

TELEVISA, EL PRÓXIMO GIGANTE DE LAS TELECOMUNICACIONES

Lic. Jesús Gustavo Ríos Alcazar
Maestrante en comunicación
por la Facultad de Ciencias Políticas
y Sociales de la UNAM.
gusmastercc@gmail.com

Resumen

Televisa ha dejado ser una simple cadena televisión y hoy se está convirtiendo en una red de telecomunicaciones, y con ello está dando continuidad al proyecto económico que le dio origen y que le ha precedido en el desarrollo histórico de la televisión mexicana, modelo que incorpora a nuevas plataformas por las potencialidades que tiene y los beneficios económicos que le representa.

Este trabajo pretende señalar cuál es la lógica en la que opera Televisa, qué beneficios económicos y de negocio se pueden dar a partir de la convergencia tecnológica, las acciones que ha venido realizando para conseguir tales, así como el respaldo o vacío jurídico que lo legitima.

Abstract

Televisa has ceased to be a simple string and now television is becoming a telecommunications network, and thus is giving continuity to the economic project that originated and which preceded it in the historical development of Mexican television, a model that incorporates new platforms for the potential it has and the economic benefits it represents.

This paper aims to identify what is the logic in which Televisa operates, what economic and business benefits can be given from the technological

convergence, the actions he has been doing to get such, as well as backup or as legitimate legal vacuum .

Palabras clave

Convergencia tecnológica, digitalización, Red de Telecomunicaciones, Redes de Siguierte Generación, Interactividad, Accesos.

La importancia de los cambios

Los media no son sólo productores y difusores de entretenimiento, sino también fuentes de información, por lo que sus transformaciones tienen repercusiones en la vida política de un país (Tremblay, 2006).

La convergencia de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual cobra cada vez más importancia en el estudio de lo social y de manera particular, en el campo de la comunicación, pues tales cambios tecnológicos transforman esquemas sociales, políticos y económicos.

Sobre este último, en nuestro contexto, es notorio que, en los últimos años, Televisa ha dejado de ser una simple cadena de televisión y hoy busca convertirse en una red de telecomunicaciones¹.

Teniendo como materia prima sus contenidos la empresa televisiva intenta obtener las infraestructuras necesarias para ofrecer los mayores servicios posibles o bien transformar éstas a través de aplicaciones distintas a la originaria, todo ello con la finalidad de comercializar un mismo producto en varios mercados.

De esta manera, a través de alianzas e inversiones, Televisa hoy prepara el terreno para implantar su modelo y dar continuidad al proyecto económico que le dio origen y que incorpora a nuevas plataformas por las potencialidades que tiene, además de los beneficios monetarios que le representa.

Dicha configuración, respaldada por vacíos, descuidos o deficiencias contenidas en la estructura legal actual, la cual no sólo no contempla estos nuevos territorios, sino además en algunos casos, promueve sólo el beneficio de los actores actuales.

Por tanto, este trabajo pretende señalar cuál es la lógica en la que opera Televisa, qué beneficios económicos y de negocio se pueden dar a partir de la convergencia tecnológica, las acciones que ha venido realizando para conseguir tales, así como el respaldo o vacío jurídico que lo legitima.

La lógica

Como señala Nicholas Garnham (1998) uno de los fines de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura es observar cómo los sistemas comunicativos son conformados en la lógica del sistema capitalista, por tanto, es necesario partir de cuál es esta lógica.

La lógica del sistema de reproducción actual se encuentra basada ya no en la fuerza bruta o la energía, sino en la información, la cual sigue una lógica de valor fundamentada en la difusión del saber y la producción del conocimiento, su gestión, la participación creativa del trabajador y la extensión de los afectos, son identificados como factores fundamentales en la productividad del capitalismo (Sierra, 2006).

En la nueva economía, el valor de una empresa proviene sobre todo de su capital intangible, el cual renueva los sistemas de producción a través de las innovaciones tecnológicas.

El modo de producción dominante se caracteriza por generar bienes inmateriales capaces de incorporarse a la información, el conocimiento y a las cualidades humanas como elementos fundamentales, de ahí la búsqueda en el desarrollo de las infraestructuras de producción y de consumo que permitan su concreción rentable (Quibrera, 2009, p.50)

De tal manera, que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) constituyen una de esas olas tecnológicas, que intentan conseguir tal objetivo, por lo que su aparición es incluso calificada como la última revolución industrial (Plihon, 2003).

Las posibilidades

Dominique Plihon (2003) señala que a las TIC les concierne tres dominios: la telefonía, lo audiovisual y la informática, por lo cual uno de los descubrimientos fundamentales de los últimos tiempos ha sido la microelectrónica, la cual ha hecho más barato y rápido el procesamiento de información, “originando más tarde la comunicación en red que elimina las viejas divisiones entre radiodifusión, informática y telecomunicaciones”(Crovi,2001,p.20), concurrencia de factores concebida hoy como “convergencia tecnológica”, que no es más que la materialización de un lenguaje universal, basado en la lógica binaria simbólica de ceros y unos, capaz de trasladarse por distintas plataformas y posible de ser cifrado hasta por un mismo decodificador.

A tal posibilidad de desagregar, de fragmentar un discurso y hacerlo asequible por partes, o ser intercambiada cada una de éstas o en su conjunto (Igarza, 2008) se le conoce como digitalización, proceso en el que la voz, las imágenes, y los datos se convierten en *bits*, capaces de ser soportados por una sola tecnología y transportado por una misma red.

Ahora bien, la red por la que generalmente circulan los contenidos convertidos en *bits* es el Internet, por lo que codifica a tales, se le conoce como Protocolo de Internet (IP), éste es el código más generalizado por el que se transmiten los datos, y gracias a éste es posible encaminar distinta información (voz, datos y video) en paquetes, éstos enviados en fracciones pequeñas a través de diferentes rutas, pero integrados al momento de llegar al usuario final, permite configurar servicios multimedia integrados. Tal conmutación de información por

paquetes ha dado origen a lo que hoy se conoce como Redes de Siguierte Generación (RSG).

Una RSG, es² la integración de aplicaciones y servicios múltiples organizada en paquetes y direccionada por el IP, a través de distintas o una misma ruta, con miras a convertirse en una red global multiservicios.

La RSG posibilita que un usuario sea capaz de acceder a una red de telecomunicaciones por cualquier medio, para hacer uso de cualquier tipo de servicio y/o aplicación en cualquier momento y en cualquier lugar.

Por tano, la convergencia tecnológica le permite a Televisa transformarse no sólo en un red de telecomunicaciones, es decir, no sólo ofrecer servicios de audio, voz y video de manera independiente, sino en una red de siguierte generación, capaz de transportar múltiples contenidos, servicios y aplicaciones a un mismo dispositivo.

Siguiendo la lógica antes expuesta, el objetivo de Televisa, como puede vislumbrarse, no es otro que la capitalización de su industria con mayores servicios y aplicaciones distintas a la originaria. Ofrecer distintos servicios de datos, voz y video, pero sobre todo, transformar sus productos en servicios de información, entretenimiento o incluso de gestión, para con ellos crear accesos, el mayor número de accesos posibles, a través de distintas infraestructuras, respaldados por su principal fuerza, los contenidos. Integrar a sus productos servicios de valor agregado capaces de acoplarse a las redes existentes para ejecutarse.

Los beneficios

Como apunta David Morley (2008) una de los factores del fenómeno de la convergencia es el deseo de maximización de ganancias potenciales de los

desarrollos técnicos de la industria, pues su pretensión es la renovación y ampliación de las áreas de mercado capaces de generar altas ganancias.

De esta manera, sin duda, tal desarrollo tecnológico ha motivado a los sectores clásicos del audiovisual a dejar de ser departamentos estancos, creativa y económicamente, e incrementar las interrelaciones entre sí a través de nuevos soportes y mercados, comenzando así un proceso de transformación “de la pura estrategia corporativa, promocional y complementaria de su oferta clásica, a la experimentación de nuevos formatos y finalmente, a una más profunda comprensión del modelo económico” (Bustamante, 2003).

Por ello, puede señalarse que entre los beneficios que acarrea la mencionada convergencia tecnológica, para las empresas de radiodifusión, como Televisa, se encuentra: la digitalización de sus contenidos, la transformación del consumidor en usuario, así como la mutación de sus productos en distintos servicios y éstos en accesos, además de su obvia incorporación a otros mercados.

Ahora bien, tal transformación se basa en una dinámica interactiva entre Televisa y sus usuarios. La interactividad, de acuerdo a Jaime Alonso (2003) es la facultad que otorga la tecnología digital al usuario de preguntar al sistema o entorno mediático “que tiene frente a él, y que éste le responda” (p. 281).

Este proceso interactivo hará que el receptor no sólo consuma, sino que utilice el medio, permitiéndole a éste transformar al mismo, además de conceder la posibilidad de cambiar las funciones u objetivos de éste.

De esta forma, el producto se transforma en servicio, pues el consumidor transformado ahora en usuario, recurre a éste para satisfacer distintas necesidades, de información, entretenimiento, comunicación, gestión o de intercambio comercial³, a través de distintas aplicaciones.

A su vez, tal transformación del consumo modifica a la par el ciclo de distribución, pues es el propio usuario quien va hacia el producto y no al revés, por lo que hay en sí mismo un ahorro para el productor de los mismos, por ello, este proceso interactivo implica también una ganancia adicional para Televisa, pues, de alguna forma, provoca que se uniformen la producción y el consumo.

Los contenidos a su vez, al ser convertidos en *bits*, posibilitan su traslado a través de las múltiples soportes que permite su distribución (satélite, cable de fibra óptica, cable telefónico, banda ancha), con lo cual además de obtener tales contenidos una mayor visibilidad, más allá de las fronteras locales, se abaratan los etapas de procesamiento, almacenamiento, difusión y recepción.

Con la digitalización, todos los contenidos “pueden replicarse sin mayores costos, tienen la capacidad de integrarse con cierta facilidad en más de un contenedor y pueden expandirse con mucha flexibilidad” (Igarza, 2008, p. 40), lo que su vez genera una economía de la reusabilidad, la primera unidad producida es la que mayor costo tiene, pero sus costos por unidad se abaten e incrementan las ganancias en la medida en que es capaz de aumentar la producción.

Así, la industria explotará al máximo posible la reusabilidad de un producto, pues no sólo puede ya almacenar sus distintos productos fabricados y reproducirlos de manera constante, sino también generar múltiples y diferentes productos con este mismo, lo cual permite “ofrecer a una clientela multisoporte los mismos contenidos” (Igarza, 2008, p.43) adaptados a cada dispositivo receptor, ya sea una computadora, televisión o teléfono celular y a través de éstos construir múltiples accesos.

Asimismo, con un costo muy limitado, por medio de “biografías, subtramas no visibles, escenas descartadas y juegos” (Igarza, 2008, p. 41) enriquecerán a sus productos culturales, y con ello, aumentar también su oferta, transformando

la concepción de los mismos como objetos dotados de características inmutables y con un valor definitivo, a productos evolutivos, capaces de presentar mejoras potenciales y aportar servicios con valor agregado, con el único objetivo de incrementar hasta donde sea posible el valor de cambio del producto.

Como afirma Miguel de Bustos (2005), “los contenidos no se destruyen con el uso” (p. 98), la producción audiovisual, o los derechos de un catálogo de filmes y programas tiene varios mercados, de manera que la valorización de la producción se puede establecer, no sólo mediante la política de catálogo, sino también prolongándola a través de los diferentes mercados, un contenido se puede transmitir en distintos momentos y con diferentes modos de financiación, pues éste no tiene fecha de caducidad.

En suma, en materia de contenidos, la convergencia tecnológica flexibiliza la producción de tales bienes simbólicos, pues como apunta Benjamín Coriat (1996) a partir de una misma organización básica de los equipos y con una reducida demora de ajuste se elaboran “sin una mayor organización productos diferentes” (p.26), a una demanda inestable, volátil y diferenciada.

Asimismo, el producto cultural al enriquecerse con la experiencia interactiva, caracterizada por una “arquitectura poliédrica, permeable y participativa” (Igarza, 2008, p.24) donde coexisten contenidos de naturaleza heterogénea, en su mayoría basada en aplicaciones, permitirá ofrecer diferentes servicios y en la búsqueda de estos, consolidar múltiples accesos, los cuales generan una renta periódica para disfrutarlos, por lo que al incrementarse, las ganancias también aumentan.

De tal forma que la lógica del trabajo inmaterial se materializa en servicios de valor agregado como los descritos, configurando aplicaciones cada vez más variadas y encaminadas de manera exclusiva a servicios de mero

entretenimiento que sólo impulsaran aún más el crecimiento de Televisa en estos nuevos mercados.

Por tanto, Televisa con el respaldo de su marca, digitalizando sus contenidos, pretende transportarlos por distintas infraestructuras, tener el control de las mismas, para prestar los servicios “básicos” de las mismas, pero además, ofrecer distintos servicios de valor agregado basados en su contenido, para obtener con todo ello, múltiples accesos, para así poder obtener la mayor ganancia posible.

Los cimientos

Como ya se ha descrito, la convergencia tecnológica le puede permitir a Televisa generar altos ingresos, y en la búsqueda de los mismos, la “fábrica de sueños” ha venido cimentando el terreno para conseguir el propio.

Uno de los primeros pasos fue convertir a la radio y televisión en un servicio de telecomunicaciones con la “Ley Televisa”, la cual además pretendió convertir a la empresa en una red de estos servicios, con un mero trámite, sin contraprestación al Estado, sin competencia y prácticamente a perpetuidad, intentos en su mayoría fallidos luego de la declaratoria de inconstitucionalidad por parte de la Suprema Corte de Justicia, pero aún no resueltos por el Poder Legislativo.

Uno más, quizá como parte de un “plan B”, Cablevisión, filial de la empresa, antes de la mencionada declaratoria, se alió con Cablemás, que cubre las zonas turísticas, y Cablevisión Monterrey, que reina en el norte del país, empresas que lo han colocado como el segundo mayor operador de Internet en el país, pues tanto Cablemás y Cablevisión, cuentan actualmente con 289 mil y 251 mil suscriptores de Internet, respectivamente⁴.

Por otro lado, Televisa a través de su filial Bestel, en marzo pasado ganó la licitación para instalar una red privada de telecomunicaciones en el ISSSTE, cuyas bases incluía requisitos de equipo y tecnología que sólo tiene tal empresa, lograda además a pesar de presentar una propuesta económica más cara en un 25.19% que el otro competidor⁵.

Asimismo, participa en la licitación del espectro radioeléctrico de las frecuencias 1.7 y 1.9 Ghz, para brindar servicios de nueva generación. Para “competir” en dicha licitación conformó una alianza con Nextel, y de ganar la misma, Televisa compraría el 30% de las acciones de la telefónica, para con ello poder ofrecer telefonía móvil, Internet, televisión y telefonía fija, y ofrecer así servicios de siguiente generación a nivel nacional, los cuáles le permitirán, por ejemplo, ofrecer múltiples servicios de audio, voz y datos, a través del celular.

Asimismo el objetivo de tal alianza no es otro que conseguir economías de escala y explotar las ventanas de oportunidad, las primeras para reducir los costos de operación de los servicios y reducir los gastos de la inversión, mientras que las segundas, para satisfacer las necesidades de comunicación a quienes aún no se les hayan solventado.

Cabe también decir, que en dicha competencia, desde el inicio ha resultado favorecido, pues no tiene restricción alguna sobre su porcentaje de participación en la licitación señalada, a pesar de su visible concentración en el sector, además, de resultar Televisa ganador en dicho proceso, se le condonarían cerca de 6 mil millones de pesos por el pago de derechos de tales servicios durante los dos primeros años, es decir, explotaría comercialmente el espectro radioeléctrico durante dos años y en tal tiempo, el Estado, dueño del mismo, sólo contemplaría su bonanza.

Por último, junto con Telefónica Móviles de México, y Megacable, Televisa conformó Editora Factum, empresa con la que participa en la licitación de 19

mil 469 kilómetros de fibra oscura a nivel nacional de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), con lo que también podría prestar servicios de telefonía fija y móvil, Internet de banda ancha y señales de televisión, y con la cual, poder constituir una red alterna a Telmex.

Pero, como en los casos anteriores, Televisa ha resultado una vez más favorecida, pues la Secretaría de Comunicaciones y Transportes negó la posibilidad de participación al consorcio lusatel, filial de lusacell y Grupo Salinas, por manifestar que ésta “no aceptaba, ni consentía las bases de licitación, las reglas establecidas para el proceso, la competencia de la autoridad, los actos administrativos y las consecuencias de su participación en el procedimiento”⁶. Acto con el cual, Televisa se convirtió en el único competidor de mencionada licitación.

Con todo esto, Televisa con la fortaleza de sus contenidos, la experiencia en su fabricación por casi sesenta años, y ante el cobijo o descuido de la estructura legal vigente, hoy cimienta el terreno para construirse en un gigante de las telecomunicaciones en México.

La estructura legal

Como señala Enrique Quibrera (2009), el Estado hoy se desempeña como “el custodio del interés empresarial” (p. 83) y la instancia de legitimación de su accionar económico y político” en materia de telecomunicaciones.

Las leyes vigentes que rigen la materia son la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) y la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT), la primera data de 1960, por lo que su contenido se basa en la realidad de hace cincuenta años, pero, además, esta ley, de acuerdo a su artículo tercero, de principio reglamenta a una industria, por lo mismo, una de las funciones que el Estado ha hecho ha sido otorgar las facilidades para la expresión de la misma, pues, como apunta el séptimo artículo de la referida ley, el Estado dará todas las

facilidades para el desarrollo de las difusoras susceptibles de ser captadas por el extranjero, por tanto, las más grandes, lo cual ha permitido, sin duda, que empresas como Televisa, hayan tenido y continúen la mayor expansión posible de su negocio, e impulsado con el cobijo estatal fundado en la ley.

Esta ley, aunque ha reformado algunos artículos, no fue sino hasta en 2006, cuando basada en un plan de negocios, se le modificaron trece artículos y adicionaron seis, favoreciendo cada cambio de manera exclusiva al sector privado, por lo que, a dichas reformas se les reconoció como la “Ley Televisa”.

Si bien, luego de una acción de inconstitucionalidad⁷, varios artículos quedaron sin vigencia, ante, la falta de una reformulación que ordene al sector bajo los principios establecidos por la Suprema Corte de Justicia, el principal beneficiado ha sido Televisa, quien consolidó y con un objetivo claro en mente, no requiere, por ahora, cambio alguno en el sistema legal actual.

Ahora bien, respecto a la LFT, ésta fue promulgada hace quince años, aunque más reciente, también hoy no contempla las transformaciones que ha tenido la industria, además que desde su aparición, su estructura privilegia más al ámbito privado, relegando las funciones del Estado a meras cuestiones administrativas, y no de vigilancia, control o promoción del sector.

Esta ley, al igual que la LFRT fue modificada en 2006, sólo que a ésta se le modificaron tres artículos y se le adicionaron otros dos, aunque también con la Sentencia de la Corte se mejoró la interpretación de ciertos artículos o se desecharon partes de otros, uno de los rezagos vigentes y que limitan sin duda, el mejor desarrollo del sector, es la manera de operar del órgano regulador.

La Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), como bien señala Alma Rosa Alva de la Selva (2009) no sólo surgió cooptada por los intereses de los regulados, quienes impusieron a buena parte de sus integrantes, sino adicional a que su probidad de conocimiento no es requisito, el organismo no

cuenta con facultades para imponer sanciones a los sectores oligopólicos del sector, pero todavía más importante, no tiene en su mandato “un obligado apego a finalidades de interés público” (p. 441).

Y ante leyes arcaicas, reformas tendenciosas, e instituciones a modo, los únicos favorecidos han sido los actores del mercado, sin obligación alguna sólo operan en busca de su mayor beneficio económico, con el cual no sólo consolidan su poderío financiero, sino cada vez más el político.

La estructura legal que hoy opera en el país en este sector sólo se basa en acciones administrativas de la autoridad, Acuerdos, Reglamentos, Decretos, que sólo rellenan vacíos jurídicos y legitiman el modelo de negocio impuesto por los actores involucrados.

Entre los actos administrativos, que hoy sustentan el desarrollo de la industria se encuentra el Acuerdo de Convergencia⁸, el cual le está permitiendo ensamblar por completo a los radiodifusores y a las empresas de telecomunicaciones “las bases tecnológicas de los escenarios digitales del país en los próximos años” (Alva, 2009, p. 443), y con el cual, a pesar de que para muchos Telmex sería el mayor favorecido, con éste, ante la negativa de permitirle ofrecer a la telefónica, televisión restringida, el mayor favorecido ha sido Televisa.

En suma, en México, el descuido de los actores políticos, fundado en las leyes, legitima e impulsa el crecimiento de Televisa en la búsqueda de la ampliación de su mercado, que sumado a la falta de una política de Estado en la materia, hoy también abona al fin buscado por tal empresa.

Reflexiones finales

La consecuencia inmediata de una diversificación de servicios de un determinado grupo, además del aumento de tamaño, también lo es de poder,

“el poder económico puede transformarse en poder político e igualmente en poder de opinión, amenazando así el funcionamiento de la democracia” (Miége, 2006).

Por tal razón se advierte que la convergencia de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual constituyen problemas prioritarios para la agenda pública al jugar un rol importante en las tendencias de integración y globalización económica, para que estos cambios sean un motor de desarrollo y no un mero negocio, ni una mera ampliación de su mercado (Sierra, 2006).

Como apunta Enrique Quibrera (2009) es necesaria la acción pública para generar las condiciones para hacer emerger las necesidades de lógica actual del sistema económico, no sólo para impulsar a los grandes consorcios, sino para “reestructurar la economía y sustentar y consolidar su ingreso en los mercados asociados” (p. 66) a partir de una propuesta propia.

No como lo que hoy ocurre, donde Televisa, con el apoyo y respaldo de su materia prima, los contenidos audiovisuales, la reserva de los mismos, las innovaciones tecnológicas, el aval gubernamental, la ignorancia o dejadez de los servidores públicos, el desinterés social, la falta de cohesión entre la sociedad civil organizada, empieza a configurarse como el próximo gigante de las telecomunicaciones en el país.

Y tal desarrollo empresarial, no contribuye a definir un foro de expresión, capaz de permitir la reinterpretación y refutación de las formas de significación social, tales proyectos reproducen las desigualdades existentes y cercenan el potencial liberador de estas herramientas, y de igual forma sepultan de facto la utopía del espíritu MacBride: Un solo mundo, voces múltiples (Sierra, 2006)

Es momento de reflexionar, si una “simple empresa de televisión” logró doblegar a una Cámara de Diputados, a una Cámara de Senadores, a los principales candidatos presidenciales, a todos los presidentes de los partidos, y al mismo

Presidente de la República ¿Quién será capaz de ponerle un freno si como se pronostica se convierte en la principal red de telecomunicaciones del país? ¿Quién le exigirá a Televisa cumplir la función social por la que se le otorgó una concesión? ¿Quién le hará frente a la ley del más fuerte? ¿Quién podrá con la imparable Televisa?

Porque en ninguna democracia debe existir un poder no controlado, desde aquí el reto a cada uno de nosotros, para que esta historia de intereses privados y exclusivos no se consolide sin ningún contrapeso.

Fuentes de Información

- Alonso, J. y Martínez, L. (2003) Medios interactivos: caracterización y contenidos. En Díaz, J y Salaverria, R. (coords): *Manual de Redacción Ciberperiodística*. (pp. 260-305). Barcelona, Ariel.
- Alva, S. A. (2009) *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*, AMIC, 2009.
- Bustamante, E. (Coord.) (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- Coriat, B. (1996) *El taller y el robot*, Siglo XXI, México.
- Covi, D. y Girardo, C. (2001), *La convergencia tecnológica en los escenarios laborales de la juventud*, UNAM, México.
- De Bustos, J. (2005) Estrategias de los grupos de comunicación en la era de la convergencia. En Bolaño, Mastrini y Sierra (Coord.) *Economía Política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujia, Buenos Aires.

- Garnham, N. (1998) *Economía Política y la práctica de los estudios culturales*. En Ferguson, M y Golding, P. (Eds.) *Economía Política y Estudios Culturales*, Editorial Bosch, Barcelona.
- Plihon, D. (2003) *El nuevo capitalismo*, México, Siglo XXI.
- Quibrera, J. (2009) *Génesis, vocación e identidad de la convergencia en comunicaciones*, .Tesis de Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con especialidad en Comunicación UNAM, México.
- Morley, D. (2008) *Medios, modernidad y tecnología*, Gedisa, Barcelona.
- Pipitone U. (1986) *El capitalismo que cambia*, Era, México.
- Sierra, F. (2006) *Políticas de Comunicación y educación: crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*, Gedisa, Barcelona.
- Tremblay, G. (2006) *Economía Política del espacio público y mutaciones mediáticas*. En Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.Igarza, R. (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*, La Crujía, Buenos Aires.

¹ De acuerdo a la Ley Federal de Telecomunicaciones, una red de telecomunicaciones es el sistema integrado por medios de transmisión, tales como canales o circuitos que utilicen bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, enlaces satelitales, cableados, redes de transmisión eléctrica o cualquier otro medio de transmisión, así como, en su caso, centrales, dispositivos de conmutación o cualquier equipo necesario; asimismo una red puede ser pública o privada, en el primer caso, se indica que es tal cuando se explotan comercialmente servicios de emisión, transmisión o

recepción de signos, señales, escritos, imágenes, voz, sonidos o información, y se dice que es privada cuando no implica tal explotación comercial.

² Aunque no hay una definición universal y precisa para las RSG, la propuesta de definición se basa en una aproximación meramente técnica.

³ Los servicios de información son aquellos en donde el usuario busca información en retrospectiva o tiempo real, entre los de gestión se encuentran aquellos donde el usuario interactúa con el medio y demanda algún tipo de bien, los de intercambio comercial refiere a la realización de diversos pagos o transacciones a través del sistema, gestión de cuentas bancarias para compra de productos, reserva de vuelos, espectáculos, por ejemplo, mientras que los de entretenimiento sólo tiene la finalidad de satisfacer la necesidad de diversión del público. Véase Alonso, J. (2003) Medios interactivos: caracterización y contenidos. En Díaz N. J. y Salavarría R. (Coords.) *Manual de Redacción ciberperiodística*, Ariel, España.

⁴ Posada G. M (11 de mayo de 2010). En México el servicio de Internet es caro y baja velocidad. *La Jornada*. Obtenido el 17 de mayo de 2010, desde: <http://www.jornada.unam.mx/2010/05/11/index.php?section=economia&article=025n2eco>

⁵ En sus manos, Televisa gana licitación ISSSTE. (2 de marzo de 2010). *El Semanario*. Obtenido el 17 de mayo de 2010 desde: http://www.elsemanario.com.mx/news/news_display.php?story_id=33818

⁶ Mares, M. (19 de mayo de 2010) Fibra oscura, inversión por US\$3,840 millones. *El Economista* Obtenido el 20 de mayo de 2010 desde: <http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-especial-empresas/2010/05/19/fibra-oscura-inversion-us3840-millones>

⁷ El poder Judicial de la Federación define a la acción de inconstitucionalidad como el procedimiento que se lleva, en única instancia, ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación y que puede ser iniciada por el equivalente al 33% de los integrantes del órgano legislativo que haya expedido la norma (es decir, una minoría de senadores o diputados del Congreso de la Unión, o una minoría de diputados de las legislaturas locales), el Procurador General de la República y, en el caso de las leyes electorales, también la pueden iniciar los partidos políticos que cuenten con registro. Mediante estos procedimientos se denuncia la posible contradicción entre una ley o un tratado internacional, por una parte, y la Constitución, por la otra, con el objeto de invalidar la ley o el tratado impugnados, para que prevalezcan los mandatos constitucionales. Véase ¿Qué es una acción de inconstitucionalidad? en www.scjn.gob.mx

⁸ Acuerdo de convergencia de servicios fijos de telefonía local y televisión y audio restringidos que se proporcionan a través de redes públicas de Telecomunicaciones alámbricas e inalámbricas, (4 de octubre de 2006) *Diario Oficial de la Federación*.