

Los grupos de poder mediático ante el cambio institucional: la reforma en telecomunicaciones (2013-2015)

Guadalupe Georgina Sosa Hernández*

Resumen

El presente artículo analiza la postura de los empresarios de los medios en México y su comportamiento frente a la reforma constitucional en telecomunicaciones (2013). El análisis se centra en explicar la postura de dichos empresarios, llamados Grupos de Poder Mediático, frente a esta reforma a través de sus mecanismos de influencia. El argumento es el siguiente: la estrategia del gobierno de Enrique Peña Nieto, de alianza con la oposición mediante el *Pacto por México*, impidió que dichos grupos rechazaran la reforma. La falta de aliados en los partidos y el gobierno son parte fundamental de esta explicación.

Palabras clave: grupos de poder mediático, democracia, reformas, cambio institucional, México.

Abstract

This article analyzes the position of media entrepreneurs in Mexico and their behavior in relation to constitutional reform in telecommunications (2013). The analysis focuses on explaining the position of these entrepreneurs, the Groups of Media Power, against this reform through its mechanisms of influence. The argument is this: the government's strategy of Enrique Peña Nieto, the alliance with the opposition by the "Pact for Mexico", prevented these groups reject the reform. The lack of allies in the parties and the government is an essential part of this explanation.

Key words: groups of media power, democracy, reforms, institutional change, Mexico.

En los últimos lustros, el tema de los medios de comunicación ha adquirido una importancia indiscutible, gracias en buena medida a las posibilidades ampliadas por el arribo de las nuevas tecnologías y las necesidades regulatorias que requieren. El impulso a este sector se ha acompañado del papel relevante que han adquirido sus dueños y/o concesionarios, los empresarios de los medios, quienes han venido adoptando posiciones políticas y actuando decididamente en defensa de sus intereses. Este cambio de

Recibido: 11 de mayo, 2016 *Aceptado:* 13 de junio, 2016.

* Doctora en Ciencias Políticas y Sociales con especialización en Sociología por la UNAM. Profesora de Tiempo Completo adscrita al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. Línea(s) de investigación: empresarios de los medios de comunicación y democracia. Correo electrónico: georginasosa@politicas.unam.mx

estrategia para exponer sus ideas y defender sus espacios de poder es una consecuencia del cambio en el contexto político, a partir de la alternancia en el poder presidencial en 2000, en el que la democracia establece el terreno para la pluralidad y la participación equilibrada de todos los actores (*vid.* Alba Vega, 2006 y Flores Andrade, 2003).

El presente artículo se inscribe justamente en esa discusión sobre el vínculo de los empresarios de los medios y la democracia, con especial énfasis en cómo estos grupos han (re)configurado su acción frente a la toma de decisiones, que ya no depende en sentido estricto de un solo actor relevante, el Presidente de la República, sino de un conjunto de actores –los partidos políticos– y de poderes –Legislativo y Judicial– para defender y hacer avanzar sus intereses. En esa línea de investigación, el objetivo de este trabajo es, en primera instancia, de carácter descriptivo; es decir, mostrar cuál fue la acción y postura de dichos empresarios ante una de las reformas más relevantes del periodo del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018); y en segunda instancia, ofrecer una explicación de por qué se comportaron de tal modo, habida cuenta la trascendencia del sector de las telecomunicaciones para estos grupos.¹ Esta explicación se sujetará a uno de los enfoques teóricos más influyentes de los últimos tiempos, el neoinstitucionalismo, como se podrá apreciar en lo que sigue.

La búsqueda de una explicación a la actuación empresarial tiene una línea de continuidad con un texto previo de mi autoría (Sosa Hernández, 2016), en el que planteé como objeto de estudio a esos empresarios en el periodo de los gobiernos emanados del Partido Acción Nacional (PAN), Vicente Fox y Felipe Calderón (2000-2012). La idea era explicar, a partir del neoinstitucionalismo, el cambio de estrategias del autoritarismo a la democracia desde la primera alternancia. Para tal efecto, me concentré en dos casos de estudio: la “Ley Televisa” (2005-2007) y la reforma electoral (2006-2008). Ambos casos se justificaban porque, a pesar de la abundante literatura que los habían estudiado,² no había una explicación de su comportamiento desafiante para tratar de revertir los cambios que les afectaban.

En ese sentido, me interesé en mostrar la existencia de un desfase entre la acción de ese actor y el entorno inmediato en el que se desenvolvían, considerando a la democracia como marco institucional de restricciones

¹ Es claro que una aproximación plausible pero diferente a lo que aquí se propone es mediante el cabildeo y la negociación política. No obstante, éste no es el foco de interés del artículo, sino dar cuenta del proceso político de la reforma para caracterizar a los empresarios de los medios según su comportamiento ante ella.

² Sólo como referencias: para el primer caso, véanse Esteinou (2008), Fernández Christlieb (2010), Trejo (2009) y Valdés Vega (2012); para el segundo, Baltazar Pérez (2011), Buendía Hegewisch y Azpiroz Braco (2011), Del Tronco (2009) y Langston (2009).

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/7537591>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/7537591>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)