Extrait du El Correo

http://elcorreo.eu.org/Chantaje-mediatico-a-Mexico

# Chantaje mediático a México

- Les Cousins - Mexique -

Date de mise en ligne : lundi 23 janvier 2012

**Copyright © El Correo - Tous droits réservés**

Cada seis años, Televisa aprovecha la coyuntura electoral para chantajear a las autoridades y expandir su poder sobre las conciencias y la economía mexicanas. En 2006, este gigante mediático logró la aprobación de la famosa ley Televisa, que fue redactada por sus propios ejecutivos para facilitar su dominación sobre la televisión comercial. Hoy, la televisora de Chapultepec busca comprar la mitad de las acciones de la telefónica Iusacell con el fin de saldar una alianza monopólica con su principal competidor en la televisión, Tv Azteca, y así luchar juntos en contra de las empresas de Carlos Slim en el mercado de la comunicación móvil.

Pero la verdadera competencia económica no se logra con dotar a los mismos monstruos de siempre con nuevas armas de alto poder para que entre ellos se destruyan "en igualdad de condiciones". Al contrario, las autoridades tendrían que tomar medidas definitorias para desmontar estos poderes oligopólicos que tienen postrada a la economía nacional, así como fomentar una verdadera democratización del acceso a la información.

Nuestra supuesta « transición democrática » ha dado el poder a los dos grandes consorcios mediáticos. En los últimos 11 años de gobiernos de la alternancia, las ganancias de Televisa y Tv Azteca se han multiplicado. La Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) (www.amedi.org.mx) ha informado que las ganancias de Televisa solamente en el mercado de televisión abierta se han duplicado de 11 mil 555 millones de pesos en 1999 a 22 mil 750 en 2010. Para Tv Azteca, el aumento fue de 6 mil 916 a 11 mil 554 en el mismo periodo.

La reforma electoral de 2007, que prohíbe la compra o « adquisición » de espacios televisivos por los partidos políticos o para hacer propaganda comicial, buscó limitar el poder omnímodo de estas dos empresas. Sin embargo, la desidia, la timidez y la complicidad de las autoridades responsables de asegurar el cumplimiento de la reforma han generado una situación en que las televisoras ahora son más poderosas que nunca.

Asimismo, la pérdida de ingresos que implicó la reforma electoral ha sido más que compensada por el estratosférico aumento en el gasto de publicidad de los gobiernos federal y estatales, así como por la generación de un lucrativo mercado negro en materia de entrevistas y coberturas especiales para políticos y candidatos.

La compra por Televisa de Iusacell, propiedad del Grupo Salinas, controladora de Tv Azteca, implicaría la conversión del actual duopolio televisivo en un sólido monopolio que llevaría a una degradación aún mayor de la calidad tanto de los contenidos audiovisuales como del servicio de telecomunicaciones. Como bien señaló Joe Philips, director de la división de Competencia Económica de la OCDE por casi tres décadas, en su última visita a nuestro país : « *Cuando las empresas tienen una vida tranquila, cuando no existe una competencia vigorosa, invierten menos, innovan menos y ven reducida de manera significativa su productividad. Ése es el problema principal con la economía mexicana hoy* ».

Televisa, Tv Azteca, y desde luego también Telcel y Telmex, viven demasiado « tranquilos » como resultado de su control absoluto sobre sus mercados correspondientes. Juntas Televisa y Tv Azteca controlan 95 por ciento de la audiencia televisiva. Si la Comisión Federal de Competencia (CFC) autoriza la compra de Iusacell pondría uno de los últimos clavos al ataúd del artículo 28 constitucional, que prohíbe tajantemente tanto los monopolios como las "prácticas monopólicas" en el país.

Las implicaciones políticas de una decisión en este sentido también podrían ser mayúsculas. Por presiones de Felipe Calderón y el PAN, las recientes reformas a la Ley Federal de Competencia Económica no incluyeron modificación alguna en el estatus jurídico de la CFC. Hoy este órgano regulador del Estado mexicano sigue siendo un « órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía ». Es decir, se encuentra totalmente subordinado al titular del Poder Ejecutivo federal por medio del secretario Bruno Ferrari. La CFC ni siquiera es un « organismo descentralizado », con un nivel de autonomía media, como el Conacyt, y mucho menos un organismo

Copyright © El Correo

autónomo en forma, como el IFE o la CNDH.

Si bien la ley señala que la CFC cuenta con « autonomía técnica y operativa » y « autonomía para dictar sus resoluciones », no queda duda de que las políticas y alianzas del Poder Ejecutivo tienen una influencia contundente en sus decisiones. De allí podemos entender la visita de Calderón a los directivos de Televisa la semana pasada en el contexto de las fuertes presiones contra Eduardo Pérez Motta, presidente de la CFC. Todo parece indicar que se prepara una salida salomónica en que la CFC podría autorizar la compra de Iusacell a cambio de que las televisoras acepten algunos controles mínimos a sus prácticas abusivas en el mercado de televisión de paga, tal como han sugerido los directores de Dish y MVS.

Una decisión en ese sentido podría evitar represalias de Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego en contra de Calderón y el PAN de cara a las elecciones presidenciales de 2012. Pero sería una derrota contundente para la sociedad, al postergar las decisiones firmes que se requieren en la materia. Así, una vez más se hipotecaría nuestro derecho a ser informados de manera plural y responsable en un momento histórico tan importante para el país.

**John M. Ackerman**

www.johnackerman.blogspot.com,

**Twitter** : @JohnMAckerman

**La Jornada**, 23 de enero de 2012

*Copyright © El Correo*