



Medios

Propaganda electoral

FLORENCE TOUSSAINT

La reforma de telecomunicaciones que pretende abrir las firmas televisivas a la competencia, prometió licitar dos cadenas comerciales y abrir una pública en el nuevo espectro digital.

Ya comienzan a revolverse los hilos para obtener las mercantiles. Algunos de los nombres barajados en la prensa mueven a indignación, entre ellos el de Germán Larrea, dueño de salas de cine de Cinemex y Cinemark, presidente del Grupo México, controlador del 51% de las acciones, impune en la tragedia de Pasta de Conchos, contaminador del río Sonora y de las tierras aledañas.

Otros nombres de empresas y empresarios indican que la política pública sigue la tendencia iniciada en los años 80: concentrar el capital en grandes compañías con

vínculos internacionales, por ejemplo Carlos Slim, a través de su hijo; Olegario Vázquez, también a través de su hijo.

Un personaje más que se perfila como postulante es Francisco Aguirre, poseedor de catorce radiodifusoras en todo el país agrupadas en Radio Centro y 130 afiliadas a la cadena OIR distribuidas en 70 ciudades. Su familia posee también un 49% de una radio en Los Ángeles y es dueña mayorita de **MAXCOM**, sociedad que comenzó explotando **telefonía local** en 1996 en que se llamaba Amaritel y que hoy puede considerarse ya como utilizando el juego cuádruple.

En el caso de Slim veremos si el ofrecimiento de permitir al grupo Carso obtener frecuencias para transmitir contenidos televisivos se hace realidad, ahora que Televisa ya opera en el campo de las telecomunicaciones, hasta hace poco dominio exclusivo de **Telmex**.

Por el lado de Olegario Vázquez, quizá podría volverse un hecho su proyecto; al obtener la concesión del Canal 28 lo bautizó como Cadena Tres, que no lo era porque la emisora tiene cobertura aérea sólo en la Ciudad

de México y zona metropolitana. Además del nombre, se preparó para agigantarse en el terreno de la comunicación. Adquirió el periódico *Excélsior* en el sexenio de Fox, hace un año abrió en cable una señal informativa llamada Excélsior. Posee el grupo radiofónico Imagen. Tiene Canal 28. Y aunque el periódico carece de suficientes lectores al grado de que se vende a mitad de precio en los vagones del Metro capitalino, la información que recaban sus reporteros sirve de base para todos los noticieros de radio y de televisión. De obtener las nuevas concesiones tanto el 28 como el de Cable podrían servir de cabeza de una cadena que no sería nueva sino repetidora de lo que el grupo ha venido haciendo desde hace diez años.

En este terreno no se vislumbran novedades de contenido, que es lo que hace falta de manera urgente. Pero tampoco de compañías con propuestas diferentes. Todo quedará en un reacomodo empresarial obvio desde la lógica de la concentración que impone altas barreras económicas y políticas a la entrada de nuevos jugadores. ●

