiere este Reglamento y otras disposiciones normativas aplicables.

**Artículo 10.-** A la Secretaría de Educación Pública compete:

**I.** Intervenir en el ámbito de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor y los derechos conexos respecto del uso exclusivo de sus emisiones, y

**II.** Expedir los certificados de aptitud de locutores, cronistas o comentaristas que eventual o permanentemente participen en las transmisiones de las estaciones de radio y televisión.

## **TÍTULO TERCERO**

### **De las concesiones y de los permisos**

**Artículo 11.-** En el procedimiento para el otorgamiento de concesiones previsto en la Ley Federal de Radio y Televisión, se atenderá a lo siguiente:

**I.** Para los efectos de la fracción III del artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se entiende por información detallada de las inversiones en proyecto la relativa a:

**a)** Descripción y especificaciones técnicas;

- b)** Capacidad técnica;
- c)** Programa de cobertura;
- d)** Programación;
- e)** Programa de inversión;
- f)** Documentación con que acredite la capacidad financiera;
- g)** Programa comercial, en términos de las características de la plaza o zona de concesión especificada en la publicación a que se refiere el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, y
- h)** Capacidad administrativa.

Con base en la información a que se refiere esta fracción y a lo que señala el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes calificará el interés social para fines de selección de la solicitud, en su caso.

**II.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes procederá al estudio de las solicitudes recibidas en el lugar y dentro del plazo establecido;

**III.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes solicitará a la Secretaría de Gobernación la opinión a que se refiere la fracción III del artículo 36 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal;

**IV.** Para seleccionar la solicitud que continuará el trámite concesionario, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes realizará un estudio comparativo entre las solicitudes recibidas que hubieren cubierto los requisitos exigidos, a fin de evaluarlas y seleccionar la que, a su juicio, mejor satisfaga el interés social;

**V.** En el acuerdo de susceptibilidad de explotación comercial a que se refiere el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalará el plazo dentro del cual deberá llevarse a cabo la publicación, a costa del interesado, prevista en el primer párrafo del artículo 19 del mismo ordenamiento legal;

**VI.** El establecimiento de requisitos técnicos, administrativos y legales para el otorgamiento de la concesión a que se refieren los párrafos segundo y tercero del artículo 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, será potestativo para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; se fijará por única ocasión y se

notificará al interesado en un plazo máximo de quince días a partir de que concluya el término para presentar objeciones al acuerdo de selección, y

**VII.** Cuando a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes las solicitudes presentadas no aseguren las mejores condiciones para la prestación de los servicios de radiodifusión, ésta dictará acuerdo en el que se resuelva la terminación del procedimiento administrativo concesionario por esa causa.

**Artículo 12.-** Los permisos a que se refiere la Ley Federal de Radio y Televisión se otorgarán conforme al siguiente procedimiento:

**I.** Los solicitantes deberán presentar, cuando menos, la información a que se refieren los incisos a), b), c), d), e), f) y h) de la fracción I, del artículo anterior;

**II.** Recibida la solicitud, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes procederá al análisis y evaluación respectiva, y

**III.** Analizados los requisitos y considerando el interés social, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes resolverá lo conducente, previa opinión de la Secretaría de Gobernación.

**Artículo 13.-** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de conformidad al ámbito de su competencia, evaluará el cumplimiento de las obligaciones contenidas en los títulos de concesión. Para el refrendo de las concesiones, en términos del artículo 16 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se observará lo siguiente:

**I.** Que el concesionario haya hecho un buen uso del espectro radioeléctrico asociado al o los canales concesionados, para lo cual la Secretaría de Comunicaciones y Transportes tomará en cuenta el resultado de las evaluaciones periódicas de carácter técnico, previamente realizadas, conforme lo establezca el título de concesión, así como la opinión de la Secretaría de Gobernación, en el ámbito de su competencia, y

**II.** Que el concesionario haya cumplido con las obligaciones establecidas en su título de concesión. El concesionario deberá solicitar, por escrito, el refrendo de la concesión a más tardar un año antes de su terminación.

## **TÍTULO CUARTO**

### **Del Registro de Radio y Televisión**

**Artículo 14.-** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes llevará el Registro de Radio y Televisión, en el que se inscribirá la siguiente información de concesionarios y permisionarios:

**I.** Los títulos de concesión y los permisos, así como sus titulares y las modificaciones de carácter legal o técnico de las concesiones o permisos;

**II.** Las sanciones que imponga, en el ámbito de su competencia, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que hubieren quedado firmes;

**III.** La información sobre la transición tecnológica de la radio y televisión, y

**IV.** Los datos estadísticos de la radio y televisión.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes mantendrá actualizado el Registro.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes tomará las medidas necesarias para que la información contenida en el Registro pueda ser consultada por medios electrónicos a distancia.

La información contenida en el Registro podrá ser consultada por el público en general, salvo aquella que, por sus propias características, se considere legalmente con carácter confidencial.

## **TÍTULO QUINTO**

### **De la programación**

#### **Capítulo I**

##### **Del tiempo del Estado**

**Artículo 15.-** Es obligación de las estaciones de radio y televisión incluir gratuitamente en su programación diaria, treinta minutos, continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, del material proporcionado por la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

La forma en que podrán dividirse esos treinta minutos será la siguiente:

**I.** Hasta 10 minutos en formatos o segmentos de no menos de 20 segundos cada uno, y

**II.** Veinte minutos en bloques no menores de 5 minutos cada uno. El tiempo del Estado podrá ser utilizado de manera continua para programas de hasta treinta minutos de duración.

**Artículo 16.-** Los horarios de transmisión de materiales con cargo al tiempo del Estado a que se refiere el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se fijarán de común acuerdo con los concesionarios y permisionarios con base en las propuestas que formule la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

Los concesionarios o permisionarios de estaciones de radio y televisión están obligados a conservar la misma calidad de transmisión que la utilizada en su programación normal, en el tiempo de que dispone el Estado.

**Artículo 17.-** En el ámbito electoral, para el uso y duración de los tiempos del Estado se observará lo previsto al efecto en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

## **Capítulo II**

### **De los programas transmitidos directamente desde el extranjero**

**Artículo 18.-** Las solicitudes para la transmisión directa de programas originados en el extranjero a que se refiere el Artículo 65 de la Ley Federal de Radio y Televisión, serán presentadas ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía precisamente por las empresas concesionarias o permisionarias que pretendan efectuar dicha transmisión, cuando menos cinco días antes del evento, salvo en el caso de que la naturaleza o las circunstancias no lo permitan, debiendo observarse las siguientes reglas:

**I.** Con la solicitud, deberán adjuntarse los documentos que comprueben los derechos de la transmisión del programa, otorgados por el gobierno extranjero o el organismo internacional, patrocinadores, el organizador o empresario privado o, en caso de que el evento o acontecimiento no tenga –por



naturaleza - un organizador responsable, la estación de radio o de televisión que origine la transmisión;

**II.** Si dichos documentos no hubiesen sido otorgados en México, se presentarán legalizados, y

**III.** En caso de que los documentos estén redactados en idioma diferente al español, se presentarán traducidos bajo protesta de decir verdad del concesionario o permisionario. Con el propósito de contribuir a la simplificación administrativa, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía podrá emitir autorizaciones genéricas o por tiempo determinado.

### **Capítulo III**

#### **De los concursos y sorteos**

**Artículo 19.-** Los programas de concursos, de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, sólo podrán llevarse a cabo con autorización y supervisión de la Secretaría de Gobernación, con la intervención, en su caso, del supervisor que dicha dependencia designe.

**Artículo 20.-** Para obtener autorización para la transmisión de programas de concurso a que se refiere el artículo anterior, deberá presentarse a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía una solicitud por escrito por lo menos cinco días hábiles antes de la fecha de iniciación del programa, la que contendrá lo siguiente:

**I.** Nombre y duración;

**II.** Contenido y forma de realización;

**III.** Monto de los premios y fianza que los garantice, expedida por institución legalmente autorizada, y

**IV.** Lugar de transmisión.

**Artículo 21.-** La Secretaría de Gobernación autorizará los programas de concurso siempre y cuando se destinen a premiar la habilidad, el talento o los conocimientos de los participantes, no sean lesivos para su dignidad personal ni su integridad física y procuren la elevación de sus niveles culturales.

**Artículo 22.-** En la propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, se hará mención de la autorización expedida por la Secretaría de Gobernación.

#### **Capítulo IV**

##### **De las transmisiones en otros idiomas**

**Artículo 23.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía autorizará transmisiones en idiomas diferentes al español, tomando en consideración lo siguiente:

- I.** Las características de la transmisión;
- II.** La duración de la transmisión, y
- III.** Los demás requisitos que establece la ley de la materia.

#### **Capítulo V**

##### **De la autorización y clasificación de programas**

**Artículo 24.-** Para los efectos de los artículos 59 bis, párrafo último, y 72 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía clasificará las películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros grabados de la siguiente manera:

- I.** "A": aptos para todo público, los cuales podrán transmitirse en cualquier horario;
- II.** "B": aptos para adolescentes y adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veinte horas;
- III.** "B-15": aptos para adolescentes mayores de 15 años y adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintiuna horas;
- IV.** "C": aptos para adultos, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintidós horas, y
- V.** "D": aptos para adultos, los cuales podrán transmitirse entre las cero y las cinco horas.

La Secretaría de Gobernación, previa opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión, emitirá los criterios generales de clasificación. Estos criterios deberán ser publicados en el **Diario Oficial de la Federación** y serán aplicados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía para la clasificación de películas, telenovelas, series filmadas y teleteatros grabados.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión, a cualquier hora e independientemente de su clasificación, en casos específicos y cuando a su juicio existan circunstancias que así lo ameriten, como la calidad artística del programa, el tipo de auditorio a que va dirigida, su temática u otras razones similares.

**Artículo 25.-** Los concesionarios o permisionarios que transmitan películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados, podrán someter al examen de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, los argumentos y adaptaciones en que proyectan basar su producción. En este caso, se otorgará autorización provisional, que será confirmada si el material se ajusta a la adaptación o argumento examinado, se hayan atendido, de haberlas, las indicaciones dadas, y no violen en su realización la Ley de la materia ni las disposiciones de este Reglamento.

**Artículo 26.-** Los concesionarios y permisionarios anunciarán las clasificaciones que correspondan en los términos del artículo 24 de este Reglamento, al iniciarse la exhibición del programa y a la mitad del mismo, utilizando algún mecanismo técnico de sobreimpresión que no afecte la imagen. El anuncio deberá tener una duración mínima de treinta segundos.

## **Capítulo VI**

### **De los materiales grabados**

**Artículo 27.-** La solicitud de clasificación a que se refiere el artículo 9o. de este Reglamento, deberá presentarse por lo menos ocho días antes de la transmisión, venir acompañada de una copia íntegra del material y proporcionar la siguiente información:

**I.** Título de la película, serie filmada, telenovela o teleteatro grabados;

**II.** Nombre del concesionario o denominación de la sociedad o, en su caso, nombre de la permisionaria;

**III.** Una relación que contenga los nombres del productor, autor del argumento, adaptador, director y principales actores, y

**IV.** Número de rollos o metraje en que esté contenido el material.

**Artículo 28.-** Las autorizaciones para la transmisión por televisión de materiales grabados procedentes del extranjero, se otorgarán, en su caso, de acuerdo con las siguientes reglas:

**I.** Deberán ajustarse en todo a las disposiciones de la Ley de la materia y de este Reglamento;

**II.** No atentarán contra los valores nacionales ni contra los símbolos patrios, y

**III.** Siempre y cuando no existan razones de reciprocidad o de interés público que lo impidan.

**Artículo 29.-** Se considerarán como nacionales los materiales grabados que se hayan producido en México, así como los producidos o coproducidos en el extranjero por personas físicas o morales de nacionalidad mexicana.

**Artículo 30.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía podrá clasificar una película, una serie filmada, una telenovela o un teleteatro grabado fuera del término que se fija en el artículo 27 de este Reglamento o de las horas hábiles, así como fuera de las oficinas de la Dirección General.

**Artículo 31.-** Para los efectos del artículo 73 de la Ley Federal de Radio y Televisión, se considerará programación viva la primera transmisión en cada estación, de aquellos programas que se hagan de películas o videocintas que se filmen o se graben en territorio nacional, así como los programas que se realicen en sus instalaciones o fuera de ellas, que estén sucediendo en el momento de la transmisión.

**Artículo 32.-** La duración de los programas vivos que para el caso se señale por la Secretaría de Gobernación a las estaciones emisoras, en los términos del artículo 73 de la Ley Federal de Radio y Televisión, no podrá ser inferior al cinco por ciento en las estaciones de radio y televisión, del tiempo total de la programación diaria de cada estación.

**Artículo 33.-** Quedan incluidos dentro del porcentaje a que se refiere el artículo que antecede los noticieros, programas literarios y de concurso, conferencias y controles remotos de espectáculos deportivos, culturales y de actos sociales y cívicos.

**Artículo 34.-** Queda prohibido a los concesionarios, permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas, anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personas que participen en la preparación o realización de programas y propaganda comercial por radio y televisión lo siguiente:

**I.** Efectuar transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz o al orden públicos;

**II.** Todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto de los héroes o para las creencias religiosas, así como lo que, directa o indirectamente, discrimine cualesquiera razas;

**III.** Hacer apología de la violencia, del crimen o de vicios;

**IV.** Realizar transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante palabras, actitudes o imágenes obscenas, frases o escenas de doble sentido, sonidos ofensivos, gestos y actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad;

**V.** La emisión de textos de anuncios o propaganda comercial que, requiriendo la previa autorización oficial, no cuente con ella;

**VI.** Alterar substancialmente los textos de boletines, informaciones o programas que se proporcionen a las estaciones para su transmisión con carácter oficial;

**VII.** Presentar escenas, imágenes o sonidos que induzcan al alcoholismo, tabaquismo, uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas, y

**VIII.** Transmitir informaciones que causen alarma o pánico en el público.

**Artículo 35.-** Se considera que se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios en los siguientes casos:

**I.** Cuando se excite al desorden, se aconseje o se incite al robo, al crimen, a la destrucción de bienes o se justifique la comisión de los delitos o a sus autores;

**II.** Cuando se defiendan, disculpen o aconsejen los vicios; y

**III.** Cuando se enseñe o muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.

**Artículo 36.-** Se considera que se corrompe el lenguaje cuando las palabras utilizadas por origen o por su uso sean consideradas como procaces.

**Artículo 37.-** Se consideran contrarias a las buenas costumbres:

**I.** El tratamiento de temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, se ofenda al pudor, a la decencia o excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos, y

**II.** La justificación de las relaciones sexuales ilícitas o promiscuas y el tratamiento no científico de problemas sociales tales como la drogadicción o el alcoholismo.

**Artículo 38.-** Toda persona, física o moral, podrá ejercitar el derecho de réplica cuando un material que sea difundido en cualquier programa de una estación de radio o televisión no cite la fuente de la cual extrajo la información y considere que los hechos que la aluden son falsos e injuriosos.

Para hacer valer este derecho, el interesado presentará, por escrito y dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a la transmisión, la solicitud de aclaración pertinente ante la estación de radio o televisión correspondiente, la cual evaluará su procedencia, a efecto de hacer la aclaración.

En caso que la estación de radiodifusión estime que la aclaración solicitada es improcedente, el interesado tendrá a salvo sus derechos para recurrir a las vías jurisdiccionales correspondientes.

De obtener el interesado resolución firme y favorable de la autoridad jurisdiccional, el concesionario o permisionario de radio o televisión transmitirá la aclaración correspondiente en los términos de la resolución.

El derecho de réplica podrá ser ejercido por el perjudicado aludido y, a falta de éste, por sus parientes en línea ascendente o descendente en primer grado.

En caso de que la estación de radiodifusión cite la fuente de la cual extrajo la información, y ésta haga la aclaración correspondiente, el aludido podrá ejercitar ante el concesionario o permisionario de radio o televisión el derecho consagrado en este artículo.

## **TÍTULO SEXTO**

### **De la propaganda comercial**

**Artículo 39.-** La propaganda comercial que se transmita por estaciones de radio o televisión, deberá mantener un prudente equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación.

**Artículo 40.-** El equilibrio entre el anuncio y el conjunto de la programación se establece en los siguientes términos:

**I.** En estaciones de televisión, el tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del dieciocho

por ciento del tiempo total de transmisión de cada estación, y

**II.** En estaciones de radio, el tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión.

La duración de la propaganda comercial no incluye los promocionales propios de la estación ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado y otros a disposición del Poder Ejecutivo.

**Artículo 41.-** Los comerciales filmados o aprobados para la televisión, nacionales o extranjeros, deberán ser aptos para todo público.

**Artículo 42.-** La publicidad de bebidas alcohólicas deberá:

**I.** Abstenerse de toda exageración;

**II.** Combinarse dentro del texto o alternarse con propaganda de educación higiénica o del mejoramiento de la nutrición popular, y

**III.** Hacerse a partir de las veintidós horas, de acuerdo con la fracción III del artículo 24 de este Reglamento.

En el anuncio de bebidas alcohólicas, queda prohibido el empleo de menores de edad. Asimismo, queda prohibido, en la publicidad de dichas bebidas, que se ingieran real o aparentemente frente al público.

**Artículo 43.-** No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en el horario destinado para todo público.

**Artículo 44.-** Queda prohibida toda publicidad referente a:

**I.** Cantinas, y

**II.** La publicidad que ofenda a la moral, el pudor y las buenas costumbres, por las características del producto que se pretenda anunciar.

**Artículo 45.-** Se considera como publicidad de centros de vicio la transmisión de cualquier espectáculo desde esos lugares.

**Artículo 46.-** Las estaciones de radio y televisión concesionadas podrán transmitir, de las 00:00 y hasta las 05:59 horas, programación de oferta de productos. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar la transmisión de dichos programas en un horario distinto.

Los tiempos del Estado a que se refiere la fracción II del artículo 15 de este Reglamento no se podrán transmitir en los programas destinados a la oferta de productos.

## **TÍTULO SÉPTIMO**

### **Del Consejo Nacional de Radio y Televisión**

**Artículo 47.-** El Consejo Nacional de Radio y Televisión contará, de manera permanente, con un secretario técnico, que será el Director General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

El Consejo integrará como invitado permanente con voz, pero sin voto, a un representante de la sociedad civil organizada, así como a uno más de la industria de la radio y la televisión. Asimismo, podrá invitar de manera temporal, con voz pero sin voto, a representantes de sectores vinculados con la radio y la televisión.

La designación de los invitados a participar en el Consejo Nacional de Radio y Televisión se realizará conforme a lo establecido en el manual de operación del propio Consejo.

Para la mejor atención de los asuntos de su competencia, el Consejo podrá contar con comités o grupos de trabajo, a los que podrá invitar a participar a personas, instituciones u organizaciones que no sean miembros del Consejo.

Los cargos del Consejo serán honorarios.



**Artículo 48.-** El Consejo celebrará sus sesiones y tomará sus acuerdos conforme a lo que establezca su manual de operación. Para cumplir con sus funciones, contará con el personal administrativo y técnico que sea necesario. Tanto el manual de operación como sus modificaciones, deberán publicarse en el **Diario Oficial de la Federación**.

**Artículo 49.-** Para la realización de sus fines, el Consejo tendrá, entre otras, las atribuciones siguientes:

- I.** Fungir como órgano de consulta del Ejecutivo Federal sobre el servicio que presta la radio y la televisión a la sociedad;
- II.** Recomendar medidas que estime convenientes para el buen funcionamiento de las estaciones de radio y televisión;
- III.** Realizar los estudios, investigaciones y análisis que considere necesarios sobre los contenidos programáticos de la radio y la televisión;
- IV.** Proponer medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de las disposiciones de la Ley de la materia;
- V.** Organizar festivales o concursos sobre los diferentes géneros de programas y de comerciales publicitarios para la radio y televisión;
- VI.** Promover la autorregulación en materia de contenidos, con el propósito de lograr una programación de claridad y responsabilidad dentro de los parámetros legales;
- VII.** Coordinarse con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, en lo relativo a la transmisión de los tiempos del Estado;
- VIII.** Emitir su manual de operación, y
- IX.** Las demás que establezcan la Ley Federal de Radio y Televisión y este Reglamento.

**Artículo 50.-** Para los efectos de la fracción IV del artículo 91 de la Ley Federal de Radio y Televisión, los concesionarios podrán organizar concursos sobre adaptaciones de obras nacionales y extranjeras, históricas y de ficción, para la realización de telenovelas y sobre programas informativos, cómicos, infantiles, culturales, artísticos, deportivos, comerciales publicitarios, de interés social y cualesquiera otros que por su destacada significación lo merezcan.

## **TÍTULO OCTAVO**

### **De las sanciones**

**Artículo 51.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación impondrá las sanciones correspondientes por las violaciones a las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión y de este Reglamento.

**Artículo 52.-** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía hará las observaciones o extrañamientos que procedan, de conformidad con lo que dispone el artículo 97 de la Ley Federal de Radio y Televisión. En caso de que no sean atendidos, se impondrán las sanciones correspondientes en los términos de dicha Ley.

**Artículo 53.-** La imposición de sanciones administrativas se ajustará a lo dispuesto por el artículo 105 de la Ley Federal de Radio y Televisión y, supletoriamente, por la Ley Federal de Procedimiento Administrativo y demás disposiciones aplicables.

**Artículo 54.-** Los afectados por las sanciones dictadas por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía conforme a este título, podrán interponer el recurso de revisión dentro de los quince días hábiles siguientes a la fecha de su notificación, el cual se resolverá en los términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

### **TRANSITORIOS:**

**PRIMERO.-** El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

**SEGUNDO.-** Se abroga el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica, relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 4 de abril de 1973.

**TERCERO.-** Se abroga el Decreto por el que se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 30 de Noviembre de 1986.

**CUARTO.-** El Consejo Nacional de Radio y Televisión se integrará en un plazo no mayor de treinta días naturales contados a partir del inicio de vigencia del

presente Reglamento; expedirá su manual de operación a más tardar sesenta días después de instalado y emitirá su opinión respecto de los criterios de clasificación en un plazo que no excederá de 180 días a partir de su instalación.

**QUINTO.-** En tanto la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación no emita los criterios de clasificación de programas a que se refiere el artículo 24 de este Reglamento, dicha unidad administrativa continuará clasificando las películas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados aplicando los criterios vigentes antes de la entrada en vigor del presente Reglamento.

**SEXTO.-** Las concesiones que venzan antes del 1 de enero de 2004, podrán solicitar el refrendo de concesión en plazos menores a los señalados en el presente Reglamento.

**SÉPTIMO.-** El Registro a que se refiere el presente Reglamento se hará público en los términos de los artículos 7o. y segundo transitorio de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

**OCTAVO.-** Los procedimientos concesionarios que se encuentren en trámite se continuarán conforme al procedimiento vigente durante su iniciación.

**NOVENO.-** En caso de que al inicio de la vigencia de este Reglamento, alguna concesionaria de radio o televisión venga transmitiendo programas de oferta de productos en horarios distintos al comprendido entre las 00:00 y las 5:59 horas, podrán continuar haciéndolo en los mismos horarios. En cualquier otro caso, se requerirá de la autorización a que se refiere el párrafo primero del artículo 46 del presente ordenamiento.

Dado en la residencia oficial del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los diez días del mes de octubre de dos mil dos.-

**Vicente Fox Quesada.-** Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, **Santiago**

**Creel Miranda.-** Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes,

**Pedro Cerisola y Weber.-** Rúbrica.- El Secretario de Educación Pública,

**Reyes Silvestre Tamez Guerra.-** Rúbrica

Fuente: Diario Oficial de la Federación 10 de octubre de 2002<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Agradezco al Lic. Manuel Fernando Otero por facilitarme las copias de los Diarios Oficiales de la Federación.

## ANEXO 6

### **¿Cuál es su opinión sobre "el decretazo"? (la condonación del 12.5 % a los medios de comunicación por parte del Ejecutivo Federal, persona de Vicente Fox Quesada)**

Un comportamiento poco digno del poder ejecutivo, mostrándose como "arrastrado", para poder tener a los medios electrónicos, en particular a la tele, de su parte.

### **¿Quién considera que ganó o perdió más, los medios de comunicación o el gobierno?**

Ninguno de los dos necesariamente ganó o perdió, aunque el poder ejecutivo está ahí capitulando ante un poder al cual aquel mismo está inflando con ese comportamiento. En realidad, quien pierde es el pueblo de México y el proceso de democratización.

### **¿Cuáles podrían ser algunas implicaciones de este hecho?**

Ver abajo

### **Con este suceso, ¿cambian las relaciones entre gobierno y medios de comunicación ?**

Tradicionalmente, el gobierno ejercía diversos mecanismos de control hacia los medios, de tal manera que no eran, en general, independientes especialmente en lo que se refiere a coberturas informativas. Digamos que por el presidencialismo mexicano, no había "primer", "segundo" ni "tercer" poder, y menos un "cuarto poder" que nunca fue la prensa mexicana (en realidad me refiero a los medios mexicanos en su modalidad informativa). Una base importante de las ideas democráticas clásicas es que debe haber equilibrios y "chequeos y balances" entre los poderes, para que no prevalezca uno solo. Al parecer, los medios se están erigiendo en un poder descomunal, con el que el presidente muestra conductas tan "agachonas" como la que refieres.

### **¿Considera que los pactos que se han dado entre medios y gobierno han cambiado? ¿Cómo y por qué?**

Ver atrás.

\*\*\*\*\*

7 de noviembre de 2004

Preguntas hechas por:  
Licda. Narda I. Quezada García

Respuestas dadas por:  
Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz  
Investigador de la Universidad de Guadalajara y nivel III del Sistema Nacional de Investigadores

## ANEXO 6

**¿Cuál es su opinión sobre “el decretazo”? (la condonación del 12.5 % a los medios de comunicación por parte del Ejecutivo Federal, persona de Vicente Fox Quesada)**

En rigor no fue una “condonación”, es difícil hablar de condonación de algo que nunca se aplicó. Se trató en todo caso de formalizar en términos pragmáticos lo que se venía realizando en forma discrecional.

**¿Quién considera que ganó o perdió más, los medios de comunicación o el gobierno?**

Ambos ganaron. La que perdió fue la sociedad civil.

**¿Cuáles podrían ser algunas implicaciones de este hecho?**

Relevantes, relevantes ninguna. Además recuerda que todo decreto puede en su momento ser rectificado.

**Con este suceso, ¿cambian las relaciones entre gobierno y medios de comunicación?**

Para nada.

**¿Considera que los pactos que se han dado entre medios y gobierno han cambiado? ¿Cómo y por qué?**

Esta es una pregunta muy extensa (que sería motivo de una tesis, a propósito). Pero te diré que desde 1988 a la fecha hemos asistido a un conjunto de cambios en la relación medios-gobierno, en todos los ámbitos (local, estatal, nacional), que sustentan una transformación del espacio público en México. El cómo y el por qué es lo que resulta muy extenso para abordarlo en estas líneas.

\*\*\*\*\*

7 de noviembre de 2004

Preguntas hechas por:  
Licda. Narda I. Quezada García

Respuestas dadas por:  
Dr. Francisco Aceves Lozano  
Investigador de la Universidad de Guadalajara