

# Alicja Fijałkowska

---

## ¿La fórmula mexicana siempre viva? : televisión y poder en México

---

Itinerarios. Revista de estudios lingüísticos, literarios, históricos y  
antropológicos nr 18, 181-196

---

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

Alicja Fijałkowska

## ¿LA FÓRMULA MEXICANA SIEMPRE VIVA? TELEVISIÓN Y PODER EN MÉXICO

**Resumen:** Durante varias décadas las relaciones cordiales constituyeron la base de la existencia de los monopolios en México: el mediático de Televisa y el político del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Aquella *entente cordiale*, conocida bajo el nombre de la *fórmula mexicana*, garantizó la posición hegemónica de ambos actores durante casi cincuenta años. Los finales del siglo XX trajeron la caída del apoyo al PRI y la transformación del monopolio informativo de Televisa en el duopolio de Televisa y TV Azteca. Ambas televisiones pronto llegaron a un acuerdo, presionando a los políticos para adoptar las modificaciones a la *Ley Federal de Radio y Televisión* y la *Ley Federal de Telecomunicaciones*, las cuales les daban aún más privilegios en el mercado mediático nacional. Aunque, finalmente, los nuevos artículos fueron declarados inconstitucionales por la Corte Suprema, el poder de las televisiones en México sigue siendo enorme. La última campaña electoral del candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, mostró claramente que la *fórmula mexicana*, aunque cambiada, sigue funcionando. El artículo busca presentar brevemente la historia de la televisión en México y sus vínculos con el sector político durante los tiempos de la *fórmula mexicana* y después de su caída. Se analiza también la *Ley Televisa* y el reciente movimiento #YoSoy132 para mostrar la actualidad del problema.

**Palabras clave:** Televisión, Televisa, *fórmula mexicana*, *Ley Televisa*, #YoSoy132

**Title:** Does the *Mexican Formula* Always Alive? Television and Power in Mexico

**Abstract:** For several decades the friendly relations were the basis of the existence of the two monopolies in Mexico: media one of Televisa's and political one of the Institutional Revolutionary Party (PRI). That *entente cordiale*, known as the *Mexican formula* was the perfect way to guarantee the hegemonic position of both actors for nearly fifty years. At the turn of the 21<sup>st</sup> century, the support for the PRI fell down and the information monopoly of Televisa's turned into the duopoly of Televisa and TV Azteca. The two TV channels soon came to an agreement, pressuring politicians to adopt amendments to the *Federal Law on Radio and Television* and the *Federal Telecommunications Act*, which gave them still more privileges in the national media market. Although eventually the changed laws were declared unconstitutional by the Supreme Court, the power of television in Mexico remains enormous. What is more, the last campaign of the PRI candidate – Enrique Peña Nieto showed clearly that the *Mexican formula*, although changed, is still in force. This article aims to present briefly the history of television in Mexico and its close links with the politics both during the times of the *Mexican formula* and after its fall. It analyses also the phenomena of *Ley Televisa* and the movement #YoSoy132 to show the continuity of the problem.

**Key words:** Television, Televisa, *Mexican formula*, *Ley Televisa*, #YoSoy132

## INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, la televisión se convirtió en el medio más influyente de América Latina. La comunicación audiovisual, apelando a los sentidos, no requiere ningún conocimiento ni habilidad, por lo cual constituye una herramienta perfecta para llegar a las masas, independientemente de su formación o procedencia. Desde el principio, en la región se adoptó el sistema norteamericano de la televisión privada y no pública como en Europa; sin embargo, las concesiones siguen dependiendo de los gobiernos. Por esta razón, los dueños de las cadenas de televisión siempre han mantenido buenas relaciones con las autoridades, lo que también favorecía a estos últimos, debido al papel estratégico de la televisión en la comunicación política. De ahí vienen los años de la cooperación del Globo con la dictadura militar en Brasil, la *entente cordiale* entre las élites políticas y económicas durante el *puntofijismo* en Venezuela o la presentada en este artículo *fórmula mexicana*, basada en una alianza estratégica de Televisa y el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

La primera década del siglo XXI trajo varios cambios en el panorama político de América Latina, incluyendo el fin de la hegemonía del PRI en México. Aunque el cambio de gobierno, junto con el surgimiento de la mayor competencia de Televisa, TV Azteca, parecían debilitar la *fórmula mexicana*, pronto resultó que esta seguía en marcha. En 2006 en México, el duopolio televisivo logró incluso dictar las enmiendas a las dos leyes claves en regulación del espacio radiotelevisivo en el país. Finalmente, varios párrafos de dichos documentos resultaron ser inconstitucionales, por lo cual la Corte Suprema dictaminó cambiarlos. Sin embargo, durante las elecciones presidenciales de 2012, la *fórmula mexicana* renació de sus cenizas como el ave Fénix, llevando a las protestas en todo el país y al surgimiento del movimiento #YoSoy132.

## EL MEDIO MÁS INFLUYENTE DEL PAÍS

México fue el sexto país a nivel mundial en disponer de televisión. Dicho medio se inauguró ahí ya en 1950, o sea, el mismo año que en Alemania, poco después de los EE. UU., Gran Bretaña, Francia, la Unión Soviética e Italia y adelantándose incluso a la mayoría de los países europeos, incluida España (Dobek-Ostrowska 1999: 131). Entre los políticos mexicanos la figura clave en el desarrollo de la televisión fue sin duda el presidente Miguel Alemán Valdés quien comisionó en 1947 al ingeniero Guillermo González Camarena y al escritor Salvador Novo la investigación de dos sistemas de televisión predominantes en el mundo, con el objetivo de aplicar uno de ellos en México. Se trataba del modelo norteamericano, comercial, basado en la propiedad privada y el europeo, público, gestionado por el estado (*Boletín Informativo* 2005). Finalmente, México, junto con la mayoría de América Latina aplicó el primero.

En 1950 el estado mexicano otorgó la primera concesión de frecuencia televisiva a Rómulo O'Farrill, el dueño del diario *Novedades de México* y del canal de la radio XEX,

para la creación del Canal 4. Un año después nació la segunda televisión privada, Canal 2, bajo la concesión cedida a la empresa Televimex S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. En 1952 se creó finalmente la tercera emisora, Canal 5, fundada por Guillermo González Camarena, un ingeniero, quien había experimentado con la transmisión audiovisual ya en los años 20 del siglo XX (*Boletín Informativo* 2005; Sinclair 1999: 35-36). Es importante que de los tres primeros dueños de los canales televisivos en México, tanto Rómulo O’Farril como Emilio Azcárraga Vidaurreta venían de la radio. Su interés por el nuevo medio de comunicación constituía una especie de seguro en el caso de que las dudas sobre el incierto futuro de la radio resultaran auténticas, ya que, como escriben Gabriel Sosa y Perla Rodríguez, “la ascendente influencia de la radio tuvo [...] su primer momento de intranquilidad con el surgimiento de la televisión” (Sosa, Rodríguez 2007: 253).

En el año 1955 tuvo lugar la fusión de los tres canales mencionados arriba, los cuales pasaron a formar el Telesistema Mexicano. Los dueños de las tres cadenas decidieron unir fuerzas, debido a que en los años 50 del siglo pasado la televisión no contaba con la difusión suficiente para constituir un medio de comunicación atractivo para los anunciantes. Existiendo por separado, los tres canales tuvieron entonces problemas con la rentabilidad, mientras que uniendo fuerzas lograron establecer una posición hegemónica en el país. Cabe añadir que la gestión de la empresa quedó en las manos de los dos empresarios que venían del mercado radiofónico: Emilio Azcárraga Vidaurreta y Rómulo O’Farrill, mientras que el tercer asociado, Guillermo González Camarena, ni siquiera entró en la junta directiva (Fernández Christlieb 1975: 109).

Curiosamente, aunque el 90% de las acciones de la empresa fue controlado por las dos familias, Azcárraga y O’Farrill, en la fundación del Telesistema Mexicano participó también el ex-presidente de México, Miguel Alemán Valdés. El mandato de su sucesor, Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958) estuvo marcado por huelgas e inflación, lo cual colocó a la televisión al margen del interés gubernamental. El Telesistema Mexicano aprovechó aquel momento para fortalecer sus instalaciones, incluyendo la adquisición en 1958 de las primeras máquinas de *videotape*, lo cual le permitía grabar los programas en una cinta, facilitando a la vez su distribución (Sinclair 1999: 36). Cuando en 1959 llegó la época del *desarrollo estabilizador* y el nivel de vida en México mejoró, el Telesistema Mexicano ya estaba bien preparado para suministrar la señal al creciente número de televisores en el país (Pellicer de Brody, Reyna 1978: 90).

## ENTRE LOS EMPRESARIOS Y EL GOBIERNO

En el año 1960 del siglo pasado se aprobó la *Ley Federal de Radio y Televisión* la cual regulaba el funcionamiento de todas las cadenas de la radio y de la televisión en México. Como subrayó la diputada Esperanza Téllez Oropeza, se trataba de que “la radio y la televisión contribuyan no solamente como instrumento de publicidad comercial, sino también como instrumento fundamental para la educación popular, transmitiendo programas que despiertan en los niños y jóvenes, sentimientos e ideales de moralidad, de cultura, de civismo, trabajo, respeto y amor a nuestra patria” (*Ley Federal de Radio y Televisión* 1959).

Dicha ley constituía entonces la primera aproximación mexicana a la responsabilidad social de la radio y la televisión. Se confirmó también la necesidad de pedir las concesiones por parte de las cadenas comerciales, precisando que aquellas podían ser otorgadas solo a los ciudadanos mexicanos, “no por un exceso de nacionalismo, sino por considerar que siendo la radiodifusión un vehículo de tanta influencia en el pueblo y en la conformación de la manera de pensar, debían evitarse influencias extrañas que pudieran resultar contrarias y peligrosas, en ciertos momentos, a los altos intereses patrios” (*Boletín Informativo* 2005).

A la vez, en los años 60 se fundaron nuevas televisiones, como la Telecadena Mexicana (Canal 12), propiedad del productor del cine, Barbachano Ponce, la Televisión Independiente de México (TIM, Canal 8) del grupo industrial Alfa y el Canal 13 de Francisco Aguirre, dueño de varias radioemisoras. La competencia no limitó, sin embargo, la hegemonía del Telesistema Mexicano, el cual introdujo ya por entonces la transmisión en color y logró establecer la cobertura nacional (Mastrini, Becerra 2003; Sinclair 1999: 36). También fue en aquella década cuando el presidente Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) se interesó más por el modelo europeo de televisión pública y fundó el primer canal estatal. Además, en 1968 con el motivo de transmitir en alta calidad los Juegos Olímpicos celebrados en Ciudad de México, el gobierno adquirió las instalaciones de transmisión por satélite (Granados Chapa 1976: 228-230). Dichas facilidades pudieron ser utilizadas por las televisiones comerciales a cambio de un impuesto especial. Sin embargo, finalmente, las cadenas privadas lograron cambiar el impuesto por el 12,5% de su tiempo de emisión cedido al estado para su uso exclusivo (Granados Chapa 1976: 228-230).

Puesto que la televisión empezó a ganar cada vez más público, el siguiente presidente, Luis Echeverría, se interesó por aquel medio de comunicación aún más que su predecesor. Desde el principio de su mandato Echeverría expresó mucho interés por las *Políticas Nacionales de Comunicación*, introducidas en otros países de América Latina (Mastrini, Becerra 2003). En 1972, tras la quiebra, el Canal 13 pasó a manos del gobierno. De su gestión se ocupó una agencia estatal llamada SOMEX (Mahan 1985: 62-64). Aquello coincidió con la fundación de la Televisión vía Satélite (Televisa) creada por la fusión del Telesistema Mexicano y TIM (Canal 8), los cuales decidieron unir fuerzas, “enfrentando el problema de la intervención del estado en el mercado, la visión de la competencia por parte de la televisora pública y temiendo más regulaciones” (Sinclair 1999: 36). Irónicamente, aunque el objetivo principal de dicha alianza era salvar TIM, en 1982 las acciones de la familia Garza Sada, los dueños de TIM, pasaron a manos de los Azcárraga (Mahan 1985: 61-64).

La transformación del Telesistema Mexicano a Televisa se produjo ya bajo el nuevo presidente de la cadena, el carismático Emilio Azcárraga Milmo, quien heredó las acciones tras la muerte de su padre (Sánchez Ruiz 1991: 32). Además, los años 80 del siglo pasado trajeron la derrota de las *Políticas Nacionales de Comunicación*, lo cual favoreció al canal. Televisa entraba en su época de oro, teniendo el 80% de la producción propia y concentrando el 93% de la audiencia nacional (Sinclair 1999: 39). Aunque las cadenas estatales no se podían comparar con Televisa, el gobierno seguía expandiendo sus planes en el sector audiovisual. En 1982, ante la fuerte difusión de las señales de los canales extranjeros a través del sistema satelital, el presidente Miguel de la Madrid definió la comunicación por satélite como “actividad estratégica a cargo exclusivo del estado” (*Boletín Informativo* 2005). A la vez, el mismo presidente fundó también el Canal 7, uniéndolo posteriormente con el 13

y otros de menos importancia en el Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión). Como se ha mencionado, los intentos de fortalecer la posición del estado en el mercado mediático no afectaron el desarrollo del imperio de Televisa la cual pronto se convirtió en un inmenso *holding* mediático, contando con sus propios estudios de grabación, estudios de doblaje, sistema de televisión por cable o incluso escuelas de talento. Además, la compañía mantenía lazos muy cercanos con las radioemisoras de los Azcárraga y las revistas de los O'Farrel, lo cual facilitaba la difusión y promoción recíproca de todos esos medios.

## LA FÓRMULA MEXICANA

A pesar de la implementación de la *Política Nacional de Comunicación* en los 70 y la posterior fundación de Imevisión, durante décadas el gobierno nunca amenazó directamente los intereses de Televisa. El mercado televisivo del país se regía por la llamada *fórmula mexicana*, o sea, un tipo de *entente cordiale* entre Televisa y las estructuras de poder, la cual, aunque nunca formalizada, constituía una forma natural de coexistencia de ambos sectores durante décadas (Sinclair 1999: 49). El mantenimiento del *status quo* era posible gracias a la continuidad existente en ambas esferas. Mientras que Televisa constituía una empresa familiar de los Azcárraga, el poder entre 1929 y 2000<sup>1</sup> permanecía en las manos del mismo partido político, el PRI (Bethell 1994: 107). Aunque en su seno cambiaban las fracciones<sup>2</sup>, el partido se mantuvo en el poder durante todos esos años sin mayores disturbios, mientras que otros partidos fueron “tolerados, o hasta cuidadosamente apoyados para dar las apariencias de oposición y mejorar la legitimación democrática, ya que con el paso del tiempo las referencias a los mitos revolucionarios empezaron a ser cada vez más difíciles para sostener” (Bethell 1994: 107).

La afiliación política de Televisa se reflejaba claramente en la autocensura de sus informativos. En 1968 Televisa “invisibilizó” a los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y del Instituto Politécnico Nacional (INP), los cuales se manifestaron junto con profesores e intelectuales en la Plaza de las Tres Culturas. Los noticieros de Televisa ocultaron también la noticia sobre la matanza cometida por entonces por el ejército y las posteriores represiones del gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz (Liepins 2008). Además, en 1986, cuando el Partido Acción Nacional (PAN) ganó las elecciones en el estado de Chihuahua, Televisa omitió aquella información en sus informativos. Finalmente, el año 1988 según las palabras de Teresa Páramo sacó “a la luz pública de manera tangible la estrecha relación entre Televisa y el PRI-gobierno, lo cual provocó una amplia reacción de crítica y rechazo por muchos ciudadanos” (Páramo 2001). Se trata de la campaña electoral, durante la cual Televisa, apoyando

<sup>1</sup> Entre 1929 y 1938 como Partido Nacional Revolucionario (PNR), entre 1938 y 1946 bajo el nombre del Partido de la Revolución Mexicana y desde 1946 con su actual nombre del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

<sup>2</sup> Desde el 1929 hasta los años 50 en PRI dominaba la fracción militar, luego cada vez más poder ganaba la fracción civil (Calvocoressi 2002: 850).

tradicionalmente al candidato del PRI, Carlos Salinas de Gortari, se negó transmitir la publicidad de los candidatos de la oposición. La cercanía de Televisa y el PRI la describe mejor el hecho de que el entonces presidente de la cadena, Emilio Azcárraga Milmo, se autodefinía como “un soldado” de aquel partido (Liepins E. 2008).

## TV AZTECA

En los años 90 del siglo XX el gobierno cedió completamente el paso a la televisión privada. Durante aquella década no se cambió ni una sola palabra en la *Ley Federal de Radio y Televisión* que había sido reformada dos veces en los 70 y hasta tres en los 80. En 1995 el presidente Ernesto Zedillo borró también de la Constitución mexicana el carácter estratégico de la transmisión satelital, terminando con el periodo de la exclusividad del estado en este campo. Poco antes, en 1993, el estado había privatizado también parte de sus televisoras pertenecientes a Imevisión, otorgando la concesión para utilizar las frecuencias de los canales 7 y 13 al empresario Ricardo Salinas Pliego, quién unió las dos televisiones bajo el nombre de TV Azteca. La cadena empezó a ganarse cada vez más público. Antes de la privatización, Imevisión contaba con sólo un 2% de la audiencia, mientras que en los primeros años de su funcionamiento, TV Azteca llegó a atraer al 22% de los telespectadores y al 33% de los anunciantes (Sinclair 1999: 49).

La fundación de TV Azteca amenazó claramente la posición hegemónica de Televisa, surgiendo además en un momento complicado para el imperio de los Azcárraga. Ya a finales de los años 80 Televisa sufrió una crisis financiera debida a algunas inversiones equivocadas, seguidas por tensiones internas. En 1991 Rómulo O’Farril Jr. renunció a su puesto en la junta directiva, vendiendo su 24% de las acciones a Emilio Azcárraga Milmo. Aquello aumentó considerablemente la posición igualmente privilegiada del presidente, pero a la vez redujo los recursos financieros de la empresa (Sinclair 1999: 42). También otro accionista, Miguel Alemán Velasco, hijo del ex-presidente Miguel Alemán Valdés, cedió las acciones a su hijo para dedicarse a la carrera política en el PRI. La situación financiera de la cadena empezó a recuperarse en 1992, sin embargo, todavía vivía unos disturbios cuando se fundó TV Azteca, lo cual facilitó el desarrollo de esta última cadena. A pesar de que dicha televisora se estableció casi 40 años más tarde, en muy poco tiempo contaba ya con su propia producción (Enríquez 1995). Además, aprovechando la mala fama de los noticieros de Televisa, fuertemente matizados por su afiliación política al PRI, ofreció a los mexicanos una alternativa informativa.

## CAMBIO DE AMBIENTE

La *fórmula mexicana*, debilitada ya tras la fundación de TV Azteca recibió un golpe más en 1997, cuando tras unos años de lucha contra cáncer y apenas un mes antes de su muerte, Emilio Azcárraga Milmo decidió jubilarse, pasando la presidencia en Televisa

a su hijo – Emilio Azcárraga Jean. Al mismo tiempo, murió también el entonces vicepresidente del canal, Guillermo Cañedo de la Bárcena, cediendo sus acciones y el puesto en la junta directiva a sus dos hijos: Guillermo y José Antonio Cañedo White. El nuevo directorio carecía de experiencia, especialmente porque Emilio Azcárraga Milmo había ejercido durante un cuarto de siglo un poder casi absoluto en la cadena (Sinclair 1999: 47). El único apoyo para la joven junta directiva era Miguel Alemán Velasco, quien volvió al directorio en 1997 debido a los problemas del PRI. Fue él quien asumió el cargo de vicepresidente, siendo el máximo responsable de la división de noticias. Cabe mencionar que su vuelta era crucial para la imagen de la cadena entre los aliados norteamericanos. Sin embargo, las tensiones entre los accionistas no cesaron, por lo cual el “Financial Times” comparó incluso la situación interna en Televisa a una de sus telenovelas, llena de intrigas y malicias (Sinclair 1999: 48).

Lo que es más, los problemas de Televisa coincidieron con los del PRI. En 1997 por primera vez en su historia, el partido perdió la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados y su posición se fue deteriorando durante los siguientes años hasta que en el 2000 el PAN ganó las elecciones generales, obteniendo tanto un mayor número de diputados y senadores, así como la presidencia. Por primera vez desde la Revolución Mexicana, las elecciones presidenciales las ganó el candidato de la oposición, Vicente Fox. Cabe mencionar que la victoria del PAN se debió también al apoyo de los medios. Al principio de la campaña electoral tanto Televisa como TV Azteca apoyaban el PRI, sin embargo, pronto ambas televisiones “cambiaron de caballo a la mitad del río” (Páramo 2008), prestando su apoyo a Vicente Fox del PAN. La “mitad del río” fue el primer debate durante el cual Fox se presentó mejor. Las alusiones a determinados candidatos estuvieron presentes hasta en la telenovela de TV Azteca, llamada “El Candidato” (Páramo 2008). Además, un estudio mostró que las cadenas más populares del país dedicaron a Fox casi el 40% del tiempo destinado a la promoción electoral, frente a los 33% de Labastida y al 28% de otros candidatos (Toussaint 2000). La eficaz mercadotecnia junto con el apoyo relevante de las televisiones, logró movilizar a los votantes indecisos, permitiéndole al candidato del PAN obtener en 2000 el 43,47% de los votos. En el caso de TV Azteca este cambio de preferencia parecía bastante natural, ya que la cadena se había visto panista desde 1997 y más sorprendente fue su inicial apoyo al PRI. Sin embargo, en cuanto a Televisa, aquella metamorfosis asombró a la opinión pública, ya que parecía ser un golpe mortal para la *fórmula mexicana*.

## LA LEY TELEVISA

Mientras que el PRI perdía su posición y poder a favor de la oposición, el monopolio audiovisual de Televisa se convertía con cada vez más claridad en el duopolio de Televisa y TV Azteca. Como es lógico, perdiendo sus hegemónicas posiciones, el PRI y Televisa empezaron a distanciarse, ocupándose sobre todo de sus propios problemas. Mientras que los tres partidos más importantes (PRI, PAN y PRD) de la Cámara de Diputados luchaban entre sí por el poder, el duopolio televisivo empezó a colaborar, lo que pronto iba a resultar en una acción conjunta sin precedentes.

Sobre la necesidad de la profunda reforma de la *Ley Federal de Radio y Televisión* se había hablado durante más de 35 años, sin embargo, los sucesivos gobiernos y presidentes del PRI, vinculados con Televisa, fueron muy reacios a introducir cualquier cambio más profundo, limitándose durante varias décadas a los retoques superficiales. Parecía que las derrotas del PRI en las elecciones del 1997 y 2000 marcaron una nueva época de un gobierno más democrático, que acabaría con las antiguas estructuras. Bajo la presión de la sociedad, a principios del siglo XXI el estado aceptó finalmente revisar dichas leyes, considerándolas anacrónicas frente a la cambiada realidad interna y global.

En diciembre de 2005 la Cámara de Diputados aprobó el proyecto de reforma de la ley, el cual fue “presentado y dictaminado en ocho días, aprobado por unanimidad en siete minutos, sin mociones a favor o en contra, sin abstenciones y sin destacar la trascendencia de la misma” (Esteinou Madrid, Alva de la Selva 2010). En abril, tras la aprobación de las enmiendas por parte de los legisladores, los textos de las leyes fueron publicados por el presidente Vicente Fox en el “Diario Oficial de la Federación”, obteniendo la plena vigencia jurídica. Cabe mencionar que la publicación se efectuó antes de que terminara el periodo reglamentario de presentar las observaciones por parte de la Consejería Jurídica de la Presidencia de la República.

Las modificaciones aplicadas en 2006 pronto fueron denominadas *Ley Televisa*, debido tanto a los claros privilegios que el documento daba a los grandes grupos mediáticos, como al fraude durante la votación en la Cámara de Diputados, la cual tuvo lugar bajo la presión por parte de Televisa y TV Azteca en vísperas de las elecciones generales. Un año después, varios diputados reconocieron que durante aquella reforma estaba “en juego la campaña electoral” y la aprobación de los cambios en las leyes fue obligatoria para todos los que querían “continuar con su futuro político” (Villamil 2009: 108-109). De los 30 senadores panistas que antes habían estado en contra de la *Ley Televisa*, en el día de votación sólo 13 mantuvieron su posición, siendo castigados “al dejarlos fuera de las listas plurinominales a la Cámara de Diputados o al perder el apoyo de la dirigencia nacional como aspirantes a alguna gubernatura” (Villamil 2009: 110). Lo mismo ocurrió dentro del PRI donde la mayoría de los que votaron a favor fueron a la vez candidatos a las diputaciones plurinominales o para legislaturas locales, y los únicos 11 senadores que se opusieron a la ley formaron una “lista negra” del partido (Villamil 2009: 110). Tomando en cuenta el papel clave desempeñado por las televisiones en la campaña electoral del 2000, no es de extrañar que los líderes de los principales partidos políticos no quisieran entrar en conflicto con el duopolio televisivo en el periodo de las nuevas elecciones. Santiago Creel, el secretario de gobernación en el gobierno de Vicente Fox, hasta declaró posteriormente que la reforma fue aprobada bajo presión, puesto que „los partidos estaban involucrados en una intensa campaña que requería los espacios televisivos” (Becerril 2007).

En mayo de 2006, todavía antes de las elecciones, 47 senadores de cuatro partidos, encabezados por Javier Corral Jurado, Dulce María Sauri Riancho, Manuel Bartlett Díaz y Raymundo Cárdenas, denunciaron la inconstitucionalidad de *Ley Televisa* ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN). Por primera vez en la historia jurídica de México, el país experimentó la acción de inconstitucionalidad a nivel federal (Carranza Gallardo 2009: 131). Dicha denuncia constituye un hecho muy curioso, puesto

que fue impulsada ante el poder judicial por una parte del poder legislativo (la Cámara Alta) en contra de otra parte del mismo legislativo (la Cámara Baja) y el poder ejecutivo. De esta manera, el procedimiento involucró a los tres poderes del país poniéndolos en los papeles de actor, de demandado y de árbitro. En contra de *Ley Televisa* se ejerció la acción de inconstitucionalidad, una herramienta jurídica que posibilita invalidar una legislación aprobada por la mayoría parlamentaria en el caso de que su contenido se oponga a la constitución. La denuncia presentaba las 21 violaciones de la constitución, entre las cuales se encontraban: el trato diferenciado y fomento a las prácticas monopólicas, el atentado contra la libertad de expresión, el derecho a la información y la pluralidad democrática y la creación de un órgano regulador inconstitucional (Madrazo Lajous, Zambrano Porras 2007: 84-92).

El artículo 16 de la *Ley Televisa* favorecía claramente a los grandes grupos mediáticos, estableciendo que una concesión “podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros”. Es evidente que los concesionarios como Televisa y TV Azteca no iban a renunciar a sus frecuencias, y estando en la posición privilegiada, frenaban la posibilidad de obtener las concesiones por otros interesados. Aquel favorecimiento de la concentración contradecía al artículo 28 de la Constitución mexicana donde quedan prohibidos los monopolios y las concentraciones “que contraríen el interés público” (Constitución 2010). Además, el artículo 16 de la *Ley Televisa* impidió diversificación de los prestadores del servicio de radiodifusión ya que no establecía requisitos adicionales para evaluar la factibilidad de la prórroga. Bastaba entonces con ser el concesionario original y pedir la prórroga al Estado para poder seguir transmitiendo por otros 20 años o hasta *ad infinitum*, ya que la ley no ponía ningunos límites acerca del número de veces que se podía realizar la prórroga (Ramírez 2009). A la vez, el artículo 17-G establecía que para otorgar la concesión la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) debía valorar “los fines expresados por el interesado para utilizar la frecuencia para prestar el servicio de radiodifusión, así como el resultado de la licitación a través de subasta pública” (*Ley Federal de Radio y Televisión* 2009). Tomando en cuenta la falta de criterios fijos para dicha valoración, el papel clave en el proceso de otorgamiento de las concesiones lo iba a desempeñar la subasta pública, la que siempre favorece a las grandes empresas gracias a su mayor capacidad económica. Introduciendo la subasta como la base del otorgamiento de la concesión la reforma consideró a los medios de comunicación masiva como empresas regidas solo por criterios de lucro, mecanismos autorregulatorios de la “mano invisible del mercado” y la ley de oferta y demanda. Las televisiones fueron entonces convertidas en los productores del contenido audiovisual y la sociedad fue percibida exclusivamente en el contexto de los consumidores, sin tomar en cuenta ninguna responsabilidad social de los medios de comunicación masiva (Esteinou Madrid, Alva de la Selva 2010). Además, el reformado artículo 28 permitía a los concesionarios “prestar servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión a través de las bandas de frecuencias concesionadas”. Las televisoras no necesitaban entonces otras concesiones ni permisos especiales para realizar servicios adicionales, como la telefonía o Internet. Los senadores, cuestionando la constitucionalidad del artículo 28 de la *Ley Federal de Radio y Televisión* pusieron además énfasis en la falta de obligación de pagar al Estado por la prestación de servicios adicionales,

lo cual les daba a los concesionarios de radiodifusión un acceso “más seguro, más fácil y más barato al mercado de telecomunicaciones que cualquier otra persona” (Madrazo Lajous, Zambrano Porras 2007: 86). Inconstitucional resultó ser también la creación de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), un órgano regulador establecido en la *Ley Televisa*, el cual contaba con la “autonomía plena para dictar sus resoluciones” (*Ley Federal de Telecomunicaciones* 2009). Muchos juristas subrayaban que la exclusividad en el ejercicio de sus atribuciones, privaba *de facto* al poder ejecutivo de la capacidad de regular las telecomunicaciones. Además, se denunció también la falta de la terminología coherente en los contenidos. Por ejemplo, mientras que en la *Ley Federal de Radio y Televisión* la participación del capital extranjero en el sector mediático quedaba prohibido, en la *Ley Federal de Telecomunicaciones* se permitía a los extranjeros obtener hasta el 49% de las acciones en las empresas mediáticas.

Finalmente, mediante la sentencia de la Suprema Corte votada el 5 de junio de 2007 varios artículos, incluyendo los más polémicos fueron declarados inconstitucionales (Moral Padilla 2010: 131).

## #YO SOY 132

El año pasado, el tema de la *fórmula mexicana* volvió a la agenda pública a causa de la campaña electoral, en la cual Televisa otra vez prestó su apoyo al candidato del PRI, Enrique Peña Nieto. El 18 de mayo los jóvenes mexicanos, a través de las redes sociales, organizaron una marcha, durante la cual los estudiantes de diferentes universidades públicas y privadas se manifestaron frente a la sede de Televisa, denunciando la cobertura favorable del candidato del PRI y exigiendo la apertura mediática. Con aquel suceso empezó el movimiento #YoSoy132, cuyo nombre proviene del vídeo grabado por los 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana en el cual los jóvenes se oponían a la falta de la democracia entre los medios de comunicación en México. La grabación se publicó en YouTube, convirtiéndose en uno de los temas más comentados en el país. Pronto, al movimiento se juntaron los jóvenes de todo México, los cuales se presentaban como el miembro número 132 (Navarro 2012). Aunque el día 26 de mayo de 2012 cientos de estudiantes se reunieron en la Plaza de las Tres Culturas para elaborar un manifiesto conjunto, hay que recordar que el movimiento surgió como una oposición espontánea a los vínculos entre los políticos y las televisoras, especialmente Televisa. #YoSoy132 no contaba entonces con líderes ni aspiraba a crear un programa político. Por esta razón cuando uno de los estudiantes, Antonio Atolini, apareció en el programa “Sin Filtro”, emitido por Televisa, presentándose como el vocero del movimiento, le cayó encima una lluvia de críticas por parte de otros integrantes del #YoSoy132 (Solís 2012). Lo que es importante es que, aunque el candidato del PRI finalmente ganó las elecciones, el movimiento estudiantil no dejó de operar. Todo lo contrario, en mayo de 2013 los integrantes del #YoSoy132, junto con Anonymous, organizaron otra protesta frente a la sede de Televisa, otra vez movilizándose a través de Facebook y Twitter. Como el motivo de su acción el movimiento presentó el hecho de que “junto a TV Azteca, Milenio, Radio Fórmula, Carso y decenas

de empresas más del sector audiovisual, Televisa ha ejercido una suerte de teledictadura para imponer sus intereses, promoviendo leyes, designando legisladores y gobernantes que solo fungen como cabilderos e intermediarios para alcanzar sus objetivos” (RT 2013).

## CONCLUSIÓN

El modelo de la televisión privada y no pública, adoptado por México, pronto convirtió a los dueños de los canales de televisión en actores muy importantes en la escena nacional. Sobre todo los Azcárraga, familia de pioneros, primero en la radio y luego en la televisión, lograron obtener una posición hegemónica en México gracias a una serie de fusiones beneficiosas, las cuales crearon el *holding* mediático más poderoso de la región. La cadena de los Azcárraga mantuvo durante varias décadas unas muy cordiales relaciones con las autoridades, garantizando su monopolio y el apoyo mediático a los sucesivos gobiernos del PRI. La *fórmula mexicana*, basada en la informal *entente cordiale* entre Televisa y el PRI se rompió a finales del siglo XX con la caída del apoyo del PRI y el surgimiento de la competencia de Televisa, TV Azteca. Sin embargo, mientras que el PRI tuvo que ceder lugar al PAN, Televisa no perdió sus influencias, sino que, al formar una alianza con TV Azteca, sigue siendo la primera fuerza en el país, capaz incluso de dictar las leyes a los diputados como en el caso de la *Ley Televisa*. A pesar de que dicha ley fue finalmente declarada inválida por su inconstitucionalidad, el hecho de aprobar un documento tan parcial en siete minutos por el pleno de la Cámara de Diputados en un país democrático debería llevar a la reflexión sobre el poder de la televisión. Lo que es más, aunque el caso mexicano fue tal vez el más evidente, en realidad no difiere mucho de otros países de la región y del mundo donde las televisiones influyen en las decisiones políticas todos los días. El surgimiento del movimiento #YoSoy132 permite creer que a los jóvenes no se les puede ya controlar tan fácilmente como a las antiguas generaciones, en gran parte gracias a Internet, que permite a la nueva generación diversificar sus fuentes de información. Sin embargo, el movimiento #YoSoy132, aunque sin duda importante, en realidad no tuvo tanto peso ni en los resultados de las elecciones presidenciales ni en la línea editorial de Televisa y el hecho de que su vocero aceptara la invitación para trabajar en Televisa, constituye una paradoja incuestionable. Parece entonces que todavía falta mucho para unos cambios profundos en la escena tanto política como mediática en México. Y, mientras tanto, la *fórmula mexicana* seguirá permaneciendo en vigor.

## BIBLIOGRAFÍA

- BECERRIL, Andrea (2007) “La ley Televisa, una imposición previa a las elecciones de 2006, según Creel”. *La Jornada*. 05.05.2007.
- BETHELL, Leslie, coord. (1994) *The Cambridge History of Latin America*. New York, Cambridge University Press.

- Boletín Informativo de la Dirección General del Archivo Histórico y Memoria Legislativa “La televisión en México”* (2005). V (35), enero-febrero 2005, México D.F.
- CALVOCORESSI, Peter (2000) *Polityka międzynarodowa 1945-2000*. Warszawa, Książka i Wiedza.
- CARRANZA GALLARDO, Emilio V. (2009) “Naturaleza y bases de la acción de inconstitucionalidad”. En: Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coord.) *La “ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. México D.F., Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana: 127-146.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (2010).
- Convencion Americana sobre Derechos Humanos* (1969).
- DOBEK-OSTROWSKA, Bogusława (1999) *Studia z teorii komunikowania masowego*. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- ENRÍQUEZ, Alfredo (1995) “Televisión Azteca: ¿estrategia de un esquema oculto?”. En: Delia Covi Druetta (coord.) *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México D.F., Publicaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México: 105-116.
- ESTEINOU MADRID, Javier y ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa (2010) “La «Ley Televisa» y la lucha por el poder”. *Sala de Prensa*. XI (6).
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Federico (1975) *Información colectiva y poder en México*. México D.F., Universidad Iberoamericana.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel (1976) “La televisión de estado: en busca del tiempo perdido”. *Nueva Política*. 3: 223-236.
- Instituto Federal Electoral (2000) *Monitoreo de Noticiarios de Radio y Televisión. Informe acumulado. Del 19 enero al 29 de junio de 2000, II*, México D.F.
- Ley Federal de Radio y Televisión* (1959).
- Ley Federal de Radio y Televisión* (2009).
- Ley Federal de Comunicaciones* (2009).
- LIEPINS E., Katherine (2008) “El poder de la pantalla chica”. *Sala de Prensa*. X (4).
- MADRAZO LAJOUS, Alejandro y ZAMBRANO PORRAS, José Luis (2007) “La Ley de Televisa ante la Suprema Corte”. *Isonomía*. 26: 71-100.
- MAHAN, Elizabeth (1985) “Mexican Broadcasting: Reassessing the Industry-State Relationship”. *Journal of Communication*. 1: 60-75.
- MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín (2003) “50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en Escala”. *Sala de Prensa*. V (2).
- MORAL PADILLA, Luis (2010) “La Ley Televisa”. En: John Nieto Malpica (coord.) *Sociedad, desarrollo y movilidad en comunicación*. México D.F., Universidad Autónoma de Tamaulipas: 127-134.
- NAVARRO, Melva (2012) “#YoSoy132, lema que une a los estudiantes en defensa de la pluralidad”. *CNN México*. 22.05.2012.
- PÁRAMO, Teresa (2001) “Elecciones mexicanas en el año 2000: el papel estratégico de la televisión”. *Revista Sociológica*. 45-46: 303-326.
- PELLICER DE BRODY, Olga y REYNA, José Luis (1978) *Historia de la Revolución Mexicana, periodo 1952-1960*. México D.F., Colegio de México.

- RAMÍREZ, Agustín (2009) “Aspectos jurídicos relevantes de la «ley Televisa»: las bases de su inconstitucionalidad”. En: Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coord.) *La “ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. México D.F., Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana: 57-74.
- RT (2013) “Anonymous y #YoSoy132 llaman a ocupar Televisa por su ‘teledictadura’”. RT. 01.05.2013.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (1991) “Historia mínima de la televisión mexicana”. *Revista Mexicana de Comunicación*. 18: 29-36.
- SINCLAIR, John (1999) *Latin American Television. A Global View*. New York, Oxford University Press.
- SOLÍS, Víctor (2012) “Ex vocero de #YoSoy132, ahora en Televisa, desata ira en las redes”. *El universal*. 24.09.2012.
- SOSA, Gabriel y RODRIGUEZ, Perla Olivia (2007) “La radio en México”. En: Arturo Merayo Pérez (coord.) *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones: 245-287.
- TOUSSANT, Florence (2000) *Televisión y elecciones presidenciales 2000 en México. Un Informe*. México D.F., Centro de Investigaciones sobre América del Norte.
- VILLAMIL, Jenaro (2009) “La «ley Televisa», crónica de una imposición”. En: Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coord.) *La “ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. México D.F., Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana: 103-123.



# RESEÑAS

