

R
2Ej.
LJ



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

**REGULACION JURIDICA DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACION**

T E S I S

Que para obtener el Título de:
LICENCIADO EN DERECHO

P r e s e n t a:

EDWIN OSWALDO AGUILAR VALENZUELA

México, D. F.

1988



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

REGULACION JURIDICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

INDICE	PAGS.
INTRODUCCION	
A) OBJETO DE LA TESIS	
B) MARCO TEORICO Y DE REFERENCIA	
C) HIPOTESIS	
CAPITULO I. LA COMUNICACION Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA. (Conceptualizaciones fundamentales)	
A) ¿ QUE ES LA COMUNICACION ?	I
B) TIPOS DE COMUNICACION	5
C) LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA	10
D) LA PUBLICIDAD Y SU OBJETO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	15
E) PROCESO DE LA COMUNICACION	15
CAPITULO II LA RELACION ENTRE EL DERECHO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION.	
A) LIBERTAD DE EXPRESION	28
B) DERECHO A LA INFORMACION	34
C) MARCO JURIDICO	38
D) LIMITES JURIDICOS A LA LIBERTAD DE INFORMACION	49
CAPITULO III. INTERVENSION DEL ESTADO EN LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION.	
A) NECESIDAD DE CONTROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION	57
B) INTERVENSION DEL ESTADO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	66
C) INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS QUE EJERCEN SU CONTROL	73
CAPITULO IV. LEGISLACION EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION.	
A) LA CONSTITUCION	85
B) LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION Y SU REGLAMENTO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA	89
C) LEY GENERAL DE SALUD	99
D) CODIGO PENAL	107
E) LEY DE IMPRENTA	116
CONCLUSIONES	
SUGERENCIAS	
BIBLIOGRAFIA.	

I N T R O D U C C I O N

A) OBJETO DE LA TESIS.

En la sociedad mexicana resulta de suma importancia estudiar el régimen jurídico constantemente, las soluciones que ha brin dado a los diferentes problemas, y la correcta observancia de las leyes, para poder estar en condiciones de regular la condu ta humana y garantizar el orden social de una forma real y efi caz.

La finalidad del presente trabajo es precisamente, analizar el régimen jurídico de los medios de comunicación colectiva, y de esta manera, demostrar si realmente el derecho los regula, - para cumplir cada cual con su cometido exaltando así los altos principios de justicia y respeto encomendados.

B) MARCO TEORICO Y DE REFERENCIA

Al hablar de los medios de comunicación colectiva se hace ne cesario definir lo que la comunicación es, desglosar para su es tudio los diferentes medios de comunicación que existen y la - forma en que el hombre los utiliza para obtener los objetivos- que el mismo se ha propuesto.

Para tal efecto se ha partido de las teorías que describen-- lo que es el proceso de la comunicación y su naturaleza, toda -

vez que en dicho proceso se encuentra la clave de la influencia que ejercen los medios de comunicación en la conducta de los sujetos de derecho.

Los medios de comunicación operan bajo ciertos elementos, intenciones y condiciones que han desviado como consecuencia la - conducta del ser humano en relación a la órbita jurídica a que debe estar sujeto.

Existen diferentes ordenamientos jurídicos en nuestra legis- lación que establecen los estatutos de la libertad de expresión e información, para que los gobernados obtengan cultura, valo- res, superación, así como todo lo positivo para su completa integración en todos los aspectos de su naturaleza. Entre las -- principales normas jurídicas relacionadas con los medios de comunicación se encuentran las contenidas en: La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley Federal de Radio Televisión y Cinematografía y su reglamento, Ley General de Salud, Código Penal, y Ley de Imprenta principalmente, las cuáles se - estudiaran en sus artículos más importantes en relación con los citados medios de comunicación, y sobre todo los que continua-- mente son violados por quienes están detrás de dichos medios.

Dentro del marco de referencia, se ha observado cada vez y- con mayor frecuencia la desintegración familiar y por consi---- guiente de la sociedad así como el incremento de los hechos antisociales, que han sido producto de la falta de educación, amor y cultura que en los últimos tiempos los medios nos han fomentado.

El problema es actual y ha tenido efectos que van en contra de lo que el ser humano desea en realidad, el individuo percibe y realiza mucho de lo que escucha, ve y comunica, las imágenes, ideas, información y entretenimiento deberían ser acordes a los principios morales e intelectuales plasmados en los ordenamientos del derecho vigente.

C) HIPOTESIS

Las instituciones competentes no han demandado el debido cumplimiento de las disposiciones jurídicas establecidas, por lo tanto en los medios de comunicación se ha hecho todo lo contrario a dichas normas y por consiguiente en lugar de proporcionar todo lo relativo al bienestar general se han dedicado exclusivamente a proteger sus intereses de una manera libre y manipuladora.

El Derecho se ha propuesto regular la conducta externa de los hombres en sociedad, pero los medios de comunicación han influido en la conducta interna de los mismos, lo cual lógicamente ha repercutido en la conducta externa antes mencionada.

LA COMUNICACION Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA.

Conceptualizaciones Fundamentales.

A) ¿Qué es la comunicación ?

A través de la historia se pueden apreciar las muchas necesidades que el hombre ha manifestado en su evolución en las diferentes culturas.

El hombre no tenía la necesidad de alimentarse, de vestirse, así como de procurarse un lugar fijo donde residir; pero sin duda siempre ha tenido la imperiosa necesidad de comunicarse con sus semejantes, para así hacerles llegar sus ideas, pensamientos, sentimientos y deseos; así como también escuchar, conocer y aprender las experiencias y conocimientos de otros.

Como afirman algunos autores y con mucha razón, el conocimiento de la existencia de pueblos muy antiguos se ha logrado gracias a la comunicación, lo grada a través del instrumento más completo e importante en el género humano que ha sido el lenguaje, mismo que también se ha plasmado en la escritura.

"Según Niccolò Abbagnano "el lenguaje es un conjunto de signos intersubjetivos que hacen posible la comunicación entre los hombres" ¹.

En los tiempos antiguos solo existía la comunicación directa y personal en donde había una persona llamada emisor y otra receptor, pero ese mensaje no se podía llevar a muchas personas al mismo tiempo, lo cual se solucionó cuando apareció la escritura, la cual fue el medio idóneo para llevar el mensaje de generación a generación.

¹ Jorge Finto Mazza, Regimen Legal de los medios de comunicación colectiva, México, UNAM P. 12.

Posteriormente se inventó la imprenta la cual permitió al hombre multiplicar las posibilidades de llevar una información a un número ilimitado de destinatarios.

"Según Luis Castaño, 'el invento de la prensa hizo posible el nacimiento de la prensa periódica, difundiendo universalmente el pensamiento, poniendo la instrucción al alcance de grandes sectores de la población, empezaba a preparar el terreno para lograr transformaciones políticas trascendentales' " 2.

Después de esto se multiplicaron los avances tecnológicos resultando una sociedad cuyos elementos importantes se encuentran en la producción a -- gran escala, el consumo de masas como consecuencia, así como los medios de comunicación de masas, los cuales significan una de las características principales de la sociedad moderna.

Posteriormente se inventan; el teléfono, telégrafo, radio, televisión, cine etc. Así la comunicación no solo se da a nivel nacional sino que también a nivel internacional o mundial; de ahí que los medios de comunicación han sido convertidos hasta hoy en un hecho indispensable en la vida social de todos los países que conforman el mundo.

¿ Pero que significa en sí el término comunicación ?

El concepto de comunicación es extraordinariamente amplio, aún para los sociólogos es un problema definido ya que no cesan de aparecer definiciones al respecto desde tiempos muy remotos aproximadamente aos mil años, Aristóteles manifestó que la comunicación era la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión " 3., como se podrá observar, gracias a la palabra escrita se ha podido conocer esta definición tan antigua.

2 Luis Castaño, Régimen Legal de la prensa en México, Ed. Porrúa S.A.- 1962 P.3

3 UNAM, Ciencias de la comunicación, México Dirección General de Publicaciones 1976 P.15

En la actualidad Edwin Emery la ha definido de una manera muy sencilla; afirma que la comunicación es la acción de transmitir información o ideas y sentimientos entre dos o mas sujetos ⁴.; a este respecto dijero ya que tam bien el transmisor de esa información o idea, puede ser la misma persona receptora de ella, cuando hablamos a nosotros mismos o pensamos algo nos estamos comunicando así mismos, y es una comunicación real.

Existen algunas definiciones mas técnicas acerca de la comunicación por ejemplo la siguiente; la comunicación es la interacción social que se da por medio de mensajes simbólicos o sucesos que pueden representar algún aspecto de la cultura ⁵.

La comunicación también se ha definido por otros autores como la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades etc; utilizando como símbolo palabras, imágenes, cifras, gráficas etc, o como el acto o proceso de transmisión ⁶. Esta definición es mas actual; en tiempos anteriores no se pudo haber hablado de imágenes como símbolos al menos en los medios masivos puesto que en tiempos antiguos no existía la televisión o el cine.

Como se puede observar existen muy variadas definiciones de lo que la comunicación es, pero los investigadores especialistas en la materia al definirla coinciden en varios puntos:

José Luis Aranguren afirma que es toda transmisión de información que se lleva a cabo mediante algunos elementos clave como la emisión, la conducción, la recepción y un mensaje o sea cuatro elementos ⁷.

4 Edwin Emery, et, al, las comunicaciones en el mundo actual, Cali-Colombia, Norma 1967 P.17

5 Blake, H, Reed, taxonomía de conceptos de la comunicación, México, Nueva Vomar, 1975 P.7

6 Blake, H, Reed op, cit. P.3

7 UNAM, Ciencias de la Comunicación, México, D.Gra. de Publicaciones -- 1976, P.22

Por su parte David K. Berlo menciona que cualquier situación que es afectada por la comunicación va a implicar la emisión de un mensaje hecho por un sujeto y la recepción de dicho mensaje por parte de otro ⁸, y é afirma algo muy cierto, la comunicación tiene el objeto de producir una respuesta, ese es su objetivo, o sea que el hombre se comunica para influir y afectar, es capaz de afectar y así mismo ser afectado por los demás. A este respecto algunos autores sostienen que no hay comunicación a menos que el receptor del mensaje no sea afectado por este, por eso R. Miltor concluye que el estudio de la comunicación debe concentrarse solo en que una fuente transmite un mensaje a un receptor con la intención consciente de influir sobre su comportamiento ⁹.

O sea que así como lo dice David K. Berlo lo que hay que hacer notar al hablar de comunicación en general es que ésta tiene el objeto de producir una respuesta, me uno a esta idea y concluyo que el hombre se comunica invariablemente para influir sobre los demás y obtener la reacción deseada.

Pero habrá que tener muy en cuenta las siguientes interrogantes:

¿Que reacciones desean actualmente los que usan los medios de comunicación?

¿Serán capaces de producir una respuesta positiva respecto de los receptores? ¿de nada o de muy poca servirá que la maravilla de la comunicación así como los medios por los cuales se transmite no tuvieron al fin importante que decir, por eso el estudio de la comunicación dice Emery comprende dos aspectos:

- 1.-Un amplio conocimiento de los medios mecánicos, y el más importante;
- 2.-La comprensión de como los hombres utilizan esos medios de comunicación, en su tarea diaria de inspirarse, influirse, comunicarse y entenderse mutuamente ¹⁰; en otras palabras que desea comunicar y como expresar un mensaje a fin de lograr que penetre lo más posible en la mente de sus receptores.

8 UNAM, op. cit. P 22.

9 Blake, H. Reed, toxomanía de conceptos de la comunicación, México, Nuevo-mar 1975 P 4.

10 Edwin Emery, et, al Las comunicaciones en el mundo actual Cali-Colombia, Norma 1967 P 18.

B) Tipos de comunicación.

Conociendo que el motivo de la comunicación humana es principalmente influir sobre los demás y obtener la reacción deseada, se analizará ahora de -- que forma o bajo que elementos se procura tal reacción.

Principálmemente se puede hablar de tres tipos de comunicación que son:

- a) Comunicación interpersonal
- b) Comunicación intermedia
- c) Comunicación colectiva ¹¹.

Dentro de cada uno de estos tipos de comunicación va a estar presente - la comunicación "intrapersonal".

La comunicación Intrapersonal es la que se da dentro del sujeto mismo, - es la respuesta al estímulo que se ha hecho sobre sus sentidos, dicho de otra manera:

La comunicación intrapersonal es la manipulación de señales que se produce dentro de un individuo en ausencia de otras personas aunque tal vez estén presentes en su imaginación ¹².

Cuando un individuo recibe una información, ésta queda en transacción -- con su ambiente y este sujeto repara en sus propósitos, intuye lo que necesita su organismo y asocia signos de acuerdo a su personalidad, tomando en cuenta por supuesto que tanto o hasta que punto le impacta esa información recibida.

De alguna manera estos tres tipos de comunicación influyen en el receptor, a tal grado que le van a provocar la comunicación con el mismo y así obtener la respuesta deseada, cada uno de estos tipos de comunicación tienen diferentes niveles de persuasión como se verá al describirlos en particular.

¹¹ Blake H. Reed y Haroldson, taxomanía de conceptos de la comunicación México, Nuevomar, 1975 P 29.

¹² Blake H. Reed, op cit, P 29.

La comunicación Interpersonal, tiene lugar entre dos o mas personas físicamente próximas y en ella se pueden usar los cinco sentidos con retroalimentación inmediata.

Se entiende por retroalimentación la información que viene en retroceso del receptor al transmisor ¹³ y le indica a este como se desarrolla su mensaje o como fue recibido.

La comunicación interpersonal es la que se da entre dos o mas personas, cara a cara estimulándose mediante símbolos verbales o no verbales para impactarse recíprocamente; este tipo de comunicación se puede apreciar en los siguientes ejemplos:

Como ya se ha dicho un diálogo cara a cara entre dos personas es llamado comunicación interpersonal; una discusión familiar también es de este tipo, la reunión de algún club social también lo es.

Dentro de sus características este tipo de comunicación muestra que es, informal, dirigida a un auditorio poco numeroso e identificable, se da de una forma independiente o sea que no proviene de ningún tipo de organización y además no involucra gasto alguno; en cuanto a su mensaje su velocidad de transmisión se da en función del intercambio social que exista entre los participantes transmisor y receptor, en fin, es la comunicación normal u común que se da entre los individuos como seres personales, este tipo de comunicación fue la que se dio originalmente en la humanidad por la simple naturaleza de la comunicación humana.

La comunicación intermedia se ha originado de la combinación entre la interpersonal y la colectiva; antiguamente solo se hablaba de interpersonal o colectivo, pero existen comunicaciones que por sus características se han ubicado tanto como interpersonales como colectivas o sea que sus características

¹³ Wilbur Schramm, compilador, La ciencia de la comunicación humana, México, Robico, S.F. 1963 P. 22.

se asemejan a una o a otra, con la diferencia o particularidad que la intermedia siempre va a ser proyectada en un sinnúmero de instrumentos técnicos-tales como el teléfono, estación telegráfica, móvil, radar, satélites meteorológicos y otros.

Las películas familiares sería un buen ejemplo de este tipo de comunicación ya que son cara a cara y es dirigida o proyectada a varias personas a la vez mediante un aparato técnico o eléctrico.

Blake H. Reed y Haroldson han pronunciado la mejor definición de este tipo de comunicación y afirman que es: "la que se ocupa de la esfera de la actividad de comunicación que queda en la interfaz de la comunicación cara a cara y la comunicación masiva" ¹⁴ lo cual nos muestra que esta exactamente entre la comunicación interpersonal y la colectiva, algunas de sus características serían las siguientes, tomando elementos combinados de la interpersonal y colectiva:

Su auditorio puede ser tanto como homogéneo como heterogéneo, así mismo puede estar próximo o distante, el contenido de su mensaje puede ser especializado o técnico o es de aclarar que la comunicación intermedia se representa un gasto monetario debido al instrumento que usa, en esto se va a parecer a la colectiva y a diferencia de la interpersonal, esta comunicación también puede ser formal así como informal, su retroalimentación puede ser inmediata o postergada, algunos otros ejemplos de este tipo de comunicación pueden ser tales como el diálogo entre dos personas mediante un aparato telefónico, los mensajes de un buque a tierra, la enseñanza mediante un circuito cerrado de televisión etc.

La comunicación colectiva por su parte es un proceso que utiliza ciertos medios llamados precisamente "medios de comunicación colectiva", pero la comunicación colectiva no se debe confundir con los medios de comunicación,

¹⁴ Blake H. Reed y Haroldson, taxonomía de conceptos de la comunicación, Mexico, Nuevaomar, 1965 P. 36.

estos son solo el instrumento, la comunicación colectiva es todo un proceso como ya se dijo, y es el "acto por el cual los emisores transmiten un mensaje a un auditorio heterogéneo por medio de un canal [medios] de una forma pública" 15.

Entre otras características de la comunicación colectiva se pueden mencionar, que su auditorio es anónimo, distante en un espacio identificable así como numeroso.

En cuanto a su mensaje, es transmitido como ya se dijo de una forma pública y rápida, por lo general su contenido no es técnico y es sujeto a restricciones que están a cargo en buena parte del marco jurídico actual o al menos así debería de ser, como se analizará posteriormente.

En cuanto a su fuente la comunicación colectiva actúa mediante una organización compleja que representa grandes intereses económicos que también se mencionaran para su análisis.

Respecto a su retroalimentación es postergada o sea que como no es comunicación cara a cara la aceptación o reacción respecto del mensaje emitido se descubre con posterioridad; como ejemplos de la comunicación colectiva se puede mencionar a la televisión comercial, la prensa, la radio y otros que se explicarán con detalle más adelante.

Básicamente todos los tipos de comunicación se pueden ubicar en la inter personal, intermedia y colectiva sin embargo es importante mencionar algo acerca del "Rumor".

Blake H. Reed y Haroldsen afirman que el rumor es "la información diseminada que proviene de fuente desconocida, o acuerdo colectivo que se compone de una actividad intelectual y comunicativa" 16.

15 Blake H. Reed y Haroldsen, op cit. P 38.

16 I bidem P 34.

El rumor es una mezcla entre comunicación interpersonal y colectiva lo cual lo ubica dentro de la comunicación intermedia ya que usa tanto canales formales (medios de comunicación colectiva) como informales (interpersonales o cara a cara), también el rumor surge de información insuficiente de canales oficiales, y a veces se presenta en forma de noticias que no provienen de canales institucionales.

El rumor es un tipo de comunicación importante ya que a pesar de las deficiencias enunciadas por lo general se transforman en hechos verdícos y que afectan al ciudadano que los escucha, cabe mencionar que por el rumor muchas veces los conglomerados de sujetos se han destruido momentáneamente -- porque se deje tal o cual cosa, por esa misma causa industrias han quebrado y otras tantas han sido prosperadas, resulta importante tenerlo presente.

Por otra parte el Centro Internacional de estudios de periodismo para América Latina "CIESPAL" ¹⁷, clasifica las diversas formas o tipos de comunicación como, Directa o Indirecta, unilateral o Recíproca. Pública o Privada ¹⁸, analizando la clasificación anterior se puede observar que en términos generales se está refiriendo a los tipos de comunicación ya enunciados -- y que son comunicación interpersonal y colectiva, de acuerdo a las siguientes consideraciones:

La comunicación puede ser directa o indirecta, cuando se habla de la directa se refiere a la interpersonal cara a cara cuando es indirecta los participantes utilizan algún medio para comunicarse puede ser la prensa, radio etc.

Puede ser unilateral o recíproca, la comunicación unilateral se presenta cuando el transmisor toma todo el papel en ella como sujeto activo y es

17 Principalmente en Quito Ecuador.

18 CIESPAL, Esquemas del proceso de la comunicación, México, 1968 P13.

recíproca cuando el receptor ya no es pasivo sino que tiene la oportunidad de manifestar sus puntos de vista al transmisor, por ejemplo un discurso de un político a una multitud sería unilateral no así una conversación entre dos sujetos por vía telefónica.

También puede ser pública o privada, mencionando los dos ejemplos anteriores, esa conversación telefónica sería una comunicación de tipo privada a excepción de que se hiciera en televisión lo cual ya sería una comunicación mezcla entre la interpersonal o colectiva llamada como ya se vio antes intermedia, en relación al discurso de un político a una multitud constituye además de ser unilateral una comunicación pública; estas y otras combinaciones entre los diferentes tipos de comunicación se pueden encontrar pero de cualquier manera van a servir para impactar al receptor de cualquiera de ellas.

C) Los medios de comunicación colectiva.

De acuerdo con la clasificación que se acaba de mencionar originada por el centro de estudios de periodismo para América Latina "CIESPAL" los medios de comunicación proyectan o definen un tipo de comunicación de tipo Indirecta-Unilateral-Pública o sea que el receptor de este tipo de comunicación va a estar muy susceptible a ella puesto que será un sujeto pasivo en el momento en que la reciba será una comunicación de una organización en toda la extensión de la palabra hacia un público o receptor muy numeroso pero que a su vez responderá a lo que se le comunica, de una forma que podría ser colectiva respecto de su pequeño círculo familiar o social pero necesariamente personal ya que está destinada a despertar sus emociones y acteos para conseguir esa respuesta deseada por quienes manejan y manipulan los poderosos medios de comunicación colectiva.

Antes de definir lo que son los medios de comunicación colectiva dejemos claro lo que significa "Comunicación Colectiva".

Como se mencionó anteriormente la comunicación colectiva es un proceso y no los medios de comunicación en sí, ya que sin el proceso de la comunicación-

resultarían ser simples objetos sin valor alguno.

¿Entonces, en que consiste la comunicación colectiva? "En transmitir información ideas y sentimientos a un auditorio diverso y numeroso, mediante el uso de los medios creados para ese fin" ¹⁹.

¿Y que son entonces los medios de comunicación colectiva? nos dice Hugo Gutierrez Vega, son agentes socializadores y por consecuencia aparatos ideológicos cuya influencia va creciendo mucho o desmesuradamente en la sociedad contemporánea ²⁰, definición que a mi punto de vista es muy atinada ya que posee elementos que se encuentran contemplados de una forma muy real en la evolución actual de dichos medios.

¿Porque estos medios de comunicación influyen tanto en el auditorio o los sujetos receptores de los mensajes? es de mencionar que con el avance de la tecnología, los mensajes de la comunicación colectiva se hicieron más rápidos y frecuentes, vinieron a saturar la vida cotidiana de los hombres, cualquiera se puede dar cuenta que existen programas de televisión y radio durante todo el día, se puede observar como muchos periódicos se difunden en tres ediciones, por la mañana, al medio día y por la tarde, o películas en proyección continua, anuncios publicitarios en todo momento y en todo lugar, lo anterior es nada más como ejemplo para mostrar como realmente los medios de comunicación colectiva han dominado el ambiente del hombre mismo, el cual cada día, ha perdido como consecuencia su individualidad y ha entrado al mundo de la masificación, o sea que se ha despersonalizado, su participación dentro de la comunicación colectiva es absolutamente pasiva y solo es un gran receptor bajo la influencia de una comunicación unilateral y autoritaria que maneja intereses y necesidades casi en su conjunto, lucrativas y políticas detrás de los cuales están los concesionarios o dueños de los medios de comunicación colectiva, y detrás de estos las compañías publicitarias.

19 Emery Edwin, et, al, Las comunicaciones en el mundo actual, Cali-Colombia, norma 1967 P. 19.

20 UNAM, Ciencias de la comunicación, México, Dirección General de Publicaciones, 1976 P. 8.

La influencia tan grande que realizan los medios de comunicación colectiva también se explica a partir de que éstos, son todo un grupo de trabajo, - de personas preparadas y organizadas para exhibir una especie de personalidad cooperativa que seleccionan, descifran y transmiten mensajes así como -- también provocan respuestas ²¹.

La diferencia entre un medio colectivo y un limitado no es el instrumento mismo sino la forma como se utiliza; para que un medio se considere colectivo debe cumplir dos requisitos:

1.- Ofrecer la posibilidad de comunicación por vía de un dispositivo mecánico el cual establece una relación impersonal entre el transmisor y receptor y 2.- se utiliza de modo efectivo para comunicarse desde una única fuente con un gran número de personas. Los medios de comunicación son recientes - solo tienen unos centenares de años, para surgir solo necesitaron una tecnología avanzada y un nivel de alfabetización de grandes masas de personas que les permitiera utilizar la información difundida.

La expresión "Medios de Comunicación Colectiva" se aplica a los dispositivos técnicos por los cuales se produce la comunicación de masas.

Desde tal punto de vista nos dicen Blake H. Peed y Haroldsen, puzae considerarse que los medios de comunicación colectiva se presentan en dos grandes grupos:

1.- Los medios impresos; como periódicos, revistas, libros, folletos, circulares por correo directo, carteles, escritura en el cielo y cualquier otro dispositivo técnico que lleve un mensaje a las masas apelando al sentido de la vista y.

2.- Los medios electrónicos; como propagandas de radio y grabaciones de-

²¹ Wilbur Schramm, compilador, La ciencia de la comunicación humana, - México, Koble, S.F. 1963, P. 14.

audio (que apelan al sentido del oído), programas de televisión películas y grabaciones en video que apelan tanto al sentido de la vista como del oído²²; particularmente creo que en México los que tienen mayor influencia -- que están en ambos grupos son, la televisión principalmente, los periódicos, las revistas, el radio y los carteles (anuncios publicitarios, en todas sus formas).

Otros autores hacen notar que vivimos en una sociedad de consumo en -- donde la televisión, los periódicos, discos, libros publicidad etc., además de penetrar prácticamente en toda la población urbana y gran parte de la rural, intentan continuamente imponer formas universalizantes de comportamientos y de consumo²³.

Edwén Emery menciona que los medios de comunicación colectiva son los siguientes: 1.- los de la palabra e imagen impresa que están dirigidos al -- sentido de la vista tales como: periódicos semanarios y diarios, revistas, -- libros folletos, circulares y carteteras. 2.- La radio la cual va dirigida al sentido del oído y. 3.- La televisión y las películas cinematográficas -- que se dirigen tanto al sentido del oído como al de la vista²⁴.

Como se puede observar la mayoría de autores citados están de acuerdo en cuanto a cuales son considerados como " Medios de Comunicación Colectiva ". los cuales ya han sido enumerados, pero por regla general se puede decir como conclusión que medios de comunicación colectiva son, cualquier instrumento técnico realizado con el fin de llevar o transmitir comunicación, o sea ideas, sentimientos, información etc. a un público o auditorio diverso y numeroso en un mismo momento.

22 Blake, H. Reed, Taxonomía de conceptos de la comunicación, México, Nuevaomar, 1975, P. 42.

23 Chaim S. Katz, et, al Diccionario básico de comunicación, México, - nueva imagen, 1950 P. 105.

24 Edwén Emery, et, al, Las comunicaciones en el mundo actual, Cali-Co lombia, norma 1967 P. 25.

¿Que es lo que comunican los medios de comunicación colectiva? o cuáles son o deberían ser sus funciones? analicemos lo mas general de cada uno de ellos.

Los periódicos por ejemplo proporcionan noticias, opiniones, entretenimiento y por supuesto anuncios publicitarios.

En los semanarios también se proporcionan mas o menos los mismos elementos, pero mas bien son dirigidos a un sector específico de una colectividad.

Los diarios se enfocan hacia los acontecimientos nacionales y mundiales.

Las revistas proporcionan entretenimiento, opiniones y sobre todo anuncios publicitarios.

Los libros por su parte son mas detallados y de mayor alcance en sus diferentes temas, así como también dan entretenimiento.

Las circulares por correo y las carteleras dan a conocer opiniones de las organizaciones comerciales y cívicas existentes.

Las películas por su parte pueden informar y persuadir, al mismo tiempo que entretienen.

Y por último la televisión y la radio ofrecen entretenimiento, noticias y opiniones, así como mensajes con fines publicitarios y además transmisiones directas de eventos públicos.

Hecho el análisis anterior de las funciones de los medios de comunicación colectiva, se descubre que son muy parecidas las unas a las otras, esto sucede porque en realidad los medios de comunicación colectiva estan relacionados entre sí, tienen una estrecha relación recíproca tanto en sus funciones, como en el personal con el que se desarrolla, ya que dichos empleados van de uno a otro medio con asombrosa facilidad y así por ejemplo vemos que un reportero con

buena voz, puede fácilmente introducirse al campo de la radio u ser un buen comentarista, deberá para esto ser mas narrativo en la radio así como oír y no ver el oído, mas que la vista de su auditorio, pero seguirán siendo válidos sus conocimientos respecto de la comunicación colectiva aprendidos en su función anterior como reportero de la prensa; después por ejemplo este comentarista querrá ver su opinión expresada de una manera mas duradera u así escribirá un artículo para una revista, o plasmarla en un libro o en una novela de gran éxito o llevarla hasta un estudio cinematográfico etc. todo es posible, ya que los principios de la comunicación colectiva entre los humanos, son de notable semejanza en todos y cada uno de los medios de comunicación colectiva; y aquí, se presenta un elemento o factor muy importante que viene a ser un denominador común y que no puede faltar en dichos medios, y se conoce como "la publicidad", que también se verá posteriormente.

Es importante mencionar que no solo los medios de comunicación existen para informar o entretener al hombre mismo, además de ellos existen importantes agencias de la comunicación y que son auxiliares de dichos medios de comunicación tales como; las asociaciones de prensa, las revistas noticiosas, las agencias periodísticas y de publicidad ya sea de empresas o de instituciones, las organizaciones publicitarias y de relaciones públicas, o las agrupaciones dedicadas a la investigación de la efectividad de los mensajes etc. en fin, por eso nos damos cuenta de la fuerza de la comunicación colectiva y de su influencia sobre el auditorio en general así como en cada sujeto en forma particular.

VI) La publicidad y su objeto en los medios de comunicación colectiva.

El principal objeto de la publicidad dentro de los medios de comunicación colectiva es llamar la atención del público o auditorio para hacerle sentir una necesidad (puede ser respecto de un producto o de un servicio) y la forma en que la puede suélir, y con esto vender teóricamente o mentalmente primero y después prácticamente lo mas posible que ya han producido las compañías o industrias generadoras de esos bienes o servicios que a su vez se han apoyado en tan singular figura de la comunicación.

Este fenómeno de llamar la atención de los demás (con fines lucrativos) siempre o desde hace mucho tiempo ha existido, por ejemplo nos dice Edwin Emery, en los tiempos de los romanos los comerciantes colocaban, para atraer la atención de los futuros compradores una muestra de lo que vendían encima de la puerta de su negocio o tienda, y hablaban algunas personas llamadas pregoneseros, que proclamaban que los mercaderes tenían en venta tales o cuales mercancías ²⁵, o sea que lo único que ha cambiado como se puede observar del ejemplo anterior, es la forma de anunciar lo que se pretende vender o sea lo que en este tiempo se ha llamado "Publicidad" misma que se ha desarrollado grandemente, al grado de que ya existiendo los instrumentos técnicos "medios de comunicación colectiva"; la publicidad ha demostrado ser tan capaz hasta para vender no solo bienes o servicios sino "ideas", o sea que en ocasiones gente preparada en este sentido, llamados publicistas o técnicos publicitarios solamente han vendido su idea respecto de algún problema de venta aún sin involucrarse en la práctica de esa idea, desde luego lo normal en las agencias publicitarias, es que elaboren todo un plan y además lo pongan en práctica como parte del servicio que prestan a su cliente lo cual analizaremos más adelante.

¿Que tiene que ver la publicidad con los medios de comunicación colectiva en realidad?

La publicidad es parte esencial de los principales medios de comunicación, y constituye un servicio adicional que se presta a quienes buscan este tipo de información ²⁶. Se puede apreciar esto fácilmente ya que en todos los medios de comunicación están contenidos, llárese en su edición, transmisión, publicación etc, relatos y anuncios publicitarios para que sean absorbi-

25 Edwin Emery, et, al, Las comunicaciones en el mundo actual, Cali-Colombia, Norma 1967 P.478.

26 Edwin Emery, op, cit. P 31.

dos por la mente del auditorio en general; y así vemos por ejemplo que en la televisión y radio los "comerciales" han llegado a convertirse en un complicado arte que se fusiona con la parte artística e principal del programa que se transmite el cual también está controlado por el anunciante.

Los anunciantes realizan campañas para la venta de sus productos en forma simultánea a través de los medios de comunicación colectiva gastando grandes sumas de dinero, para así asegurarse de que su mensaje llegará al público o auditorio tan frecuentemente como sea posible utilizando precisamente esa técnica que es una de tantas que existen, llamada "técnica de repetición" cuyo éxito está probado, y así ganar cuantiosas sumas que les dan ganancias fabulosas gracias a esos medios de comunicación y la publicidad realizada, por esa razón nos podemos dar cuenta que los periódicos son tan baratos y los programas de televisión son gratis para el auditorio, ya que el costo está pagado por ese anunciante que ha comprado esas horas de transmisión, si no fuera de esta manera, los medios de comunicación cobrarían al auditorio para reunir lo suficiente para mantenerse. Es de mencionar que así como se fusionan o relacionan los medios de comunicación entre sí como ya se vio en el inciso respectivo, aquí también se interrelacionan en cuanto a apoyarse para realizar los anuncios publicitarios, por ejemplo se puede observar que los estudios cinematográficos, los teatros, los productores de televisión figuran entre los principales conductos del anuncio que se ve en los periódicos y revistas y a su vez los periódicos compran tiempo en radio y televisión para anunciar los artículos que publican en un esfuerzo por aumentar su circulación²⁷, etc.

27 Edwin Emery, et, al, Las comunicaciones en el mundo actual, Cali-Colombia, Norma 1967 P.25.

A veces los anunciantes se gastan millones de pesos anuales en publicidad, pero también se realizan dos mil anuncios por día de los cuales muchísimos llegarán a su destino o sea que en sí - estos hechos van compensados, por otra parte podemos observar -- que cada nuevo invento o modificaciones a los mismos representan un problema de ventas; por eso se requiere, concebir, producir y presentar al público de una forma interesante dichos objetos en venta, para ello se cuenta por supuesto con gente capacitada para ello, gente con imaginación, preparada en todos los terrenos -- por ejemplo en idiomas, literatura, arte música etc; Edwin Emery nos dice que la publicidad tiene un positivo valor social ya que contribuye a elevar el nivel de vida del pueblo ²⁸; yo diría que todo depende de que productos sean los que promueva, porque si - lo que va a fomentar es un producto que le traiga inestabilidad-emocional al consumidor o va a alterar sus nervios pues ésta afirmación ya no sería muy sólida, lo anterior porque cualquiera-se da cuenta que hay productos que sirven para algo positivo y - hay otros que no.

Ethiel Cervera nos dice que la publicidad está dentro del - esfuerzo mercadotécnico y que posee el poderío suficiente para - informar en escala masiva, sobre un producto o servicio ²⁹; y -- que según lo demostrado por la experiencia, es capaz de despertar deseos de compra, para impulsar la voluntad hacia la adquisición de tal o cual producto, o sea que la publicidad puede cambiar las decisiones del auditorio y eso es muy interesante para-tervisarlo; así que entonces con estas bases nos damos cuenta que la publicidad sirve para determinar formas de vida y promover determinados valores así como formas de conducta constituyendo así lo que algunos economistas y sociólogos han llamado "sociedad de consumo".

28 Edwin Emery, et, al, Las comunicaciones en el mundo actual, Cali-Colombia, Norma 1967 P 477.

29 Ethiel Cervera, Publicidad lógica, México, ed, México, 1967, P XXI.

La publicidad entonces constituye la forma pública y repetida de intentar una venta y maneja con frecuencia las motivaciones que para el consumo existen en el hombre, y lo logra a través de los resultados que ha dejado la aplicación de una rama -- del conocimiento humano que va a intervenir poderosamente y que es la psicología, y así es como lo expresa mas o menos Alejandro Aguilar' "La publicidad es materia delicada que abarca dos áreas del conocimiento de evidente importancia; la psicología y la sociología" ³⁰.

Y aquí viene una pregunta muy importante ¿la psicología se- estara usando en dos posiciones donde se contradice simbólicamente hablando?, esto quiere decir que por ejemplo, ya hemos visto que la psicología se usa grandemente para fortalecer los anuncios publicitarios y despertar las motivaciones humanas y crear cambios de conducta favorables a los anunciantes como a los medios de comunicación (concesionarios) pero resulta que también existe la psicología criminal en donde se estudia la conducta de licuosa y sus motivaciones, elementos que también se analizaran posteriormente, entonces la psicología sirve a varias áreas a la vez y en algunos estudios de psicología criminal se menciona que hay delitos que se cometen bajo los efectos de productos que a su vez la psicología unida a la publicidad promueven ¿como es eso entonces?, ¿habrá alguna contradicción en cuanto al función namiento de la psicología en estas dos áreas?, ¿no sera que un efecto produce una causa en las citadas áreas? y que nace el derecho al respecto?, veremos entonces que es la psicología y cuales las motivaciones humanas.

Teodoro V. Soria nos dice que la psicología es el estudio científico y total de las vivencias ³¹, claro también todo lo re

30 Ethiel Cervera, Publicidad Lógica, México, Ed. México, 1967 P. X.

31 Teodoro V. Soria, Psicología México, esfinge, 1983 P. 21.

lativo a ellas (observación, producción, desarrollo) y sus causas; y las vivencias menciona el mismo autor, son los llamados-afectos, recuerdos, pensamientos, deseos, sentimientos etc. o sea todo lo que se produce en cada individuo en particular y que es impenetrable a los demás.

Otros autores afirman que la psicología es el estudio de - los fenómenos psíquicos tales como; sensaciones y percepciones, representaciones y pensamientos, sentimientos y deseos, necesidades e intereses, inclinaciones y capacidades etc; entonces encontramos que los fenómenos psíquicos estudiados por la psicología incluyen las ya mencionadas motivaciones humanas y que son manejadas por la psicología dentro de la publicidad.

A partir de 1950 se comprobó científicamente que no solo - los argumentos sino también las emociones adornaban la venta de un producto, por ese ahora algunos psicólogos han ordenado las "motivaciones" estableciendo así lo que han llamado "objetivos-del esfuerzo humano" y es evidente que la psicología estudia la conducta humana y ha comprobado que el hombre actúa en base a sos objetivos y así el intento de venta de un producto deberá - prometer que alguno de esos objetivos pueda ser alcanzado o alcanzados con la compra, y entonces observamos que los anuncios-publicitarios contendrán: promesas de que los productos anunciados satisfagan, necesidades fisiológicas, que ofrezcan seguridad, que ahuyenten los peligros, que proporcionen aceptación, que comuniquen una promesa de cariño, que proporcionen integración a un grupo determinado etc. pero vemos que dichas motivaciones son poco tangibles y difícilmente estarán en un objeto, - pero son muy utilizadas por ejemplo en los anuncios de bebidas-refrescantes y de licores en los que siempre se apela a este - - factor emocional.

Por eso Watson y Spence afirman que lo que el hombre rehuye y tiende a buscar están o no contemplados o incluidos en -

el anuncio según el caso ³²; y dicen: el hombre rehuye: las privaciones físicas (dolor, hambre insomnio), el fracaso, la indiferencia, el desprecio, la falta de amor; y tiende a buscar, el bienestar, la euforia, el éxito, el poder, el respeto, el reconocimiento, el amor, la intimidad, la ternura, la integración social, el alivio, la seguridad, la tranquilidad, la aventura, las nuevas experiencias etc. ¿no son estos los argumentos que se usan actualmente en la publicidad de bienes o servicios a través de los medios de comunicación colectiva?, definitivamente sí, todos los anuncios comerciales prometen lo que el hombre necesita aunque muchas veces este no consiga lo prometido en lo que compró, ¿y quien escapa de esta influencia tan poderosa, fusión de la publicidad y los medios de comunicación colectiva?. Ethiel Cervera afirma y -- nos da la respuesta, "que todo ser humano con el solo hecho de vivir es un consumidor potencial" ³³; no importando si es pobre o rico, iletrado o culto, el hombre come o bebe, viste, se cobija o se divierte y sostiene sus vicios y para cada una de esas situaciones existe un producto; y estos como el hombre mismo están divididos en clases sociales y en calidades y precios, pero nos damos cuenta de la importancia de la publicidad y sus efectos en la conducta o voluntad humana y que toda la gente o el auditorio es impactado y de ello se encargan minuciosamente los técnicos de la publicidad cuando realizan sus estudios socio-económicos y socio-culturales para enviar con un propósito específico y un destino sus "mensajes".

Otros autores también concuerdan con la idea de los "objetivos del esfuerzo humano" y hablan sobre los deseos básicos que -- provocar los impulsos fundamentales en las personas y mencionan los siguientes: alimentos y bebidas, comodidad, liberación de te-

32 Colegio de Ciencias y Humanidades, La publicidad, México, UNAM, S.F. P. 4.

33 Ethiel Cervera, Publicidad Lógica, México, Ed. México, -- 1967 P. 5.

mores y peligros, ser superior a los demás, atraer al sexo opuesto, bienestar de los seres queridos, prestigio social, y vivir -- más tiempo ³⁴. Quien no desea eso?

Como nos podemos dar cuenta en términos generales la publicidad es una forma de comunicación que forma parte integrante de -- los medios de comunicación colectiva y que con ayuda de la psicología, sociología y los estudios e investigaciones de "mercados", así como la intervención de los elementos técnicos y artísticos -- con los que se elabora el material a divulgar, viene a ser, el engranaje perfecto para lograr la finalidad de la "comunicación", que es impactar y ser impactado, pero con la principal idea de -- "vender".

E) Proceso de la comunicación.

Antes de hablar de el proceso de la comunicación nos haremos la siguiente pregunta, ¿que es un proceso? es cualquier fenómeno que presenta modificaciones continuas a través del tiempo, o sea -- todo lo que esta cambiando, o lo que es susceptible de modificaciones, existe una diversidad de procesos en el conocimiento humano por ejemplo, el proceso de la educación es uno de ellos u como todos esta compuesto de muchos elementos tales como: maestros, -- alumnos, conferencias, salones de clases, bibliotecas etc, y cada uno de esos elementos son parte integrante del mismo proceso, y -- al reunirlos (si éstos han sido utilizados adecuadamente) el objetivo de la Educación se cumplirá, "El está ante se educó".

Así entonces la importancia de un proceso está en sus elementos o componentes, pero más que todo en la dinámica de movimiento que relaciona esos elementos entre sí, entonces en el proceso de la comunicación sucede igual, esta formado de muchos elementos pe

34 Ethiel Cervera, Publicidad Lógica, México, Ed. México, 1967
P. 74.

so la dinámica de movimiento presentada entre ellos así como las circunstancias en que operen determinará el impacto que dicho -- proceso provocará a su destinatario.

Como todo proceso, el proceso de comunicación a lo largo -- del tiempo ha tenido varias transformaciones y los elementos del mismo en otras épocas, han sido los que actualmente se reconocen como tales pero se han añadido algunos otros que antes no se estu diaban, lo cual se verá a continuación; pero es importante men-- cionar que para tener un conocimiento elemental de lo que es el -- "proceso de la comunicación", se debe analizar cuáles son los e-- lementos que conforman dicho proceso y cual es la mecánica de mo-- vimiento que presentan o han presentado en sus manifestaciones.

Entonces el proceso de la comunicación es la forma o formas [y sus transformaciones], en que se comunican informaciones, i-- deas, sentimientos etc. entre una comunidad de sujetos (sean dos o mas personas), tomando en cuenta por supuesto los elementos -- que componen dicha comunicación.

La teoría primaria y base para otras posteriores sobre los elementos del proceso de comunicación son la de Aristóteles, y -- se mencionó que tres son los elementos que integran el proceso: el orador, el discurso y el auditorio ³⁵; lo que el quiso decir es que estos tres elementos son los necesarios para la existen-- cia de la comunicación, y lo importante de esto, es saber quié-- nes es el que habla o envía el mensaje (orador), que es lo que dice (discurso) y quien es el receptor de la información (auditorio).

La mayoría de las subsiguientes teorías han tenido como so-- porte la de Aristóteles; por ejemplo la teoría de Lasswell adema-- s de los tres elementos aristotélicos incluyó otros dos que --

35 David K. Berlo, *El proceso de la comunicación*, México, EL ateneo, 1969 P. 23.

son: en que canal se produce dicha información (portador de mensajes) y con que efectos se produce (impacto sobre el auditorio), este último resulta muy importante para estudiar las actitudes del hombre en relación a su órbita jurídica.

Posteriormente Nixon modifica la teoría anterior incluyendo además del canal y los efectos propiciados, así como la teoría de Aristóteles otros dos elementos muy importantes que son: con que intenciones se envía el mensaje y bajo que condiciones opera tanto en su fuente, como en su auditorio, estos nuevos elementos son comunes de observar en la publicidad actual y son de singular importancia en ella con la ayuda de la psicología.

Por su parte la teoría de Shannon y Weaver al enunciar los elementos "del proceso" se refieren más a lo que es la comunicación electrónica y en su teoría mencionan los siguientes elementos: fuente de información, transmisor, señal, receptor y destino³⁶; traducido a la teoría de Aristóteles tenemos que la fuente sería equivalente al orador, la señal al discurso y el destino al auditorio, hasta aquí son los tres elementos de la teoría primaria, pero en esta nueva teoría son añadidos como se puede observar el transmisor (que envía el mensaje original) y el receptor (quien lo capta) para hacerlo llegar al auditorio o destinatario, si hablamos específicamente del transmisor (interfono) y receptor (audifono) estamos refiriéndonos completamente a la comunicación electrónica, pero si consideramos que la fuente y el comunicador son una persona y el receptor y el destino son otra además de que la señal es el lenguaje ya estamos hablando de comunicación humana, la diferencia entre la comunicación electrónica y la humana en este sentido va a consistir en que en la primera la recepción es física (en cuanto al significado del mensaje) y en la segunda la recepción del significado va a ser más bien psicológica.

36 CIESPAL, Esquemas del proceso de la comunicación, México, 1968, P. 4.

Como se puede apreciar las diferentes teorías citadas ofrecen similitudes entre sí o se diferencian por su contenido en -- cuanto a la terminología usada o la adición o sustracción de uno o dos elementos respectivamente, pero la teoría que de alguna manera contiene casi todos los elementos citados es la que nos da David K. Berlo quien nos dice:

Los elementos del proceso de comunicación son los siguientes; la fuente de comunicación, el encodificador, el mensaje, el canal, el decodificador y el receptor de la comunicación ³⁷.

Entonces tenemos que según esta teoría que es la más clara, la fuente significa la persona o el grupo de personas que tienen un objetivo y una razón para ponerse en comunicación; el encodificador es el que toma las ideas de "esa fuente" y las dispone -- mediante un código en forma de mensajes; en este punto es importante mencionar que en la comunicación de persona a persona la -- función de encodificar la da la misma capacidad motora de la --- fuente (mecanismos vocales que producen la palabra hablada, los gritos, las notas musicales, etc) o sea que en este tipo de comunicación la fuente y el encodificador van unidos; en cuanto al -- mensaje este se da a través de la traducción de ideas, propósitos o intenciones establecidos en un código o un conjunto de simbolos que expresan algo.

Por su parte el canal como ya se expresó, es el conducto de portación del mensaje o sea el medio por el que se envía; el decodificador sería (hablando de la comunicación humana) el conjunto de las facultades sensoriales del auditorio, y por último el -- receptor es la persona o personas a quienes va dirigido el mensaje o sea el lado opuesto de la fuente generadora del mismo.

37 David K. Berlo, *El proceso de la comunicación*, México, El-ateneo, 1969, P. 25.

¿Porque es importante esta teoría? Los elementos claves en esta teoría son el encodificador y el decodificador puesto que dependiendo de ellos ese mensaje que recibe el auditorio o receptor lo afectará o no lo afectará; en el encodificador se encuentran todos los secretos de que se va a valer la fuente para que su mensaje afecte y consiga su objetivo (todos los medios - de los que se vale la publicidad para impactar al receptor); y el codificador va a contener las facultades sensoriales y (los - objetivos del esfuerzo humano a tocar en el receptor) los cuales la publicidad como ya se vió enaltece para lograr su objetivo, - que es transformar la voluntad del receptor a sus intereses y a los de las personas que la crean.

Lo anterior es mostrado o ilustrado por David K. Berlo cuando dice: Existen cinco habilidades verbales de la comunicación; dos encodificadores (hablar y escribir), dos decodificadores (leer y escuchar) y la quinta y última y que es importantísima tanto para encodificar como para decodificar (la reflexión o el -- pensamiento) ³⁸.

El pensamiento es la función mas importante del ser humano y obviamente en el proceso de la comunicación se presenta; la - fuente del mensaje encodificador, o sea va a pensar de que manera enviará su mensaje al receptor para impactarlo y lograr su - propósito, para esta dicha fuente encodificadora se valdrá de 4 - aspectos: sus habilidades comunicativas (que decir, cuando, como); - las actitudes que toma al enviar el mensaje (positivas, negativas, etc); el nivel de conocimiento que tengan en este caso las personas que constituyen "la fuente" (mientras mas conozcan, mas van a impactar, aún a los mas exigentes intelectualmente hablan do); y el sistema sociocultural en que tenga campo de acción; -

38 David K. Berlo, El proceso de la comunicación, México, - El ateneo, 1969. P. 34.

como podemos observar las personas que son la "fuente" deben tener ciertas características muy positivas para poder y lograr en codificar sus propósitos de comunicación y de esta manera "ganar" u obtener los servicios de especialistas en la materia, porque mencioné que la publicidad es tan amplia que por medio de ella - se impacta tanto al iletrado como al culto, y porque se dedica a llamar la atención del auditorio en general, sencillamente porque el hombre como lo dice Ethiel Cervera, desde que se despierta tiene la necesidad y sensación de enterarse que es lo que -- trae el nuevo día ³⁹; o sea que apenas la mente entra en funciones ayudada por los maravillosos sentidos de la vista, el oído - etc, reconociendo objetiva y auditivamente a seres, objetos, sonidos, formas y colores que son familiares al ser humano; nuestra imaginación nos lleva a grandes visiones de donde y que vamos a hacer ese día, y vuelvo a preguntar como lo hice en la publicidad ¿quien escapa a esto? precisamente esa curiosidad de -- que trae el nuevo día es aprovechada por la publicidad y por los medios de comunicación colectiva para realizar sus objetivos y - condicionar la vida del ser humano a través de sus mensajes y si a eso le agregamos las grandes habilidades en este caso de los - publicistas, nos damos cuenta del porque muy pocos escapan de semejante influencia.

39 Ethiel Cervera, *Publicidad Lógica*, México, Ediciones México, 1967 P.2.

C A P I T U L O I I

LA RELACION ENTRE EL DERECHO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

A) LIBERTAD DE EXPRESION

Una de las características principales del Hombre es ser racional y con voluntad propia, el hombre piensa, decide cada uno de sus actos porque tiene "libre albedrío" o sea la capacidad de escoger, el cual es uno de sus principales tesoros, cuando el ser humano llega a caer en la situación de actuar por actuar, sin darse cuenta que lo que lo que está decidiendo hacer es en base a esa "libertad" que le fue dada, estará en condiciones de parecerse a un robot electrónico o algo por el estilo, es importante entonces saber que es esa "libertad" la que nos respalda siempre, cuando deseamos realizar algo o simplemente escoger lo mas apropiado a nuestros planes.

Touchard Jean cita a Aristóteles quien muy atinadamente afirma : "La libertad es el hecho de ser alternadamente súbdito y gobernante"⁴⁰; o sea que la libertad es un estatuto de doble aspecto, por una parte independencia respecto a toda sujeción personal y por otra obediencia a las disposiciones generales, algo parecido con "respetar y ser respetado" .

El Doctor Ignacio Furgoa realiza algunas observaciones muy importantes en torno al ser humano y dice que toda persona con el simple hecho de existir tiene en su mente y corazón una finalidad " El ser feliz"⁴¹, también menciona que para ser feliz el individuo se traza objetivos y fines "vitales" y que éste escoge los medios idóneos pa

⁴⁰ Touchard Jean, Historia de las Ideas Políticas, Madrid, Tecnos 1977, p. 33

⁴¹ Furgoa Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 299

ra lograr tal felicidad, y define entonces la libertad como: " La cualidad insuperable de la persona humana consistente en la potestad que tiene de concebir los fines y de escoger los medios respectivos que más le acomoden para el logro de su felicidad particular" 42.

El Maestro Burgoa también afirma que existen dos tipos de libertad:

A) La libertad psicológica (que es ajena al campo del Derecho).

B) Libertad Social; que si tiene que ver con el Derecho; afirma que la libertad psicológica se dá solo en el intelecto de la persona y que no tiene trascendencia objetiva y que la libertad social es una realidad o sea que si es objetiva, define la libertad social, como la potestad genérica de actuar real y trascendentemente de la persona humana, actuación que significa en síntesis, la consecuencia "objetiva" de fines vitales del individuo y la --realización práctica de los medios adecuados para su obtención; --pero yo me pregunto ¿ Por qué el Doctor Burgoa no menciona en esta definición de libertad social la palabra "felicidad" y, ¿ Qué a caso no podrá la libertad psicológica (La cual él dice que no es objetiva) estar contenida en esa libertad social. Yo creo que el hacer la separación de las dos definiciones es correcta para fines de aclarar que tenemos, los seres humanos una libertad íntima y una social, pero si la libertad me lleva a la felicidad entonces no podré tener libertad social si no tengo libertad psicológica primero, o sea si soy feliz como ser individual así podré ser feliz como parte de una colectividad; el ser humano siempre desea lo bueno pero cuando no es feliz está más dispuesto a hacer lo --contrario ya sea porque esto lo lleva a la depresión o a la pasividad etc. Yo creo que la libertad psicológica a que alude el Doctor Burgoa debería de interesarle mucho a nuestro Derecho Mexicano ¿ Por qué ? Porque sabemos que existe también un interés so--

42 Ignacio Burgoa Orihuela, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 299

cial o estatal que es protegido por la ley y que es usado como criterio limitativo de la libertad particular del individuo.

El Doctor Eurgoa continua afirmando: "La Libertad Social es la - que le interesa al Derecho, la subjetiva o psicológica se relega al fuero íntimo del intelecto o de la conciencia, indiferente a sí misma, a la regulación jurídica"⁴³. Mi posición es que la libertad psicológica no puede ser indiferente a las normas jurídicas, ya que donde quiera que este el individuo va a estar sujeto a ellas y si un individuo por ejemplo se encuentra aislado y se quita la vida por estar deprimido, esto puede traer consecuencias en el ámbito jurídico-social, pues pueden culpar a otro que viva cerca de él al realizar las investigaciones correspondientes, entonces como se puede apreciar, éste acto de privarse de la vida por su propia mano y voluntad nació del fuero íntimo, de la conciencia y del intelecto a que se refiere el Maestro Eurgoa, entonces ¿Cómo puede la libertad psicológica ser indiferente a la regulación jurídica o viceversa?, si en el ejemplo planteado se puede generar consecuencias de Derecho que tengan que ver con la justicia podría ser indiferente al Derecho, cuando fuera parte de un sujeto que realmente no se relacionara en sociedad ¿Habría alguna persona que jamás haya visto a otra y que su muerte no signifique ninguna trascendencia jurídica? Definitivamente no, mi observación es porque al juzgar un hecho antisocial, se debería - de llegar al motivo del delito por la vía, además de jurídica, psicológica también y de una forma profunda no para substituir la ley, si no para saber que puede hacer el Derecho para que los que tienen en su mano vigilar la correcta observancia de las leyes realmente lo hagan y sea palpable esa necesidad, pues así los sujetos de Derecho en general se verían beneficiados ¿Por qué? porque al hacerse un estudio profundo de muchos delitos a nivel psicológico se vería que los medios de comunicación tienden a exaltar que el hombre cumpla todas sus necesidades o "caprichos" aunque no este en posibilidad de hacerlo, esto sucede frecuentemente cuando un hombre de escasos recursos está recibiendo "mensajes comerciales o propagandísticos" de algunos

43 Eurgoa Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 300

artículos de lujo y el no puede adquirirlos, se le puede ir formando un trauma psicológico, porque tal vez nunca los pueda adquirir, no me refiero a que no se anuncien dichos artículos pero que se regule el tipo de "mensajes" a través de los medios para que sean -- realmente para todo tipo de personas, posiblemente difundiendo más la cultura a través de los medios el hombre de escasos recursos viviría más tranquilo y sin pensar en convencionalismos o vicios que a veces adquiere para escapar de su realidad.

Dentro de la libertad social ya mencionada encontramos lo que se llama "Libertad específica" y ésta se deriva de la social genérica, además como característica propia encontramos que se presenta en determinada órbita y en forma particular; así el Maestro Burgoa menciona entre éste tipo: La libertad de expresión, de pensamiento, de trabajo, de comercio, de imprenta etc.⁴⁴ o sea, que estas libertades específicas constituyen aspectos de la libertad genérica del individuo o también modos o maneras de actuar, éstas libertades específicas ya no son del tipo de la antigüedad, en que el hombre solo gozaba de una libertad civil o privada frente a sus semejantes y se veía regulada por las clases sociales privilegiadas, las cuáles cometían muchas injusticias, en base a éstos hechos injustos, a concepciones filosóficas del hombre, y a las reclamaciones de los sujetos de Derecho en la actualidad, el Estado se vió en la necesidad de consagrar la libertad privada o particular como pública y así en tal caso leyes en contra o para defender estos derechos y así fue como las libertades específicas se consagraron como Derecho Público ya que el Estado se obligó a respetar, estas garantías específicas entre otras son las que ahora conocemos como "Garantías Individuales" y que están contempladas en nuestra carta magna que es la Constitución, entre estas por supuesto está contenida la libertad de expresión como garantía individual.

44 Ignacio Burgoa Orihuela, Las Garantías Individuales
México, Porrúa, 1983, p. 301

Siendo un poco más concretos, nos damos cuenta que la libertad de pensamiento (o ideas) se encuentra totalmente ligada a la libertad de Expresión en su sentido más amplio, es decir utilizando todos los medios desde la palabra oral y escrita hasta las formas más técnicas y evolucionadas de comunicación . El Maestro Burgoa menciona entre algunos medios de la palabra oral y escrita para expresar las ideas; la radio, la televisión, el cinematógrafo, la prensa etc. ⁴⁵. O sea lo que conocemos como " Medios de comunicación colectiva" y dice que ésta libertad de expresión supone otras libertades o derechos como la libre discusión, la tolerancia, que sin la cual no es posible la libertad de pensamiento jurídicamente entendida; hablando de la libertad de expresión en su sentido más simple el Maestro Burgoa la Define de la siguiente manera: Es la manifestación verbal u oral de las ideas, pensamientos, opiniones etc. , que pueden tener lugar a través de conversaciones, discursos, polémicas, conferencias, y cualquier medio de exposición en general por conducto de la palabra ⁴⁶; también añade aquí el Maestro Burgoa a otros medios que también se pueden incluir tales como; obras de arte en sus diferentes manifestaciones ya sean musicales, pictóricas, escultóricas etc. así como su propia difusión (Los medios de comunicación colectiva ya mencionados)

La libertad de expresión es definida por Cepaldi como: la libertad de explorar, descubrir, formular, y difundir que es lo que sabemos, pensamos o sentimos ⁴⁷, para él la libertad de expresión

45 Ignacio Burgoa Orihuela, Las Garantías Individuales
México, Porrúa, 1983, p. 345

46 Ignacio Burgoa Orihuela, op. cit. p. 346

47 Nicholas Cepaldi, Censura y Libertad de Expresión
México, Asociados, 1975 p. 10

es el derecho de usar la maravilla de la comunicación para enriquecer nuestra cultura y sobre todo el milagro, de nunca dejar de --- aprender de las experiencias y conocimientos de otras personas así como poder expresar nuestros más preciosos sentimientos hacia nuestros semejantes.

Capaldi hace incapié y tiene mucha razón, en que la libertad de expresión no es solo un valor positivo dentro de la democracia sino que es algo esencial para ella. ¿ Por qué es esencial ? por que tiene que ver con el mundo académico y la cultura y lo que ocurre en el mundo académico tiene profundas implicaciones para el resto de la sociedad, puesto que una sociedad "libre" es una sociedad capacitada y así vemos que una amplia difusión de todas las --- clases de capacidad de una sociedad (Técnicas, políticas, sociales) no solo hace que esa comunidad funcione en forma adecuada si no que evita el retroceso de la libertad y autonomía individual; la pobreza falta de capacidad y de conocimiento en una sociedad pugnan o van en contra de su libertad; el Maestro Furgos menciona: "La libre manifestación de las ideas, pensamientos, opiniones etc. --- constituye uno de los factores indispensables para el progreso cultural y social ⁴⁶, yo le agregaría que es muy buen concepto siempre y cuando no se violen las disposiciones jurídicas respecto del contenido de dichas ideas, pensamientos, y mensajes que recibe esa sociedad, pero la realidad es cruel y como en todo en la libertad de expresión también hay vicios, los medios de comunicación tienen su lado positivo pero en lo que transmiten o hacen llegar al público existen muchas cosas negativas como se verá al final de éste segundo capítulo, yo estoy de acuerdo con Pascal citado por Capaldi cuando dijo: " Nos volvemos virtuosos no por nuestro amor a la virtud sino por el equilibrio de dos vicios opuestos, se requiere un vicio para controlar otro vicio y la virtud es un subproducto de --- un empate entre vicios opuestos, lo mismo puede decirse de la libertad individual somos libres no por nuestro propio poder sino ---

46 Ignacio Furgos Críhuela, Las Garantías Individuales
México, Porrúa, 1983, p. 344

por el equilibrio de dos poderes opuestos, la libertad es el subproducto automático de una contienda prolongada entre partes, fracciones, cuerpos⁴⁹. ¿ No será un subproducto de dos fuerzas opuestas, lo positivo y lo negativo o entre el bien y el mal ?

B) DERECHO A LA INFORMACION

Así como el individuo tiene la libertad y el derecho de difundir ideas y pensamientos, también tiene derecho a estar informado y recibir toda clase de orientación para organizar su vida y descubrir sus expectativas tanto individuales, familiares como sociales.

Pinto Mazal menciona cinco objetivos que debe perseguir la actividad informativa:

- 1.- Ofrecer noticias dentro de un contexto coherente
- 2.- Ser instrumento para la libre comunicación de opiniones
- 3.- Actuar como un reflejo correcto de los grupos sociales
- 4.- Valorar y potenciar los objetivos comunes de la colectividad
- 5.- Ofrecer a los ciudadanos una visión completa e imparcial de los acontecimientos.⁵⁰

Casi toda la información anterior es lograda a través del periodismo, aunque también recibe la ayuda complementaria de la Radio y la Televisión, particularmente creo que los noticieros televisivos son algo muy positivo en nuestros medios de comunicación, ya que muchas veces los ciudadanos como entes particulares pocas veces leemos un periódico; casi toda la información que se da a la sociedad en México es derivada de la prensa escrita; los cinco puntos antes mencionados son parte de la doctrina propia del "Estado social del Derecho" y se conoce como: "Teoría de Responsabilidad Social" y son parte de lo que se llama "Diálogo Social".

49 Nicholas Depaldi, Censura y Libertad de Expresión, México Asociados, 1975, p. 291

50 Jorge Pinto Mazal, Régimen legal de los medios de comunicación, Colectiva, México, TAM, 1977, p. 60

Varios autores sostienen que el Derecho de Informar no es materia de preocupación jurídica, Edwin Emery afirma; el derecho de informar no está salvaguardado por la ley y los precedentes jurídicos, como lo son el Derecho de imprimir y el de criticar⁵¹; y afirma que se funda más bien en un argumento filosófico y esto tiene su explicación ya que nadie puede obligar a un funcionario a platicar con un reportero por ejemplo, ya que ese funcionario también tiene el Derecho de Libertad de Expresión, se ha hecho una tradición de realizarlas llamadas "Conferencias de Prensa" pero para nadie son obligatorias, se han logrado gracias a la insistencia e iniciativa de la prensa, muchas de las reuniones importantes se llevan a cabo a puerta cerrada pero la prensa está conciente de que los individuos tienen el derecho de saber que es lo que acontece en su país, pero tampoco se puede olvidar que la libertad de prensa está ligada a las otras libertades; de expresión, de reunión, de petición, las cuales se deben de respetar además de que están a diferencia de ésta, legalmente constituidas.

Aún así la libertad de prensa tiene una gran importancia se ha dicho que es la piedra angular de todas las libertades, que es la mejor garantía del ciudadano contra la injusticia o arbitrariedad del Estado por eso al defender la libertad de prensa no solo se defiende el interés particular sino el interés público.

También Pinto Maral afirma que el Derecho a la información o Dígitelo Social casi en su totalidad realizado por conducto de la prensa escrita no puede ser plasmado en un ordenamiento legal; ya que los objetivos éticos de dicho dígitelo social suponen metas de perfeccionamiento totalmente voluntarias y que están constituidas en los códigos de ética profesional redactados por los propios interesados y menciona "Estos códigos suponen, a su vez, una jurisdicción eminente mente profesional y totalmente autónoma frente al poder ejecutivo"⁵²; o sea que el aspecto positivo del derecho a la información es que su libertad es fundamentalmente un problema de autocontrol voluntario

51 Edwin Emery, et, al, Las comunicaciones en el mundo actual Cali-Colombia, Norma, 1967 p. 84

52 Jorge Pinto Maral, Régimen legal de los medios de comunicación colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 61

de los medios informativos, aunque no por eso dejan de existir algunas limitaciones jurídicas al respecto, que si bien no son toda una legislación en cuanto a este derecho si contemplan cierta protección sobre los afectados cuando esta libertad de información se presenta con abusos.

Mazal define la libertad de información como el derecho de informar cada persona libremente y sin trabas haciendo uso de las fuentes de información disponibles y procurándose libremente los informes necesarios ⁵³. O sea que la libertad de información lleva consigo, la libertad de buscar y recoger datos; transmitirlos y comunicar los; publicarlos, esparcirlos, emitirlos o difundir noticias, ideas u opiniones. Entonces nos damos cuenta que al hablar de libertad de información en general encontramos que esta está contenida en dos aspectos: "La libertad de emitir" y la de "recibir" sin trabas justificadas las ideas y noticias; es de aclarar que ésta última supone igualmente para cada individuo el derecho de ser plenamente informado, el derecho de disfrutar y apropiarse de los conocimientos, expresiones y experiencias de otros que por su libre voluntad manifiestan sus puntos de vista, cabe distinguir que mientras la libertad o el derecho de información es la contra-parte o respuesta a la libertad de expresión, ésta es la prolongación, la respuesta es práctica, de la libertad individual de pensamiento y de opinión que se convierte en libertad "colectiva" y que a su vez la libertad de pensamiento que es el principio de todo este proceso, es el derecho de todo ser humano de expresar su opinión libremente y sin trabas por los medios adecuados y que tras como resultado que el auditorio tenga el derecho de recibir esa manifestación de ideas de la manera más fiel posible y así estar plenamente informado.

El Maestro Burgos alude a los orígenes de este derecho a la información y menciona que el Papa Juan Pablo XXIII expidió una encíclica en la que se declaraba que " todo hombre tiene derecho a una información objetiva" Y que José Cabrera Parra expresó en un decreto sobre medios de comunicación social proveniente del concilio ecuménico del Vaticano II que " Existe en el seno de la sociedad --

53 Jorge Pinto Mazal, Régimen legal de los medios de comunicación colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 40

humana el Derecho a la Información sobre aquellas cosas que convienen a los hombres, según las circunstancias que cada cual, tanto particularmente como constituido en sociedad, tienen.⁵⁴

Ambas ideas sobre el derecho a la información son muy acertadas y sobre todo muy cercanas a la realidad puesto que el hombre en sociedad necesita estar bien informado para conocer el ámbito de sus expectativas tanto en su vida particular como en su relación con los otros individuos. Conceptuando este derecho en su dimensión social encontramos que su ejercicio (Dice el Maestro Furgoa citando a José María Desantes) se traduce en tres formas prácticas llamadas: Propaganda, noticia y opinión pública⁵⁵.

La propaganda afirma Desantes es la transmisión de una idea o ideología por medios publicitarios teniendo una dosis mínima de objetividad ya que estará sujeta a la natural discrepancia de criterios por parte de los sujetos receptores de la misma, o sea que más bien en la práctica se presenta para respaldar sobre todo actividades comerciales aconsejadas por especialistas en la materia.

La noticia por su parte es dar a conocer públicamente un objeto, un acontecimiento o un fenómeno real, o sea que es mucho más objetiva o debe ser, para que sea menos discutible, pues de las noticias que se reciben a cerca de muchos acontecimientos que afectan la vida humana depende también la seguridad y paz pública.

54 Ignacio Furgoa Cribuela, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 653

55 Ignacio Furgoa Cribuela, op. cit. p. 657

En cuanto a la opinión, ésta se encuentra en una situación intermedia ya que si el proceso de la ideología es correcto tendrá cubierto el blanco de la noticia verdadera y objetiva; dentro de estos tres conceptos encontramos que el que más sintoniza con lo que el derecho a la información significa es la noticia.

El Maestro Burgoa afirma que el derecho a la información es en cualquiera de sus manifestaciones (propaganda, noticia u opinión), un aspecto del ejercicio de la libertad de expresión de las ideas⁵⁶ o sea que la libertad de expresión y el derecho a la información es un conjunto que traducido al lenguaje técnico de la comunicación dará como resultado los elementos ya estudiados en el proceso de la comunicación que se conocen como Emisor y Receptor, los cuáles son indispensables para una sociedad que pretenda un verdadero desarrollo social, por supuesto siempre y cuando lo que se comuniqué sea realmente digno de expresarse.

C) MARCO JURIDICO

El Derecho entra en acción al hablar de la libertad específica- "Libertad de expresión", sin dejar de mencionar, (aunque no se le gisla jurídicamente) el derecho a la información (contraparte a esa libertad de expresión) como ya se vió; y muestra que principal- mente dicha libertad social no es absoluta o sea, no está exenta - de ciertas restricciones o limitaciones, el fin que persigue el de recho con tales limitaciones es precisamente asegurar el orden so cial, si no fuera de esta manera afirma el Doctor Burgoa, o si a - cada quién se le permitiera actuar de forma ilimitada, la ---

56 Burgoa Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 659.

vida social se destruiría en virtud de la constante violencia que surgiría entre dos o más sujetos. Santo Tomás de Aquino afirmó - por ejemplo, que la finalidad de toda persona debería perseguir - la consecución del bien, el cual tiene que ver con su naturaleza racional, pero ¿qué podemos decir del ser humano en la actualidad que muy a menudo estamos unos contra otros ? entonces el Doctor Burgoa concluye que: "Las limitaciones al libre albedrío humano, se establecen por el Derecho y que son necesarias para que -- una sociedad exista⁵⁷, y esto también se tendría que aplicar a la libertad de expresión y a los medios de comunicación en general - como instrumentos de comunicación de una forma más eficaz.

Por eso en la Declaración de los Derechos del Hombre se consigna el criterio de limitación a la libertad y encontramos dicho supuesto en su artículo 4º que disponía; la libertad consiste en poder hacer todo lo que no daña a otro, de ahí que los derechos naturales del hombre no tengan mas limitaciones que los que aseguran a los otros miembros de la sociedad el goce de esos mismos derechos, y por eso se declaró que la libertad del individuo debería restringirse en aquellos casos en que su ejercicio significara un ataque o vulneración al interés estatal o interés social o en las áreas del interés particular y en beneficio del Estado o sociedad.

El derecho, al encontrar violaciones a estas restricciones en nada de el mismo, va a juzgar tomando en consideración el caso concreto de que se trate o la libertad específica de que se trate o sea de una norma general al caso concreto, ahora es difícil en ocasiones determinar cual es el interés social o estatal para el caso concreto y así por ejemplo sostiene el maestro Burgoa que ni las leyes de garantías indican en que casos se está en presencia del interés social estatal, o público para limitar libertades específicas, o sea que la mayoría de las veces los ordenamientos jd

57 Ignacio Burgoa Cribuela, Las Garantías Individuales

rídicas se concretan solo a mencionar el interés del Estado como relativo a la sociedad humana en sus diferentes manifestaciones; por consiguiente pertenece a la jurisdicción o a la administración establecer en cada caso concreto cuando se vulnera el interés social o estatal por el desarrollo de una determinada libertad específica.

El punto anterior lo considero de mucha importancia porque le corresponde al juzgador en el caso concreto, especificar o determinar si existe o no culpabilidad en un sujeto que cometió un delito sexual por ejemplo, o un acto en contra de la moral pública, y por supuesto si perturbó (que eso sería claro) el interés público, entonces ¿Cuál va a ser la actitud a seguir en el juzgador ? lo más probable es que se interrogue al acusado y se siga el proceso para determinar la existencia del delito pero podría éste sujeto sin que él mismo se diera cuenta o el juzgador el cuál se concretaría a aplicar la pena o sanción correspondiente marcada por la ley, ser una víctima del abuso del derecho de la Libertad de Expresión de " otros " individuos a través de los medios de comunicación; no por lo anterior se tendría que dejar de castigar al acusado pues el delito " Debe ser sancionado por las leyes penales " pero al comprobarse dicha hipótesis se vería la necesidad de no permitir violaciones o abusos de esa libertad de expresión en perjuicio de infinidad de sujetos en nuestra sociedad. ¿ Por qué menciona esto ?; en nuestra legislación existen ordenamientos que prohíben aludiendo a este caso concreto, la publicación o circulación de material obsceno, bastaría mencionar el artículo primero del convenio internacional para la represión de la circulación y del tráfico de publicaciones obscenas aprobado por el Poder Legislativo y por iniciativa del ejecutivo el 29 de Diciembre de 1948 para su observancia en los Estados Unidos Mexicanos, que es citado por Karal en su estudio referente a los

límites de la libertad de imprenta y que dice: "Deberá ser castigado el hecho:

- I.- De fabricar o tener en posesión escritos, dibujos, grabados, pinturas, impresos, imágenes, anuncios, emblemas, fotografías, películas cinematográficas u otros objetos obnoxious con el fin de comerciar con ellos, distribuirlos o exponerlos públicamente"⁵⁸

¿ Qué es lo que actualmente fomentan infinidad de publicaciones de este tipo y que muchas de ellas se exhiben y venden en "Simples puestos de periódicos" en las esquinas de las calles mexicanas ? ¿ Tendrá algún efecto sobre los sujetos de Derecho que cada día aunque no se lo propongan, están continuamente en contacto por lo menos visualmente en dichas revistas en los lugares citados en plena vía pública ?

Ya hemos indicado en el capítulo anterior que el ser humano - desde que se despierta sale a la calle y tiene una curiosidad innata muy grande de saber que le espera en ese día y la gran mayoría si no compra un periódico para enterarse de las noticias - por lo menos, se detiene ante un puesto de periódicos a leer los encabezados . ¿ Y qué ve ahí ? ejemplares sugestivos de revistas y todo tipo de publicaciones que están hechos para llamar de una manera psicológica la atención del público, en un hogar con fuertes convicciones y donde la unión familiar y educación tienen un papel principal puede ser que esto no traiga consecuencias, ¿ Pero que se dirá de aquel hogar destruido donde el mal ejemplo impera y la violencia es casual ? muchas familias mexicanas están en casos así de graves y si a eso le añadimos que existen mensajes publicitarios en televisión psicológicamente planeados para sugerir determinadas bebidas embriagantes, mezcladas en escenas en donde se incita al acercamiento sexual ¿ Qué resultados podrá generar esta combinación de influencias auditivas y visuales en dichos medios de comunicación ? ; volviendo al caso citado la

58 Jorge Finto Maral, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 263

límites de la libertad de imprenta y que dice: "Deberá ser castigado el hecho:

I.- De fabricar o tener en posesión escritos, dibujos, grabados, pinturas, impresos, imágenes, anuncios, emblemas, fotografías, películas cinematográficas u otros objetos obscenos con el fin de comerciar con ellos, distribuirlos o exponerlos públicamente."⁵⁸

¿ Qué es lo que actualmente fomentan infinidad de publicaciones de este tipo y que muchas de ellas se exhiben y venden en "Simples puestos de periódicos" en las esquinas de las calles mexicanas ? ¿ Tendrá algún efecto sobre los sujetos de Derecho que cada día aunque no se lo propongan, están continuamente en contacto por lo menos visualmente en dichas revistas en los lugares citados en plena vía pública ?

Ya hemos indicado en el capítulo anterior que el ser humano - desde que se despierta sale a la calle y tiene una curiosidad - innata muy grande de saber que le espera en ese día y la gran mayoría si no compra un periódico para enterarse de las noticias - por lo menos, se detiene ante un puesto de periódicos a leer los encabezados ¿ Y qué ve ahí ? ejemplares sugestivos de revistas - y todo tipo de publicaciones que están hechos para llamar de una manera psicológica la atención del público, en un hogar con fuertes convicciones y donde la unión familiar y educación tienen un papel principal puede ser que esto no traiga consecuencias, ¿ Pero que se dirá de aquel hogar destruido donde el mal ejemplo impera y la violencia es normal ? muchas familias mexicanas están en casos así de graves y si a eso le añadimos que existen mensajes publicitarios en televisión psicológicamente planeados para sugerir determinadas bebidas embriagantes, mezclas en cocteles - en donde se incita al acercamiento sexual ¿ qué resultados podrá a generar esta combinación de influencias auditivas y visuales - en dichos medios de comunicación ? ; volviendo al caso citado la

58 Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 263

pena se aplica pero, ¿ Dicho sentenciado no podría ser un producto de la enajenación publicitaria más que del dolo ?

¿La pena necesariamente irá acompañada de la justicia al determinar la culpabilidad, el citado jugador ?

Comparto la opinión de Capaldi cuando cuestiona " Los hombres - están dotados de juicio para usarlo, puesto que pueden hacerlo en forma errónea, ¿ Hay que decirles que no deben usarlo en absoluto ?⁵⁹ yo opino que deben usarlo y la ley se debe de cumplir; pero sería bueno comenzar por controlar el descaro de quienes abusan de la libertad de expresión y de la necesidad del que posee el derecho a la información, el hombre es afectado por todo aquello que ve y escucha en su diario caminar.

Es entonces bueno recalcar que el pensamiento, las ideas, adquieren un poder que puede ser inmenso en la medida en que saliendo del cerebro de los pensadores e ideólogos y utilizando cualquiera de los medios de expresión, pasan a formar parte de la conciencia de las masas y colectividades por eso es de suma importancia lo que se exprese a través de ellos.

El Maestro Furgas afirma que una garantía individual es aquella relación jurídica que genera a sus sujetos derechos y obligaciones⁶⁰, sea que tanto la libertad de expresión como el derecho a la información son garantías individuales que los particulares tienen frente al Estado; ahora ¿ Cuáles son las obligaciones y derechos de ellos en esta relación jurídica ?

El Estado y Derecho público subjetivo tiene la obligación de respetar la manifestación de las ideas, pensamientos u opiniones de sus gobernados " Sin coartarlos a menos de que se violen los límites constitucionales que al respecto existen; por su parte los gobernados tienen el derecho para hablar sobre cualquier materia sus

59 Nicholas Capaldi, Censura y Libertad de Expresión, México Asociados, 1975, p. 26

60 Ignacio Furgas Orihuela, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 346.

tentando los criterios con los que estén de acuerdo, sin que se vean impedidos por la fuerza estatal en los términos ya mencionados, entonces el derecho posee una obligación de " No hacer " o " no coartar " la libre expresión y el portador de esa libertad de pensamiento debe de informar o publicar lo que desea sin rebazar los límites que el Estado le impone.

Por otro lado en lo que se refiere al Derecho a la información el Estado también debe de garantizar ese derecho a sus gobernados y esta información debe ser oportuna y veráz para que también los gobernados tengan una mejor participación democrática; cabe aclarar que el Estado no puede regular la prensa que es el principal-medio de dicha información de una forma completa y absoluta ya -- que cualquier ley que al efecto se expidiese coartaría a su vez -- la libertad de expresión, y entonces estaríamos ante un conflicto de derechos, en cambio la radio y televisión si se pueden o de hecho ya están reguladas jurídicamente mediante las leyes federales correspondientes de las cuáles se hablará posteriormente.

Finto Macal afirma que para una correcta regulación jurídica - del derecho humano a la libertad de expresión y derecho a la información deben tomarse en cuenta los tres pilares fundamentales- para ello y éstos tres pilares o estatutos que dicho autor menciona son:

- A) La Empresa
- B) La Publicación o Contenido
- C) La Profesión ⁶¹.

Y menciona que de la coherencia y armonía de estos tres compartimentos; nace todo el conjunto de la ordenación jurídica o sistema legal aplicable al hecho informativo, y afirma que dichos estatutos dan como resultado los tres sectores circulares que integran dicho sistema jurídico de la información y que se traducen a : Poder, economía y política, y afirma que el estatuto de la empresa-- es marcadamente económico, el de la publicación se refiere a los -

⁶¹ Jorge Finto Macal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977. p. 42

derechos de la persona humana (La libertad de expresión) o sea de carácter eminentemente moral, y el de la profesión que se refiere más que todo el aspecto político.

En nuestro sistema jurídico existen varios ordenamientos donde se contemplan o regulan de alguna manera el derecho a la información y sobre todo la libertad de expresión entre algunos - de éstos ordenamientos encontramos; nuestra carta magna La Constitución, que garantiza las libertades específicas ya citadas, - el código penal que sanciona lo contrario a los límites constitucionales relativos a dichas garantías; la ley de imprenta, la ley de salud y así como otras leyes y reglamentos federales como la ley federal de radio y televisión, los cuales se analizarán en el último capítulo de éste trabajo.

Regresando un poco a los estatutos como base jurídica de actividad informativa nos dice Mazal, que la empresa de prensa y empresas que gestionan los servicios conexos pertenecen en propiedad a personas particulares⁶²; o sea individuos, sociedades comerciales o instituciones, quienes crean libremente estas empresas, eligen su forma jurídica y los hacen funcionar de acuerdo al derecho común. Existen ciertas limitaciones en esta libertad empresarial y a la vez cuentan con ciertos privilegios como exenciones fiscales, franquicias postales, tarifas de favor en los servicios públicos de comunicación etc. y las restricciones principalmente surgen para evitar concentraciones monopolísticas ya que es contrario a nuestra legislación.

Dentro de este apartado llamado empresa también encontramos la industria de la radio televisión y cinematografía que se organiza previa conceción del Estado, en cuanto a la información le corresponde o es característica más que todo de la empresa - periodística, la radio va más bien orientada hacia la actividad musical, la televisión muestra el mundo político, deportivo, -- cultural, artístico, pero su papel decisivo va encaminado a la-

62 Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los medios de comunicación colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 45

diversión y a la educación y por último la empresa cinematográfica, que concretamente se orienta por encima de la noticia más -- bien al espectáculo o entretenimiento vistoso y espectacular.

De las anteriores actividades lo que realmente se conserva un poco mejor es la información periodística o prensa, puesto que en lo que se refiere a la televisión, cine o radio se encuentran más bien intereses particulares encaminados a lucrar, que a informar o a "Educar " a la sociedad mexicana, y por eso estoy en parte de acuerdo con la afirmación de Pinto Mazal cuando dice " La última - esperanza de libertad del hombre en una sociedad industrial y democrática esta en la información, mas concretamente: en la información de actualidad, que llevan a cabo los periódicos" ⁶³; ¿ Por qué sólo en parte estoy de acuerdo ? es cierto que los programas en radio, televisión, cine cada vez son menos positivos y que lo que mas tiene seriedad es la prensa o en este caso los periódicos pero también hay que aclarar que en ellos, desgraciadamente o en algunos se presentan fotografías sugestivas e inmorales que ya se podrían catalogar como obscenas, es verdaderamente decepcionante - ver que con anterioridad dichas fotografías o grabados de mujeres desnudas se encontraban en sus paginas "interiores" pero ahora -- existen publicaciones aunque hay que aclarar que no son los diarios principales, que presentan dichas fotografías como " entrete - nimiento y diversión" en sus portadas ; Con qué objeto ? ¿para -- vender dichos periódicos en mayor cantidad? ¿ qué nos estan que-- riendo decir estas empresas periodísticas ?, desafortunadamente - han caído en el juego psicológico de la publicidad que para todo - bien u objeto o servicio que pretenden " vender " lo acompañan -- con escenas, (En la televisión es muy frecuente) donde hace uso de él o de ellos una mujer que generalmente lleva poca ropa .El - Estado y el Derecho realmente estan haciendo algo poderoso por -- controlar todas estas empresas y llevar así a los sujetos de Dere - cho Educación y altos valores sociales como lo dice en los princi - pios rectores contenidos en las leyes federales ?, mi opinión es:

63 Jorge Pinto Mazal, Régimen legal de los medios de comuni - cación colectiva, México, U.N.A.M. 1977. p. 53

las leyes mexicanas tienen principios sublimes y de una inteligencia suprema, pero en la práctica están muy distantes de la realidad debido a otro mal que nos aqueja que es la corrupción de algunos o muchos que teniendo en su mano llevar a cabo los hermosos valores del Derecho y de la Justicia prefieren pasar por alto muchas de estas situaciones; los medios de comunicación y estas empresas siguen afectando nuestra individualidad de una forma muy poderosa.

El Segundo Estatuto referido es el de la publicación o responsabilidad del contenido de la información.

Mediante este estatuto nos dice Mazal se tiende a garantizar un ámbito de justa impunidad a la información; delimita las fronteras entre el uso legítimo de la libertad de expresión y el abuso de dicha libertad. El campo específico de este estatuto no es sin embargo, de los delitos formales o de carácter procesal, pero al no funcionar en forma adecuada los órganos administrativos en cargados de la vigilancia de los contenidos de dichas ideas se va dejando que los sujetos de Derecho se acostumbren a las influencias ya mencionadas con anterioridad.

Al hablar de el contenido de las transmisiones por ejemplo de la televisión es bueno tomar en cuenta lo que dice Ethiel Cervera cuando afirma: " La televisión es por ahora el medio que más apasiona a la familia mexicana y su alcance se extiende cada día más, este medio logra más impacto por sus elementos tan importantes como las imágenes en movimiento, el gesto, la acción y los sonidos, el lenguaje de la música, el color, en suma elementos que magnifican el sentido de cada una de las palabras"⁶⁴, y sin embargo observamos en la televisión que casi toda su programación no es constructiva, y si a eso le agregamos los mensajes de sexo, violencia, y otros por el estilo, se llega a la conclusión que a ve

64 Cervera Ethiel, Publicidad Lógica, México, Ed. México, 1967, p. 43

ces es mejor aprovechar el tiempo en otras actividades distintas a ser "preso" de este medio de comunicación que aunque siendo una maravilla como invento científico también es "enajenante".

El Estatuto de la publicación dice Beneyto citado por Mazal, hace referencia exclusiva a los llamados delitos materiales, o realizados a través de los medios informativos que daña específicamente los bienes jurídicos del individuo y de la sociedad y afirma Mazal que dos aspectos deben ser considerados al hablar de este estatuto de publicación que son: Los principios jurídicos que debe inspirar el ordenamiento jurídico de la responsabilidad penal deducida de las posibles infracciones, y cuáles son en concreto esos bienes jurídicos del individuo y de la sociedad que debe protegerse contra un posible abuso del Derecho ciudadano a la libertad de información.⁶⁵ y menciona entre los constantes legales de la regulación de responsabilidad penal, derivada de la utilización de los medios de difusión colectiva las siguientes:

- 1.- Exclusión de toda medida preventiva sobre los contenidos que se difundan.
- 2.- Las medidas represivas posteriores tienden únicamente a evitar el abuso de la libertad de expresión.
- 3.- Los límites de la libertad deben ser establecidos por una ley parlamentaria o legislativa.
- 4.- Toda limitación de la libertad debe ser interpretada restrictivamente.
- 5.- Solo los tribunales ordinarios son competentes para sancionar civil y penalmente los delitos cometidos por medio de los instrumentos de difusión colectiva.⁶⁶

En el único punto en donde no estoy de acuerdo con Mazal es el primero, porque creo no se deberían de excluir las medidas de prevención sobre los contenidos que se difunden, precisamente porque se excluyen estas prevenciones, el sujeto de derecho es manipulado por una serie de corrientes y pensamientos que en vez de orientarlo a lo positivo lo llevan a lo negativo y después nos sorprende -

65 Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los medios de comunicación colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 55

66 Jorge Pinto Mazal, op. cit. p. 55

mos de la cantidad de delitos y abusos que se dan en nuestra sociedad, mi opinión precisamente es que se tomaran dichas medidas preventivas para realmente "Regular" el contenido de lo que oímos, vemos y sentimos con respecto de la influencia de los medios, y de esa manera se protegerían en gran medida dichos bienes jurídicos - individuales y sociales como lo son: La Democracia, la Seguridad Pública, la Defensa del Orden, la Prevención del Delito, la Protección de la Salud y la Moral, el prestigio de las personas en su -- mas alto nivel, y así como los tutelados en nuestro código penales como el honor, difamación, calumnia o injuria, y estos últimos a mi manera de ver, casi en la totalidad de nuestra sociedad-- constantemente vituperados en contra de cada uno de nosotros, puesto que si es triste que la inteligencia humana sirva para llevar a través de dichos medios de comunicación tan gran cantidad de influencias negativas, es mas triste que los sujetos de derecho tengamos que estar escapando en ocasiones a esa destructiva enajenación.

Mazal también define el estatuto de la profesión y dice que es aquel que busca garantizar el funcionamiento de los periodistas como hombres que, con un título profesional reconocido llevan a cabo una actividad no pública sometida a un contrato de alquiler de servicios con una empresa periodística ⁶⁷; o sea que este estatuto se refiere a una sólida organización profesional que permite a los periodistas estar protegidos en su actividad por un ente colegiado - con personalidad jurídica autónoma diferente a la administración.

Este órgano colegiado es el responsable de velar porque se reconozca como profesional a la prensa, vigilar la pureza e independencia de su actividad y el cumplimiento de los derechos profesionales de esos periodistas.

La prensa no puede defender sus propios intereses ya que debe - más bien de defender el interés público, de esa necesidad de tener alguien que defienda dichos intereses nacen precisamente las organizaciones ya citadas.

67 Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 57.

Es importante mencionar que las responsabilidades que se derivan de las actividades informativas van a ser sometidas a las reglas - del derecho común muy frecuentemente y especificando al Derecho Penal; y que la información debe cubrir dichas responsabilidades procurando instrumentar el diálogo social de una forma democrática.

D) LIMITES JURIDICOS A LA LIBERTAD DE INFORMACION.

Como ya se mencionó la libertad de información no puede ser, ni es absoluta en nuestro país, ya que para que realmente exista libertad de expresión y que a la vez se conserve el orden público, - dentro del diálogo social entre gobierno y gobernado así como entre individuos particulares, se necesitan ciertas restricciones a ésta libertad, las cuales asegurarán los bienes jurídicos que cada sujeto de derecho posee; por un lado debe haber libertad de información pero por otro lado deben existir ciertos límites para esa libertad.

Varios autores coinciden al analizar las leyes mexicanas al respecto y mencionan entre los límites a la libertad de información - los siguientes:

Ataques a la vida privada, ataques a la moral pública, ataques a la paz pública, delitos contra la moral pública y las buenas costumbres, delitos contra la seguridad de la nación, difamación oral y escrita y en general cuando la libertad de información o expresión genere algún delito.

Al hacer referencia a la libertad de información se alude más bien a la libertad de imprenta ya que como se ha estudiado, la --

prensa es el principal medio de propagar la información sobre cualquier materia, luego entonces los límites a la libertad de información se refieren a los (Límites para la libertad de prensa) en su sentido práctico de desenvolvimiento.

Resulta importante hacer notar lo que el Maestro Burgoa afirma del propósito de la prensa la cual es generada de la impresión de ideas, y dice lo siguiente: " La libertad de imprenta no solo es - un medio de depurar la administración pública para sanarla de sus despropósitos y desaciertos mediante una crítica sana, sino un estímulo para los gobernantes honestos y competentes que deben ver - en ella el conducto de la aguilatación justa de su gestión" ⁶⁸; por lo regular la prensa lo que hace para depurar la administración pública es hablar de los gobernantes calificándolos de honestos o de dishonestos o sacando a relucir, informando a los gobernados sobre las malas decisiones que los dirigentes toman o de los fraudes en los que incurrir y todo esto es cierto y se debe de saber; pero - tales críticas van enfocadas más al aspecto económico del país; pero tenemos que tomar en cuenta que el problema económico no lo es todo y que México es un lugar donde la persona que realmente desea trabajar encuentra una manera lícita de hacerlo (Ahí cuando también se habla de desempleo) mi opinión es que se debe de desenvolver primeramente que funcionarios están a cargo de vigilar la paz y moral pública principalmente, pues ¿ De qué le sirve a un país - contar con todos los recursos económicos y no tener paz, o no tener moral ?, de ahí que la prensa debería de comenzar como se expresó en el inciso relativo al marco jurídico a criticar las publicaciones que tiene otros fines muy distintos a propagar la cultura o actividad intelectual, así como a los funcionarios encargados de vigilar los límites de la libertad de información para que esta no degenera como lo dice el Maestro Burgoa en el " Libertinaje Publicitario "; todo lo que se publica o imprime tiene como contenido - ideas y opiniones pero se tiene que recordar que dicha comunicación lleva el propósito de " impactar" a quien recibe esa informa-

68 Ignacio Burgoa Crikuela, Las Garantías Individuales, México Porrúa, 1963, p. 354

ción, jurídicamente observa que la libertad de imprenta tiene principalmente los límites de respetar la vida privada, la moral y la paz pública y afirma el Maestro Eurgoa al referirse a los orígenes de dichas limitaciones: " En la mente del constituyente no estuvo la intención de tutelar jurídicamente el simple hecho de escribir, sino el deseo de proteger la manifestación pública de lo que se escribe, que no es otra cosa que su publicación o emisión"⁶⁹; sin embargo existen una gran cantidad de publicaciones, folletos y revistas que mencionan en sus contraportadas la expresión " Registro en trámite" o derechos de contenido en trámite" ¿ Por qué están a la venta y en circulación si todavía no se ha permitido - suguestamente su distribución al público o aún no se ha aprobado su contenido ? ¿ Será porque como se dijo en el inciso anterior - son publicaciones que violan los límites de la libertad de imprenta principalmente el de la moral pública ya que fomentan obtenidas y todo tipo de mensajes que no tienen que ver nada con la cultura de un pueblo ?

Todo aquello que se publique y se dirija al público tendrá gran influencia en aquellas personas que lo leen, lamentablemente los gobernados principalmente de escasos recursos como no pueden educarse en una escuela so-pretecto de problemas económicos recurrentes en su formación a esa gran variedad de literaturas vulgarmente conocidas como " Baratas" y ahí que su mentalidad la mayoría de las veces no sea muy positiva o conforme a lo que el derecho desea.

El Maestro Eurgoa afirma respecto de los ataques a la vida privada, la moral y la paz pública" es cierto que en muchas ocasiones se transgreden tales limitaciones; pero debe decirse que es " preferible " que se abuse de la aludida libertad, a que se restrinja de cualquier modo con base en el pretexto de que, por medio de ella, se calumnia, se difama o se propicia la alteración del orden público"⁷⁰

69 Ignacio Eurgoa Orihuela, Las Garantías Individuales. México Porrúa, 1963, p. 356

70 Ignacio Eurgoa Orihuela, op. cit. p. 355

Mi posición es que aunque sea necesario a veces establecer prioridades en el cumplimiento de las normas o el bien común; las leyes fueron hechas para cumplirse y no para violarse y es un deber que el Estado tiene que ejercer su función coactiva en presencia de dichas violaciones, el mismo Maestro Burgoa lo afirma o parecería que se contradice al decir " La obligación negativa o abstención jurídica que tienen a su cargo el Estado y sus autoridades - (administrativas, legislativas o judiciales) se rebela en tres inhibiciones específicas: " No coartar o impedir la manifestación de las ideas por medio de escritos (libros, folletos, periódicos, etc) salvo las excepciones constitucionales de que ya hablaremos"⁷¹ ; el Maestro Burgoa al referirse a dichas excepciones nos habla de ataques a la vida privada, la moral y la paz pública, cierto es que mientras que con dichas violaciones a los límites de la libertad de información no se genere o no se compruebe otro delito el Estado permanecerá pasivo en su función coactiva, pero eso no quiere decir que no se deba castigar a quien no respete esos límites por el simple hecho de violarlos y mucho menos que " sea preferible " a coartar la libertad de expresión como lo afirma el Maestro Burgoa, puesto que ¿ De que sirve la maravilla de la comunicación si no hay algo positivo que comunicar ?

Los ataques a la vida privada es como se dijo, uno de los límites a la libertad de información, Pinto Mazal nos dice que la vida privada es aquella actividad íntima de las personas que tienen que ser respetadas por todo el mundo y debe estar garantizada su inviolabilidad, por el Estado, aún en oposición al ejercicio del derecho de la libre manifestación de las ideas y de la prensa⁷², y él hace la distinción entre el honor y la reputación que son los elementos que constituyen lo que se conoce como personalidad-

71 Burgoa Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 357

72 Pinto Mazal Jorge, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 175.

del individuo; y encuentra que el honor es un elemento subjetivo o sea es la idea o apreciación que cada persona hace de sí misma, - mientras que la reputación, es la idea que de esa persona es formada dentro de la colectividad donde se desenvuelve, y concluye al - hacer ésta distinción, que el honor (Subjetivo) solo puede ser ofendido y la reputación a la vez ofendida y destruida .

Estos valores internos o espirituales del ser humano son protegidos por el Estado para que la prensa no ejercite la acción de violarlos o los otros medios de comunicación en general, ya que - son el patrimonio íntimo del mismo, el honor del ser humano menciona Mazal puede ser atacado en diferentes maneras que constituyen fundamentalmente tres delitos que antes se conocían como uno solo, el de "injurias", gracias al avance de la técnica jurídica se pudieron separar y ahora se distinguen de la siguiente manera: el de injurias propiamente dicho (El cuál ataca el honor en su sentido subjetivo) y los de difamación y calumnia que atacan más que todo la reputación del individuo, o sea deforma su imagen para con la colectividad, y define la injuria como " Toda expresión o toda acción ejecutada para manifestar desprecio a otro, o con el fin de hacerle una ofensa" ⁷³ o sea que publicamente se puede dar información acerca de una o varias personas, pero si esa información o crítica va en contra de su individualidad se constituye así en un delito en contra de ese individuo, esto implica por supuesto, una actividad dolosa de quien es el sujeto activo del delito.

Por su parte el Maestro Lugo afirma que definir lo que es la vida privada es muy ambiguo ya que en cada sujeto de Derecho se encuentran una gran cantidad de matices en cuanto a su personalidad; pero también coincide con Mazal y afirma además de tomar en cuenta lo anterior, que el derecho a la información solo debe prohibirse en aquellos casos en que los ataques a la vida privada de

73 Jorge Pinto Mazal, Régimen legal de los medios de comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977 p. 177

un individuo constituyan un delito contra las personas en su honor, tales como la injuria, la difamación y la calumnia ⁷⁴. Y menciona que el Congreso de la Unión no se ha preocupado por delimitar el criterio de "ataques o faltas de respeto de la vida privada" como limitativo o prohibitivo de la libertad de imprenta, y que sería algo muy positivo que se estudiaría ese punto más a fondo para evitar la vaguedad, elasticidad y demasiada amplitud que tiene la expresión "vida privada", mi opinión es que el término de vida privada no es tan ambiguo como dice el Maestro Burgoa, cierto es que cada persona es diferente y puede sentirse atacada en su vida íntima por alguna publicación en su contra por medio de la prensa: otro sujeto ajeno a dicha publicación también se puede sentir lastimado en su integridad espiritual, pero aún así es bueno recordar que la vida privada también se puede definir de acuerdo a lo que en una sociedad se comprende por bien común; entonces partiendo del bien común o interés del Estado se puede definir mejor lo que es la vida privada de cada quién.

La calumnia se define como el imputar a otro un hecho determinado y calificado como delito, por la ley, si este hecho es falso, o es inocente la persona a quién se imputa o presentar denuncias quejas o acusaciones calumniosas, entendiéndose por tales aquellas en que su autor imputa un delito a persona determinada, sabiendo que esta es inocente o que aquel no se ha cometido; y la difamación - en comunicar dolosamente a una o más personas, la imputación que se hace a otra persona física, o persona moral, en los casos previstos por la ley, de un hecho cierto o falso, determinado o indeterminado, que pueda causarle deshonra, descrédito, perjuicio o exponerlo al desprecio de alguien ⁷⁵.

74 Ignacio Burgoa Cribuela, Las Garantías Individuales México, Porrúa, 1983. p. 358

75 Jorge Pinto Macal, Régimen legal de los medios de comunicación colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 178

Tanto las personas físicas como las morales pueden ser sujetos pasivos de la difamación: es importante aclarar que para que se proceda en contra de el autor de las injurias se requiere querrela de la parte ofendida, ahora que si la ofensa es a la Nación o alguna Entidad Federativa o al Presidente de la República la querrela se presentará por medio del Ministerio Público.

Otra limitación a la libertad de imprenta es cuando se altera por ello la paz pública este criterio a diferencia del anteriores mas preciso; la paz pública es un sinónimo de tranquilidad y dentro de los delitos que pueden surgir de esta limitación encontramos como lo describe el Maestro Burgoa; traición a la Patria, rebelión, sedición, desordenes públicos etc. ⁷⁶

A este delito en contra de la paz pública también se le llamó de "disolución social" y se entiende por la difusión de las ideas que vayan en contra de los programas gubernamentales o contra el sistema jurídico; aún cuando haya caído en desuso en México.

La moral pública también es otra limitación a la libertad de prensa, la moral afirma el Maestro Burgoa, también es variable y ambigua como para formar una pauta acerca de ella y restringir - así la libertad de información, luego entonces se puede nombrar - entre algunos de los delitos que surgen al violar o abusar de esta libertad los ultrajes a la moral pública que se refiere a la publicación y circulación de material obsceno, que ya se mencionó - la corrupción de menores etc. así afirma Finto Mazal que el derecho en general, con relación a la moral tiene por objeto mantener el mínimo ético indispensable para la buena convivencia social en un determinado momento histórico.

Efectivamente los límites a la libertad de información se pueden hacer efectivos de una forma así como particular general; pero por lo regular en casos concretos como difamación, injurias, etc. pero dichas violaciones a esos límites no considero que sean-

76 Burgoa Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983 p. 361

tan importantes en sujetos particulares en comparación, a cuando se lesionan a miles de personas en cuanto a moral pública se refiere, tal vez la moral a la luz del derecho como lo dice el Maestro Burgoa sea un término muy ambiguo pero a nivel psicológico causa grandes destrozos sobre todo a aquellos que llegan a ser víctimas de la erajenación de los medios de comunicación en sus aspectos más negativos como lucrativos.

C A P I T U L O I I I

INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA PUELCIDAD Y LOS MEDIOS DE
COMUNICACION

A) NECESIDAD DE CONTROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

Como ya se ha visto, los medios de comunicación en general son el instrumento técnico para llevar información, ideas, opiniones- o experiencias a los hombres, pero siempre tendrán, en lo profundo de su razón de ser "intereses creados", o sea que dichas ideas se tarán siempre destinadas a impactar a quienes las escuchan, las oi gan o las perciben. El poder de influencia que ejercen los sujetos encargados de comunicar a través de dichos medios es grandísimo, - porque en cuestiones de segundos millones de personas pueden recibir una orden, "compra este producto, este otro" etc. pueden hacer o dejar de hacer muchas cosas, pero si lo que oyen es negativo se puede inclusive tornar, es un peligro para la seguridad de un nu- cleso o sociedad, por ejemplo al hablar de las transmisiones televi- sivas Israel Vidales señala que "estas" causan que el receptor uban- done el mundo exterior, que la familia nuclear sea desintegrada, que obtengan crisis de identidad, violencia, así como destrucción de - la individualidad y la intimidad ⁷⁷, argumento con el cual estoy de acuerdo sin embargo se puede observar en muchos núcleos familiares,

77 Vidales Delgado Israel, Teoría de la Comunicación, México, Litaca, 1985 p. 12.

sobre todo los de más escasos recursos, que el "inventó maravilloso" llamado televisión y sus influencias no pueden faltar, tal vez a veces no dispongan de lo suficiente para su alimentación, sin embargo pasan largas horas asimilando todo lo que en ella se ilustra (homicidios, violaciones, borracheras, violencia, "amor" profanos, sufrimientos, dolores, angustias etc.) a veces hasta en las más inocentes caricaturas o telenovelas se muestran muchas de éstas influencias par todo tipo de auditorio y como se dijo anteriormente, este medio de comunicación en particular resulta muy poderoso, ya que - combina el sonido con la imagen viva, así como la música, los colores, en fin una serie de efectos técnicos que realmente impresionan al televidente, por lo anterior menciona Vidales Delgado existen - personas aisladas en las multitudes que no son "nadie" o al menos - así lo sienten, que para exteriorizar sus traumas psicológicos y de mostrar que son alguien generan o propician violencia. Menciona el citado autor " la gente no es agresiva porque odia a los demás sino por demostrar que es alguien y posee identidad propia" ⁷⁶. ¿ Por - qué sucede ésto ? , a mi parecer en los diferentes programas televisivos se crean tantas fábulas o ilusiones que son culminadas por lo regular en ciertos "héroes invencibles" karatecas o deportistas pandilleros, maleantes, mujeres de mala fama etc. y todo eso va a - proponer al auditorio que se identifique con el personaje que más le agrada o que siempre quiso ser en la vida real lo cual no lo - gró y lo verificamos con la simple observación de muchos de ellos. Lo negativo es que sobre todo los jóvenes adolescentes o aún los niños los cuáles están en pleno desarrollo (físico, mental, crítico o emocional) son los principales agravados con semejantes influencias, si a eso le agregamos, el mal ejemplo de los padres, o la total falta de identidad y madurar en las familias o tutores así como todos los vicios presentes a su alrededor, genera como causa lógica e inmediata la falta de identidad personal; y entre tantas dev - iaciones o carencias de identidad por ejemplo encontramos otro mal

76 Vidales Delgado Israel. Teoría de la Comunicación, México,

de la sociedad a nivel moral, ético legal etc. que es la homosexualidad o el erotismo morboso y así lo menciona Vidales Delgado al referirse que muchos homosexuales son producto de un mundo técnico eléctrico masificado de mensajes negativos y ahora por ejemplo, éste se considera ya un problema muy normal, pues cada vez existen - más sujetos con estas tendencias y así vemos que el cine crea películas en las que se toma como "cosa graciosa" sin pensar que muchos de estos sujetos cometen delitos de corrupción con menores, crímenes pasionales etc. también realizan sus marchas para pedir protección legal y aceptación de sus derechos como tercer sexo, hay quienes no se sabe si son hombre o mujer pues dentro de la multitud "no son nadie" Vidales Delgado llama al hombre influenciado por los mensajes televisivos "hombre eléctrico" y afirma que este se convierte en un robot quién actúa como un mecanismo, como una máquina⁷⁹

Salta a la vista que todo lo anterior son ideas negativas a través de la televisión y las revistas sin mencionar aquí los medios de comunicación restantes.

¿No sería mejor exaltar publicaciones y transmisiones con un alto nivel de cultura y educación que tanta falta hace ?

79 Vidales Delgado Ismael, Teoría de la Comunicación, México, Limusa, 1985, p. 12.

Blake H. Reed y Haraldsen manifiestan su punto de vista respecto a las funciones que debería de cumplir la comunicación con respecto al individuo y afirman que debería de:

- a) Proporcionar un esquema del mundo(Normalmente los noticieros-televisivos lo llevan a cabo de una forma real y no fantástica como otro tipo de transmisiones)
- b) Definir la posición de los sujetos entre sí
- c) Ayudarle a adaptar con éxito su ambiente⁸⁰

Son objetivos o finalidades muy positivas pero en la realidad muy poco se llevan a cabo, estimo se debería de aumentar los reportajes-científicos en la televisión de todo tipo de temas y desechar mucho de lo que no contribuye a crear mejores ciudadanos para realmente - lograr tales objetivos o funciones de la comunicación que mucho ayudaría a sanear nuestra sociedad.

¿Entonces, qué es lo que sucede con los medios de comunicación ?- Gutiérrez Vega afirma que muy a menudo aceptamos las informaciones sin tomar en cuenta los intereses defendidos por los emisores, con quien estoy completamente de acuerdo, por eso debemos meditar y reflexionar cada mensaje que recibamos de los medios, el citado autor afirma que mientras más conozca el hombre sobre el proceso de la comunicación más aptitud tendrá para defenderse de la manipulación política así como de la propaganda comercial que crea necesidades artificiales para apoyar la sociedad de consumo ⁸¹

2-----

80 Blake H. Reed y Haraldsen, Taxomanía de conceptos de la co-
municación, México, Nuevomar, 1975. p. 4

81 UNAM. Ciencias de la Comunicación, México, Dirección General
de Publicaciones 1976. p. 9

Resulta entonces importante controlar de una manera eficaz los medios de comunicación colectiva ya que forman parte de nuestro sistema social y repercuten de una manera especial en los sujetos de Derecho; no se trata solamente en las ideas anteriores de prestigiar los maravillosos inventos transmisores de la comunicación y yo estoy de acuerdo con Mc. Luhan citado por Vidales Delgado cuando dice que "medio" es el mensaje y usa como ejemplo un automóvil el cual no es el medio, sino medio será todo lo que existe debido a él; carreteras, fábricas, gasolineras, nivel social etc.

O sea todo lo que crea alrededor de él, porque así sucede con la comunicación, la prensa, televisión, libros, revistas, cine, radio etc. no son "los medios" es su acepción (no física sino intelectual); en cambio serán medios todo lo que gire en torno a ellos o sea todo aquello que comunique ideas, pensamientos, mensajes etc. y sus consecuencias que deben de disminuirse lo más posible tales como: Violaciones a los límites jurídicos de la información ya mencionados, corrupción, manipulación, ataques a la moral y paz pública específicamente etc. ; lo cual se debe controlar para poder llevar educación, cultura y bienestar a la sociedad mexicana que son o han sido los objetivos de dichos medios de comunicación en sus orígenes; entonces le corresponde al Estado a través de su función coactiva vigilar el alcance de tan sublimes metas para una sociedad sana, y que mejor que los funcionarios a cargo de ello, (siendo muchos Licenciados en Derecho) o quiénes -

dirimen toda controversia al respecto, que se deben preocupar realmente en el cumplimiento de las disposiciones establecidas para garantizar un buen sistema social en cuanto a cultura principalmente se refiere.

¿Por qué se dice que los medios de comunicación son manipuladores de la conducta humana y por qué se hace de una forma tan poderosa a través de la televisión ?

Joseph T. Klapper, nos dice que ésto sucede porque por lo regular las gentes en general poseen como enseñanza de lo que han vivido un conjunto de valores y tendencias de comportamiento que son parte de la persona, que funcionan como predisposiciones y que además las llevan consigo dichos sujetos al ser parte de lo que se conoce como auditorio⁸²; y los medios de comunicación colectiva refuerzan precisamente actitudes, gustos y predisposiciones existentes, así como las tendencias de comportamiento de los miembros del auditorio incluyendo también las tendencias hacia el "cambio" en las citadas predisposiciones.

Frecuentemente las personas más dispuestas a cambiar sus reglas de valores o predisposiciones por ser inherente a ellos son los menores de edad, se han hecho innumerables estudios psicológicos para obtener ciertos resultados en la conducta de los menores al ser motivados por cierto tipo de material, principalmente relacionado a la violencia y al crimen lo cual considero es importante mencionar.

82 Wuilbur Schramm, La Ciencia de la Comunicación, México, Roble, 1963 p. 77

En una de estas pruebas se reunieron dos grupos de menores y a uno de ellos se les presentó una película violenta, inmediatamente después se les permitió el acceso a un lugar que contenía infinidad de juguetes, algunos de naturaleza violenta y otros de naturaleza contraria a ésta y se pudo observar como la mayoría de estos menores tomaron inmediatamente los juguetes de carácter agresivo, en contraste con los que no habían presenciado dicho material quienes optaron por los juguetes pacíficos. También así en otra prueba similar, se transmitió al grupo de menores una película en donde aparecía una escena violenta actuada por un hombre irritado que golpeaba y daba puntapiés a un muñeco de trapo, posteriormente cuando había sucedido algo que hizo que los menores se sintieran irritados y frustrados, éstos fueron llevados uno por uno a un lugar donde había un muñeco del tipo descrito así como otros juguetes y se observó que los menores que habían presenciado la película mencionada imitaron lo que habían visto y pateaban al muñeco con notable exactitud a lo observado. No así los que no la habían visto quienes demostraron menor agresión, dichas películas les fueron transmitidas a través de la televisión.

De acuerdo con los mismos estudios se considera que por lo general los menores que consumen material violento suelen tener -----

problemas concernientes a sus relaciones con sus familiares y amigos incluso fantasías asociales, probablemente en muchos hogares la violencia ya esta presente, pero se viene a desarrollar más cuando existen dichas influencias de violencia y crimen a través de los medios de comunicación, principalmente por innumerables programas televisivos.

Ahora si en menores de edad se presentan dichos cuadros de violencia motivados por dichas transmisiones, ¿Qué no acontecerá con los adultos? Eleanor E. McCoby quien realizó los estudios ya citados, menciona que definitivamente la observación de episodios agresivos a través de la televisión, sirve para estimular sentimientos de violencia en el espectador⁸³; afirmación con la cuál estoy de acuerdo ya que aunque a veces mucho después de haber presenciado algún material violento, se presenta una oportunidad en el individuo de imitar lo que vió, éste definitivamente tiende a realizar lo que había presenciado.

Además de observar reacciones violentas en los estudios citados a consecuencia de la estimulación por conducto de la televisión, también se encuentra en los sujetos afectados; que caen en ocasiones en depresión y apatía, lo cuál ocasiona que estos encuentren en dicho medio de comunicación el resultado de sus tensiones nerviosas o problemas de toda índole y resulta la televisión al fin de cuentas para sus vidas, no un medio de comunicación, sino un "escape" a la realidad, el cuál se podría comparar al de la droga o el alcohol, o sea, quienes caen bajo ese "poder" van a depender de él para poder vivir pacientemente, y por esa razón es frecuente observar como los sujetos que más problemas padecen a nivel psicológico o emocional recurren a la televisión y así vivir sus fantasías a cerca de la vida (Triunfo, fama, dinero etc.), y en ésta conducta destaca el hecho de dedicar lapsos de tiempo anormalmente prolongados hacia dicho medio.

83 Schramm Wuilbur, La Ciencia de la Comunicación Humana, México, Roble, 1963, p. 131.

Volviendo a los menores de edad, éstos parecen usar las influencias televisivas como una de las fuentes de las cuales extraen material para organizar e interpretar sus experiencias, o para preparar sus vidas futuras, como estudiantes, como miembros de un matrimonio etc. como se puede observar la televisión es parte de la vida de multitudes. (La mayoría de mexicanos, lo primero que llegan a hacer en sus hogares es ver programas televisivos) y precisamente por esa razón se deben de tomar muchísimas responsabilidades por ellos y así mismo aplicar normas de evaluación de los mismos, y así afirma la Doctora Maccoby "No se pueden abrigar muchas dudas, que los mensajes televisivos constituyen una fuente muy importante de influencias sobre los niños y como tales son objeto legítimo de preocupación y acción pública"⁸⁴

Personalmente opino de la anterior conclusión que no solamente se aplica a los menores sino que también a los adultos o lo que es más grave, a los niños que en un futuro llegarán a serlo y que de no controlar dichas influencias recaídas en ellos, serán objetos o máquinas manipuladas por todo aquello que escuchan o ven a través de los medios de comunicación, principalmente por los más solicitados a toda hora y en todo tiempo como la televisión o el cine; corresponde al Estado como se verá en el transcurso del presente capítulo regular dichos medios (además de los ya mencionados por anterioridad) y limitar dentro de sus funciones, las influencias que a toda hora llegan a los sujetos de Derecho para así asegurar el futuro cumplimiento de las normas a través de personas que han salido de la enajenación objeto de los medios de comunicación.

84 Schramm Wuilbur, La Ciencia de la Comunicación Humana, México, Roble, 1963, p. 136

B) INTERVENCION DEL ESTADO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

No es materia del presente trabajo estudiar la teoría del Estado y sus características por lo que solamente me remito a mencionar algunos autores por los cuales me documente tales como - Jorge Jellinek, Modesto S. Vázquez, Serra Rojas y Gabino Fraga.

Prosiguiendo entonces con el tema, se observa que el Estado dentro de sus fines en relación a la publicidad y comunicación colectiva persigue que vayan encaminadas al "bien común", o sea que beneficien a todos los individuos de una colectividad; el término bien común comprende una mezcla entre los fines económicos del Estado así como sus fines culturales, ahora, es importante aclarar que en el bien común las acciones del Estado no deben limitarse a procurar el bien de determinados círculos sociales, sino de todos los ciudadanos porque si no es así entonces ya no existe una sociedad política, y será más bien una sociedad privada que procura satisfacer los anhelos particulares de grupos reducidos y privilegiados.

El Maestro Burgoa afirma con respecto del bien común; que es la tendencia esencial del Derecho y de la actividad estatal para restringir el desempeño ilimitado de la potestad libertaria del sujeto⁸⁵. O sea, que en el individuo debe desempeñar sus actividades no solo para lograr su felicidad o bienestar particular, debe también dirigirlos hacia el bienestar social para lo cual el estado vigila lo que esto suceda de acuerdo con el orden jurídico establecido, menciona --

85 Burgoa Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 1983, p. 44.

el citado Maestro Burgoa con quien estoy de acuerdo que la realización del bien común debe tener como meta todos aquellos postulados o principios que se derivan de la observación exhaustiva de la -- realidad social. 86

Dentro de la realidad social de nuestro país se observan como en otros países deficiencias, vicios, errores, los cuales se deben corregir para así procurar el verdadero bienestar del pueblo; por supuesto el contenido del bien común en este sentido debe atender a una multitud de factores propios de nuestra sociedad como la problemática social, cultural, su idiosincrasia, tradición, raza etc. y a la vez tener un equilibrio en la regulación de la conducta tanto pública como privada.

Al referirnos a lo que proyectan los medios de comunicación colectiva y la publicidad y como ya se ha analizado, encontramos que en ellos el Estado prácticamente no está llevando a cabo los fines culturales que se ha propuesto, la mayoría de programas televisivos que realmente educan al sujeto de Derecho son transmitidos en horarios matutinos cuando " Todo mundo " o la gran mayoría de los ciudadanos tienen que realizar labores productivas para el sostenimiento de sus respectivas familias, las amas de casa, van de compras o deben atender a sus hijos, etc.

86 Ignacio Burgoa Orihuela, Las Garantías Individuales,

¿ De que sirven dichos programas entonces ? ; llegado el fin de semana cuándo muchos pudieran verlos, lo que se encuentra en la televisión ya es únicamente diversión que por lo regular es solo "pasar el tiempo"; las revistas, el cine, la radio etc., están repletas de ocultos intereses económicos manifestados en la publicidad de innumerables bienes, servicios o diversiones, que moldean la ideología de quienes los reciben. El Estado tiene realmente el poder de influir de una manera muy positiva al pueblo mexicano y cambiar esa ideología producto de una publicidad restringida en teoría mas que en práctica, en la actualidad los miembros de nuestra sociedad solamente trabajan, estudian y se superan con el fin inconsciente de obtener lo que muchos tienen y que observamos en los medios de comunicación, o sea solamente tendemos a requerir nuestras necesidades materiales y no mas de eso, el Maestro Serra Rojas muy atinadamente menciona que el Estado debe desarrollar los fines espirituales del hombre, encauzar esa energía espiritual que posee dándole todo lo que una sociedad como la nuestra en lo referente a cultura ha podido acumular; la cultura está presente en la sociedad mexicana pero el que la quiera debe alcanzarla, esto no es negativo pero sería mejor que el Estado la pusiera al alcance de todos los niveles sociales de una forma mayor y sobre todo a través de los medios de comunicación los cuales llegan hasta las comunidades "mas aisladas", el cita o Maestro Serra Rojas; insiste que el Estado debe despejar el camino que conduce al goce de los mas elevados valores humanos, por medio del proceso educativo que debe ser fiel reflejo de las "cosas valiosas" las cuales deben continuamente revisar ⁸⁷, y así mismo menciona con lo que estoy completamente de acuerdo, que " el mundo social que nos rodea a -- creado fantasmas engañosos, de imágenes o alegorías para expresar-

87 Andrés Serra Rojas, Ciencia Política, México, Porrúa

lo inexpresable, de palabras sonoras y lapidarias para hacernos creer que ellas son nuestras verdades" 88

Y así los medios de comunicación y la publicidad "duermen" al hombre para que este persiga lo que los emisores desean y que - el "crea" que es lo que realmente ha deseado desde lo profundo - de su ser.

Por otra parte se debe mencionar que el Estado si ha mostrado interés por controlar los medios de comunicación como vehículos de propaganda política y de difusión de la doctrina oficial, pero dichas pretenciones han sido fallidas. Tal es el caso de la - Secretaría de Relaciones Exteriores que tenía su estación radiofónica fundada en 1923, la correspondiente a la Secretaría de Educación Pública en 1924 y de las Secretarías de Industria y comercio así como Trabajo y Previsión Social en 1929 entre algunas otras. 89

Posteriormente el Estado pretendió convertirse en emisor al intentar contar con sus propios "medios" pero la efímera vida de estos por el carácter de su contenido y más que todo por sus deficiencias técnicas, dichos intentos no tuvieron mayor relevancia - en la vida nacional y por esa razón en 1946 se transfirió defini-

oo

88 Andrés Serra Rojas, Ciencia Política, México, Porrúa 1978 4a. Ed. p. 446

89 Manuel Corral Corral, La Ciencia de la Comunicación en México, México, Trillas, 1986 p. 56

tivamente la industria radiofónica al sector privado, y no solo la radio también la televisión pasó a poder de los particulares mediante la figura de la conceción, así que el Estado solamente salvo algunas excepciones; (Canal Once, Radio Educación, Radio-Universidad) se ha dedicado a emitir decretos, leyes y reglamentos para normar o limitar el funcionamiento de los medios electrónicos, que en la práctica más bien se guían bajo sus propios intereses de una manera más que libre.

Por lo general las transmisiones realmente positivas y netamente culturales tienen poca demanda en el auditorio, la mayoría de las personas preferimos a veces observar o dedicar la mayor parte de nuestro tiempo a observar y recibir el tipo de comunicación contrario a lo que deberíamos perseguir, pero sería bueno que así como la publicidad utiliza la " técnica de repetición " o sea, (Enviar al auditorio miles de veces un mensaje hasta que quede grabado en el oyente) sucediera con respecto de dichas transmisiones o mensajes culturales a través de los medios de comunicación; si a toda hora y en todo momento escucháramos y observáramos mensajes "positivos" el nivel de deseos de superación crecería en cada gobernado pues así como se ha probado la efectividad de la técnica de repetición para fines completamente comerciales, también generaría dicha técnica los resultados esperados a nivel cultural y de Educación; o sea que si el Estado no solo intentara regular los medios de comunicación sino tener mayor influencia directa sobre ellos de acuerdo a los fines estatales propiamente dichos para con la sociedad habría tremendos cambios en la mentalidad y comportamiento de los sujetos de Derecho de nuestra Nación; y así Manuel Corral afirma que desde 1969 el Estado dispone solamente del 12% del--

tiempo que se utiliza en la Radio y Televisión y que además el contenido de dichas transmisiones oficiales no difiere notoriamente a los mensajes del sector privado ⁹⁰, siendo entonces la fuerza de los concesionarios la que legitima y afianza los aparatos e instituciones del Estado cuando debería ser lo contrario.

Entonces nos damos cuenta que en México han existido limitados intentos por parte del Estado para definir una política educativa y cultural con sentido democrático y el panorama es más desolador cuando analiza que el papel de los medios de comunicación para ello ha sido deficiente.

Los medios de comunicación desde sus orígenes prácticamente han estado en manos del capital privado y el Estado a fracasado en sus tímidos intentos por tener sus propios medios, que le podrían permitir presentarse explícitamente como emisor de mensajes.

Por otra parte se debe dejar en claro que la distinción -- entre el Estado y los concesionarios de los medios de comunica

90 Corral, Corral Manuel, La Ciencia de la Comunicación en México, México, Trillas, 1986, p. 57

ción es puramente convencional ya que cuándo ambas partes han sido emisores, no se ha encontrado gran diferencia en lo concerniente al contenido transmitido; me allego entonces completamente a la opinión del investigador Gustavo Esteva citado - por Manuel Corral, cuando dice que un cambio cualitativo haría la democratización de los medios de comunicación implicaría la concurrencia de tres procesos simultáneos:

a) La Democratización de la sociedad en conjunto (Con la construcción de Organizaciones Democráticas)

b) La Integración Social de los contenidos de la Comunicación (Del origen de la información, de su selección, programación y manejo)

c) La transformación Democrática de las estructuras intermeditarias mismas ⁹¹.

La meta a que se desea llegar con tales proposiciones respecto de los medios de comunicación parece estar lejana nos dice Manuel Corral y posiblemente el deseo de que el Estado modifique su política en este campo sea similar al problema de la reglamentación del Derecho a la información ya mencionado, pero afirma con toda la razón que no por ello es estéril plantear y exigir el cumplimiento de dichas proposiciones; que al fin y al cabo si el Estado no vigila realmente la consumación de los propósitos sociales de cada uno de los medios de comunicación, ¿Qué-

⁹¹ Manuel Corral Corral, La Ciencia de la Comunicación en México, México, Trillas, 1986, p. 89

objeto tiene que para conseguir dichos fines exista su respectiva reglamentación ?

Considero de suma importancia que el Estado realmente intervenga a todos los mensajes e influencias que se derivan de los medios de comunicación sobre todo para realmente educar, e impartir cultura a los gobernados, y menciona el Maestro Serra Rojas con quién estoy de acuerdo "Las instituciones políticas - han sido creadas para que ellas sean eficaces y respondan a los reclamos del interés general . La colaboración de los particulares es una magnífica aportación que facilita la realización de los fines del Estado, en la medida que un pueblo es más "educado" y se dispone a una estructura política justa y democrática, esa colaboración o cumplimiento de los deberes ciudadanos es mayor, porque así facilitamos la solución de los problemas estatales" ⁹²

C) INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS QUE EJERCEN SU CONTROL.

Siendo los medios de comunicación colectiva regulados por los ordenamientos jurídicos, se encuentra que la organización del Estado con respecto de éstos, radica en lo que se conoce como "Administración Pública", o sea que esta organización va a estar a cargo del conjunto de órganos estatales existentes para el efecto, y por esa razón la ley Orgánica de la Administración Pública federal establece las bases de dicha administración pública y menciona que ésta será centralizada y paraestatal; la centralizada que es la que envuelve a los medios de comunicación y la más importante para el presente estudio esta integrada por la presidencia de la república, las secretarías de Estado, Los Departamentos Administrativos y la Procuraduría General.

92 Serra Rojas Andrés, Derecho Administrativo, México, Porrúa, 1982, IIa. Ed. Tomo II p. 464.

O sea, que entonces los órganos administrativos que controlan los medios de comunicación se ordenan en ciertas formas para -- constituir y dar unidad a la administración pública, dichas formas se conocen como centralización, desconcentración, y descentralización administrativa.

Como ya se menciona la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal contempla las diferentes formas administrativas, y entre ellas se establece la " Organización Centralizada " en donde se agrupan todas y cada una de las diferentes Secretarías de Estado, Departamentos, Procuradurías, así como Organismos intermedios.

Siendo la Constitución de 1810 antecedente en donde se comenzó a hablar de "Secretarías de Estado" las posteriores de 1824, -- 1857 y 1917 respectivamente dejaron como facultad al legislativo, decidir cuantas secretarías deberían existir así como la competencia que cada una debería de tener.

Resulta importante mencionar que posteriormente se crearon otras leyes para establecer más específicamente las Secretarías de Estado,

por su parte la antigua ley de Secretarías y Departamentos de Estado abrogada por la citada ley orgánica de la Administración Pública Federal en Abril de 1917 establecía seis Secretarías y seis Departamentos, cabe notar que en Diciembre del mismo año la misma ley estableció una Contraloría de la Federación misma que se puede tomar de alguna manera como antecedente de la que se creó en 1982 que es la actual "Secretaría de la Contraloría de la Federación"

¿Por qué a dicha Secretaría le ha sido tan difícil seguir en "funciones" ? será interesante verlo a continuación, cuando se enumeren algunos de sus objetivos.

En épocas mas recientes, los Departamentos Administrativos se fueron extinguiendo, y así en 1958 solo existían tres de ellos, en la actualidad existe solamente uno "El Departamento del Distrito Federal" ya que el 29 de Diciembre de 1974, los otros dos pasaron a ser Secretarías; con ésta serie de cambios se publica el 29 de Diciembre de 1976 en el Diario Oficial de la mencionada ley orgánica de la administración Pública Federal que como ya se dijo abrogó la anterior, - "Secretarías y Departamentos de Estado". En 1958, la nueva ley reformada y adicionada el 20 de Diciembre de 1982 se crea entonces con el propósito nos dice Gabino Fraga, de consignar con un sólo cuerpo legal la compleja estructura que se había creado con el crecimiento del aparato administrativo, y adecuar la administración Pública a las necesidades y problemas que plantea la actual situación del país⁹³

93 Gabino Fraga, Derecho Administrativo, México, Porrúa

En lo relativo a los medios de comunicación son cinco las Secretarías de Estado que los regulan y tienen relación directa con -- ellos por medio de las leyes o acuerdos creados para tal efecto, o que simplemente en sus facultades están comprendidas ciertas relaciones que podrían influir también en los mismos, dichas dependencias son las siguientes:

- 1.- Secretaría de Gobernación
- 2.- Secretaría de Educación Pública
- 3.- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- 4.- Secretaría de Salubridad y Asistencia
- 5.- Secretaría de la Contraloría General de la Federación

¿ Qué relación existe entre dichos órganos del Estado y los medios de comunicación colectiva ?

Analizando algunas de las funciones de la Secretaría de Gobernación se puede observar la intervención de ésta en los "medios"; la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en sus primeras cuatro fracciones (artículo 27) afirma que compete a la Secretaría de Gobernación presentar ante el Congreso de la Unión las iniciativas de la ley del ejecutivo; publicar las leyes y decretos -- que expida dicho Congreso, alguna de las dos cámaras o el Presidente de la República; también publicar el diario oficial de la federación, así como vigilar el cumplimiento de los preceptos constitucionales por parte de las autoridades del país, y en especial -- las que se refieren a las garantías individuales, además de de dictar medidas administrativas que requiera ese cumplimiento.⁹⁴

Por lo que se puede observar dicha Secretaría de Estado va a ser la encargada de " publicar " las leyes y decretos que deban ser conocidos a los gobernados por medio de muchas formas en las que destaca por su importancia y finalidad el diario oficial de la federación. También se va a valer de la radio, prensa, televisión para-

94 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, México, Porrúa, 1984, 13a. Ed. p. 14.

dar conocer todo lo aprobado o creado en nuestra legislación incluyendo así también las disposiciones relativas a dichos medios.

Así mismo el vigilar el cumplimiento de las garantías individuales, incluyendo aquí, el Derecho a la información, la libertad de expresión y los mismos límites constitucionales respectivos.

O sea que la Secretaría en cuestión posee gran relación con los medios sobre todo en lo relativo a la fracción XX del citado artículo que expresa, que es competencia de dicho órgano, promover la producción cinematográfica de radio y televisión así como de la industria editorial, sin que éstas sobrepasen los límites constitucionales ya mencionados.⁹⁵

Además de tales funciones se cuenta también, con que la Secretaría de Gobernación es la encargada de formular, regular y conducir la política de comunicación social del gobierno, así como las relaciones de éste con los medios colectivos de comunicación.

Este órgano del Estado tiene dentro de su legislación en materia de "medios de comunicación" las siguientes leyes y reglamentos.

1.- Ley sobre delitos de imprenta del 12 de Abril de 1917

2.- Ley Federal de Radio y Televisión del 19 de Enero de 1960 - con referendos hasta el 11 de Enero de 1982.

3.- Ley de la Industria Cinematográfica del 27 de Noviembre de 1952, y los reglamentos:

1.- Sobre la ley de la industria cinematográfica del 6 de Agosto de 1951

2.- De la ley federal de Radio y Televisión y de la ley de la industria cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones de dichos medios (4 de Abril de 1973)

3.- Y el reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas del 15 de Julio de 1981⁹⁶

95 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, México
Porrúa, 1984 13a. Ed. p. 16

96 Miguel Acosta Romero. Rafael I. Martínez Morales Catálogo
de ordenamientos jurídicos de la administración pública federal,
Porrúa, 1982, p. 80

Como consecuencia dicha Secretaría de Estado regula en una buena parte a los medios de comunicación además de abarcar los principales como la radio, televisión etc.

Por lo que toca a la Secretaría de Educación Pública encontramos que también ésta va a tener un papel muy importante en relación con los "medios". Entre algunas de sus funciones, se puede mencionar - que está a cargo de ella, patrocinar la realización de congresos, - asambleas, competencias o concursos de carácter científico, técnico cultural, educativo y artístico. También es de su competencia fomentar las relaciones de orden cultural con otros países, esto con ayuda de la Secretaría de Relaciones Exteriores, así también organizar exposiciones artísticas, ferias, certámenes, concursos, audiciones, representaciones teatrales y exhibiciones cinematográficas de interés cultural, mucho de lo cual efectivamente se lleva a cabo pero - además de realizar dichos eventos sería muy positivo televisarlos - en un horario en que los gobernados pudieran presenciarlos, ya que por lo regular quienes asisten a dichos actos son funcionarios o - empleados administrativos pero no gente común; tienden a ser exclusivos depariendo del acto de que se trate; (Exposición de pinturas de tal o cual personaje, conferencias a cerca de los derechos del trabajador etc.) ; Pero qué pueden saber de esto las personas desescoladas o analfabetas?, siempre en relación a dichos actos se reúnen determinados círculos sociales, pero ¿ qué de la gente - que en ese mismo momento está devorando todo lo que la enajenación de la televisión proporciona en sus propias casas ? crec sería muy positivo que transmitieran dichos eventos por televisión por medio de revistas, prensa, dando la importancia cultural real, así como explicar de una manera sencilla el porqué de cada evento motivando así a la población a interesarse de una manera efectiva por-

el estudio y la preparación académica; existen muchísimos sujetos que no estudian no tanto por carencias económicas sino por falta de motivación, tal vez porque tampoco tuvieron unos padres que hubieran estudiado y al no observar dicho ejemplo se tornan también pasivos; a los que ya asisten a una escuela pero por "falta de motivación" empiezan a ausentarse de ella, hasta convertirse en desertores y después "vagos" que andan en las calles en busca de -- drogas, alcohol, o simplemente diversión.

Otra de las funciones de la Secretaría de Educación Pública es como lo dice la fracción XXV del artículo 38 de la ley orgánica de la administración pública federal, estudiar los problemas fundamentales de las razas aborígenes y dictar las medidas necesarias para conservar tanto el idioma como las costumbres originales más positivas⁹⁷, lo cual sería muy interesante si se transmitiera a través de los medios de comunicación.

Pero sin duda alguna la función más importante de éste órgano-estatal en relación a los medios de comunicación se encuentra en establecer los criterios educativos y culturales en la producción cinematográfica, de radio y televisión así como en la industria editorial.⁹⁸

Entre algunas de las disposiciones o decretos a cargo de ésta-secretaría se encuentran:

- 1.- Ley Federal de Derechos de Autor
- 2.- Ley de Educación básica para adultos
- 3.- Reglamento de Revistas ilustradas en lo tocante a la educación. 99

97 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, México Forrúa, 1984, 13a. Ed. p. 43

98 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal op. cit. p. 44

99 Miguel Acosta Romero, Rafael I. Martínez M. Catálogo de ordenamientos jurídicos de la administración pública federal, México Forrúa, 1982, p. 73

En cuanto a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; es la facultada para otorgar o negar las concesiones que se relacionen con la comunicación.

Dicha Secretaría tiene a su cargo entre otras actividades: -- Formular y conducir políticas y programas para el desarrollo del transporte y las comunicaciones de acuerdo a las necesidades del país; organizar y administrar los servicios de correos y telégrafos en todos sus aspectos; conducir la administración de los servicios federales de comunicaciones eléctricas y electrónicas y su enlace con los servicios públicos similares que son concesionados; y la más importante a mi manera de ver, otorgar las concesiones y permisos previa opinión de la Secretaría de Gobernación para establecer y explotar sistemas y servicios telegráficos, telefónicos sistemas y servicios de comunicación inalámbrica por telecomunicaciones y satélites, de servicio público de procesamiento remoto de datos, estaciones radio experimentales, culturales y de aficionados así como estaciones de radiodifusión comerciales y culturales¹⁰⁰

O sea que es la encargada de otorgar las concesiones para que influyen grandemente en los gobernados a través de el cine, radio, televisión etc.

Al hablar de satélites creo oportuno emitir un comentario al respecto; actualmente México cuenta con el sistema de satélites "Morelos" construidos por la empresa "Hughes Corporation", que -- fueron puestas en órbita por la NASA, cuenta con dos estaciones en Tierra para captar las transmisiones y se ha capacitado personal--

100 Lev Organica de la Administración Pública Federal, México
Porrúa, 1984, 13a. Ed. P. 35

mexicano para su operación; Manuel Corral señala que el Estado mexicano ha afirmado que éste sistema estará destinado exclusivamente - para usos pacíficos para comunicar al país con programas "Educativos y culturales" y que su operación estará en poder del mismo IOI, y yo me pregunto ¿Cómo tomará el Estado realmente control sobre lo que por medio de ellos se transmita, si como se vió anteriormente - ha fracasado en sus intentos por influir sobre las transmisiones -- normales de Radio y Televisión ?

Dentro de los ordenamientos competencia de la citada Secretaría de Comunicaciones y Transportes se encuentran:

- 1.- Ley General de Vías de Comunicación
- 2.- Ley Federal de Radio y Televisión
- 3.- Reglamento del artículo 386 de la ley de vías generales de comunicación en materia de telegramas de prensa del régimen interior.
- 4.- Reglamento telegráfico
- 5.- Reglamento para instalar y operar estaciones radio-eléctricas - de aficionado.
- 6.- Reglamento de Servicio de Televisión por cable
- 7.- Acuerdo que establece la red federal de estaciones difusivas de televisión. 102

Por lo anterior se considera entonces que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes deben ejercer un control riguroso sobre lo que debe o no autorizarse o concecionarse con respecto a los medios de comunicación bajo su tutela.

101 Manuel Corral. Corral, La Ciencia de la Comunicación en México, México, Trillas, 1980, p. 55

102 Miguel Acosta Romero- Rafael I. Martínez Morales, Catálogo de ordenamientos jurídicos de la administración pública Federal, México, Porrúa, 1982, p. 54

La Secretaría de Salubridad y Asistencia también tiene relación directa sobre los medios de comunicación, ya que va a autorizar - en- términos generales mucho de lo que se transmite por ellos, como por ejemplo la publicidad de bebidas y comestibles entre otros -- productos, y así lo menciona la ley orgánica de la administración pública federal en su artículo 39 fracción XII donde especifica - que compete a dicha Secretaría llevar a cabo el control higiénico- e inspección sobre preparación, posesión o suministro así como ex- portación, importación y circulación de comestibles y bebidas. ¹⁰³

Además de esta función la Secretaría de Salubridad y Asistencia debe estudiar, adaptar y poner en vigor las medidas necesarias para luchar contra las enfermedades transmisibles, contra las plagas sociales que afecten la salud, contra el alcoholismo y las toxicomanías, además de otros vicios sociales: Estas funciones considero son de vital importancia para la buena marcha de un gobierno como el mexicano, dado que muchos de estos síntomas se dejan ver en -- gran manera en los ciudadanos.

Otras funciones de este Órgano son tan bien importantes de mencionar: Organizar congresos sanitarios y asistenciales; actuar como autoridad sanitaria y vigilar en general el cumplimiento de los ordenamientos que a continuación se mencionan:

- 1.- Ley General de Salud
- 2.- Reglamento para la campaña contra las enfermedades venéreas
- 3.- Reglamento para el Registro, revisión, certificación y propaganda de medicinas de patente, especialidades, aparatos médicos, productos de tocador, higiénicos, de belleza y similares.

- 4.- Reglamento sanitario de bebidas alcohólicas
- 5.- Reglamento sobre estupefacientes y sustancias psicotrópicas
- 6.- Reglamento para los establecimientos industriales comerciales molestos, insalubres o peligrosos
- 7.- Reglamento para el registro de comestibles, bebidas y similares. 104

Esta Secretaría tiene a su cargo el cumplimiento de éstas y otras disposiciones jurídicas y el papel que debe de realizar a través de los medios de comunicación o sobre ellos, es muy importante tanto para la salud física como emocional y social de los sujetos de Derecho.

Y finalmente la Secretaría de la Contraloría General de la Federación viene a cerrar de alguna manera este conjunto de órganos estatales que son los reguladores de los medios de comunicación, entre algunas de sus funciones más relacionadas con ellos se encuentran; planear, organizar y coordinar el sistema de control y evaluación gubernamental; opinar sobre el nombramiento, y en su caso, solicitar la remoción de los titulares de las áreas de control de las dependencias y entidades; recibir y registrar las declaraciones patrimoniales que deban presentar los servidores de la administración pública Federal, así como practicar las investigaciones que sean pertinentes de acuerdo con las leyes y reglamentos. ¿ Que relación tienen dichas funciones con los medios de comunicación ? -- Que son necesarias de aplicación sobre los funcionarios de las -- otras Secretarías para verificar el exacto cumplimiento de las --

104 Miguel Acosta Romero, Rafael I. Martínez Morales, Catálogo de ordenamientos jurídicos de la administración pública federal, México, Porrúa, 1982, p. 153

obligaciones de aquellos en cuanto a los "medios"; para confirmar lo anterior tenemos otras funciones importantes de coacción sobre el mismo Estado para regular con honestidad de una manera práctica la supervisión de lo relacionado a dichos medios, y son las siguientes:

Conocer e investigar los actos, omisiones o conductas de los servidores públicos para constituir responsabilidades administrativas, aplicar las sanciones que corresponden en los términos que las leyes señalen y en su caso, hacer las denuncias correspondientes ante el Ministerio Público presentandole para tal efecto la colaboración que le fuere requerida así como vigilar el cumplimiento a su vez de ella misma, constituyendo las responsabilidades administrativas a su personal aplicandole las sanciones que correspondan y hacer al efecto las denuncias a que hubiere lugar ¹⁰⁵

Dada la naturaleza de las funciones de dicha Secretaría se puede observar que ésta tiene a su cargo supervisar el correcto cumplimiento de las obligaciones que los otros órganos de la administración pública deben ejercer, para la cuál cuenta principalmente con la ley federal de responsabilidades de los servicios públicos publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de Diciembre de 1982.

Cabe recalcar que actualmente se "rumora" la desaparición de la Secretaría mencionada, puesto que los egresos que ésta genera con el pago de sus funcionarios son altísimos y realmente la corrupción de muchos de ellos sigue su marcha, aún en contra de tan excelentes ordenamientos jurídicos relativos a la regulación de los medios de comunicación, que así como otros van quedando cada vez más obsoletos como se mostrará en el próximo capítulo.

¹⁰⁵ Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, México
Porrrá, 1984 13a. Ed. p. 27.

CAPITULO IV

LEGISLACION EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACION

A) LA CONSTITUCION.

Nuestra Carta Magna contiene principalmente dos disposiciones en cuanto a los medios de comunicación se refiere, las cuales es tan contenidas en sus artículos 6º y 7º respectivamente, y dicen expresamente de la siguiente manera:

Artículo 6º " La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Artículo 7º " Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley o autoridad puede establecer la previa censura, ni eximir fianza a los autores o impretores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene mas límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá recuistrarse la imprenta como instrumento de delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papaleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos" 106

Entonces se encuentra en dichas disposiciones, la libertad de expresión, la libertad de información y la libertad de prensa, -

siendo estas la razón de ser de los medios de comunicación, ya que dichos medios son utilizados para extender las ideas u opiniones - así como información de una manera colectiva.

La libre manifestación de las ideas se puede realizar tanto de manera oral como escrita, de ahí que el artículo 6º Constitucional se refiere no a la prensa que sería la forma escrita, sino a la oral, es decir entonces, que dicho artículo garantiza la libertad - citada por medio de la radio, la televisión, el cine, transmitiendo éstos; conferencias, discursos, conversaciones, polémicas, etc. así como otros medios de expresión sobre todo en obras de arte en sus diferentes manifestaciones (musicales, pictóricas, esculturales) etc. y en general todo tipo de difusión de tal género.

Lo importante de esta disposición constitucional es que dicha - manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición - judicial o sea que no será objeto de ninguna "investigación judicial o administrativa". Como se puede observar el gobernado o particular tiene el derecho de enviar o dar a conocer ideas o pensamientos así como los que están detrás de los medios más poderosos - como la televisión; el cine y la radio, quienes pueden utilizar dichos inventos maravillosos como los sean necesarios, claro tomando en cuenta las leyes federales que el Congreso de la Unión ha expedido para tal efecto, en los cuáles como se verá posteriormente se expresan determinados objetivos para cada "medio".

El artículo 7º por su parte rechaza toda posibilidad por parte del Estado a crear alguna ley que restrinja dicha libertad de escribir sobre cualquier materia y ambos artículos tienen como límites o condición, que dichas libertades tanto en uno como en otro no ataquen la moral, los derechos de terceros, perturben el orden público, provoquen algún delito y que por lo contrario respeten la vida privada y la paz pública. De manera que los gobernados solo serán responsables legalmente cuando violen dichos principios haciendo así merecedores de las sanciones correspondientes.

El Maestro Ignacio Burgoa menciona que desgraciadamente la Suprema Corte de la Nación no ha definido los conceptos de moralidad ni orden público y que simplemente los ha aplicado por "instinto" en diversas ejecutorias al respecto¹⁰⁷. Sin embargo al estudiar la ley de imprenta o "Ley reglamentaria de los citados artículos 6º y 7º Constitucionales", resulta evidente que las mismas disposiciones concretas con respecto de la prensa o aquellas que hablan sobre la regulación de las transmisiones televisivas nos dan la pauta de lo que es inmoral o que va en contra del interés común y orden público.

Es importante mencionar otra ejecutoria citada por el Maestro Burgoa cuando habla de tal alto tribunal (Suprema Corte de Justicia) la cuál dice: "Dentro de los derechos del hombre, está el de poder juzgar la conducta de los funcionarios, con tal que no se ataque su vida privada, aunque el juicio se emita en términos desfavorables para ellos"¹⁰⁸. A sea que respecto de la manifestación de las ideas por lo que se refiere a atacar los derechos de terceros el artículo 6º permite dar a conocer la conducta pública de dichos funcionarios si que se considere por ello atentado contra su vida privada, como tal afirmación implica también que no se les injuria o difama con base en lo dispuesto en las leyes penales.

El artículo 7º entonces comprende dos garantías específicas - que son: la de escribir y la de publicar escritos, "que a la vez con una sola su que solo se puede publicar lo que se ha escrito, o sea atada a la emisión, expresión o exteriorización del pensamiento, por medio de escritos (Libros, periódicos impresos etc.). La finalidad de dicha disposición es proteger la manifestación pública de lo que se escribe, y el Estado entonces tiene la obligación de "abstención" de no coartar la publicación de dichas manifestaciones de pensamiento y así mismo no establecer "previa censura" o sea "retirar" una publicación con el fin de constatar su conveniencia o inconveniencia tomando como base un determinado criterio, y

107 Ignacio Burgoa Orihuela, Las Garantías Individuales México, Porrúa, 1963 p. 348

108 Ignacio Burgoa Orihuela, op.cit. p. 348

y por último, de no exigir fianza a los autores e impresores.

Lo importante de las citadas disposiciones es analizar las causas ya mencionadas, en base a las cuales el Estado si puede intervenir o influir respecto de dichas manifestaciones del pensamiento, lo cuál se estudiará al final del presente capítulo donde se mencionará precisamente la Ley Reglamentaria de dichos ordenamientos constitucionales (6° y 7° ó Ley de Imprenta)

Resulta importante señalar que los artículos 73 y 124 Constitucionales también forman parte de las disposiciones relativas o aplicables a los medios de comunicación.

El Artículo 73 por ejemplo, contiene algunas facultades que posee el Congreso de la Unión y que de alguna manera tiene que ver con dichos medios, y son las siguientes:

" El Congreso de la Unión tiene facultades para legislar en toda la República sobre hidrocarburos, minería, "industria Cinematográfica" comercio, juegos con apuestas y sorteos, servicios de banca y crédito, "energía eléctrica y nuclear".

"En caso de Epidemias de carácter grave o peligro de invasión de enfermedades exóticas en el país, el Departamento de Salubridad tendrá obligación de dictar inmediatamente las medidas preventivas indispensables"

" La autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país"

"Las medidas que el Consejo de Salubridad General (El cual depende directamente del Presidente de la República sin intervención de ninguna Secretaría de Estado) haya puesto en vigor en la campaña contra el alcoholismo y la venta de sustancias que envenenan al individuo o degeneran a la especie humana"

"Para expedir todas las Leyes que fueren necesarias, a objeto de hacer efectivas las facultades anteriores y todas las otras concedidas por la Constitución de los poderes de la Unión" IC⁹

IC⁹ Artículo 73 de la Constitución Política Mexicana Fracciones X, XVI, y XXV.

Ahora bien si alguna materia no esta comprendida dentro del ámbito de competencia del Congreso de la Unión marcado por sus facultades expresas, su normación corresponderá a las legislaturas de los Estados- en los términos del citado artículo 124 que a la letra dice: " Las facultades que no están expresamente concedidas por esta Constitución a los Funcionarios Federales se entienden reservadas a los Estados" 110

Por lo anterior el Congreso de la Unión tiene facultades para reglamentar los medios de comunicación por medio de las leyes federales, con respecto del cine, la radio y la televisión, pero el Derecho a la información por medio de la prensa no lo puede regular según lo dispuesto por el artículo 7° Constitucional que principalmente como se mencionó afirma que ninguna ley o autoridad puede establecer la previa censura, salvo las excepciones indicadas por la misma Constitución (Artículos 6° y 7°) y lo relativo al 3° sobre "Educación" al referirse a la emisión de los libros de texto y otras publicaciones que no deben desvirtuar los objetivos de la educación de niños y juvenes de la edad escolar a que se refiere el citado artículo.

B) LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION Y SU REGLAMENTO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA.

El artículo 1° de la mencionada ley indica que corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, (di

110 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

cho dominio es inalienable e imprescriptible), por lo que el artículo siguiente afirma que el uso del espacio referido mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión solo podrá hacerse previa concesión o permiso otorgado por el ejecutivo federal en los términos de la citada ley. Como se puede deducir de lo anterior el Estado por las razones ya citadas es el responsable de lo que en los medios de comunicación se envíe, y así lo dice textualmente el propio artículo 4º. "La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla por el debido cumplimiento de su función social"^{III}

El artículo 5º- de la citada ley menciona claramente que la radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana y por eso "precuraran" en sus transmisiones:

- I.- Afirmar el respeto y los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- II- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud.
- III-Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales ^{II2}; y todo ello lo hará el Ejecutivo Federal por medio de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos así como los Organismos públicos, quienes promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica, estando para tal efecto y para su observancia, las Secretarías de Estado ya citadas en el capítulo anterior (Secretaría de Gobernación, de Educación Pública, de Salud, y de Comunicaciones y Transportes principalmente) teniendo como papel -

III Ley Federal de Radio y Televisión , México, Andrade, 1971
Tomo II 6º Ed. p. 756

II2 Ley Federal de Radio y Televisión op. cit. p. 756

fundamental para lograrlo (en especial) Las Secretarías de Gobernación y Comunicaciones y Transportes respectivamente, ya que a éstas compete sobre todo lo relativo a la vigilancia y control, así como - las sanciones correspondientes para dichos medios.

En lo relativo a la concesión la ley tiene las siguientes disposiciones:

El Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuáles podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole. ¹¹³

Las estaciones comerciales requerirán concesión, en tanto que las restantes solo requieren permiso.

Es importante mencionar que las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión en cualquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos, así como también el término de tal concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser renovada al mismo concesionario el - cual tendrá preferencia sobre terceros.

Sólo se admitirá solicitudes para el otorgamiento de concesiones - para usar comercialmente canales de radio y televisión, cuando el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes previamente haya determinado que se pueden destinar para tal - fin, lo que dará a conocer de una forma general por medio de su publicación en el Diario Oficial, y dichas solicitudes deberán cubrir los - siguientes requisitos:

- 1.- Nombre o razón social del interesado
- 2.- Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente.
- 3.- que proporcionen información detallada de las inversiones en - proyecto.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes señalará al solicitante el monto del depósito o de la fianza que deberá constituir para garantizar que se continuarán los trámites hasta que la concesión sea o - torgada o negada, dicha garantía quedará sin efecto al resolverse sobre

113 Artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión

el otorgamiento de la concesión, ya sea devolviéndola al solicitante en caso de negativa o constituyéndola en Nacional Financiera (si es en efectivo) y ha sido aceptada ^{II4}.

No siendo materia del presente estudio lo relativo a las disposiciones jurídicas con respecto a las características técnicas de la radio y la televisión me remitiré a las que atañen al contenido de las transmisiones de dichos medios electrónicos especialmente - la televisión y el cine con base a la citada ley de radio y televisión así como su reglamento y el de la industria cinematográfica.

Entre las principales disposiciones acerca de la programación - ya mencionada encontramos las siguientes:

El artículo 58 de la ley declara: El derecho a la información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna, ni censura previa y "se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes"; - personalmente creo que el artículo anterior obedece más que todo a lo relativo a la prensa ya que el artículo 7° Constitucional afirma expresamente: "Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia", o sea se esta refiriendo a lo que se escribe y publica al auditorio en general, y todo lo que se transmite por radio y televisión por lo regular no es escrito y mucho menos se publica, como ya se dijo las funciones de la radio y televisión sí bien están en el supuesto del 6° Constitucional - y además la misma ley Federal de radio y televisión contiene otras disposiciones como el artículo 61 donde se le da facultad al organismo creado y "dependiente" de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes llamado "Consejo Nacional de radio y televisión" cuyas funciones como se verá imponen limitaciones a dichas transmisiones, lo cual supone cierta contradicción entre el artículo 58 de la Ley de radio y televisión y el 6° Constitucional respectivamente.

II4 Ley Federal de Radio y Televisión, Artículo 15 y siguientes

También ordena la ley federal de Radio y Televisión que los medios bajo su tutela deberán efectuar transmisiones gratuitas con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos dedicados a difundir temas educativos, culturales, y de orientación social, así como boletines en cuanto a la seguridad de la nación, mensajes relacionados con aeronaves o embarcaciones en peligro y que necesiten auxilio y encadenarse obligatoriamente cuando se trate de informaciones de trascendencia nacional a juicio de la Secretaría de Gobernación. Cabe mencionar lo dispuesto por el artículo 61 con respecto de las citadas transmisiones gratuitas de contenido cultural y de orientación social cuando dice que el consejo nacional de radio y televisión estará de acuerdo con los concesionarios con respecto del horario en que se transmitirán.

Por otro lado "Quedan prohibidas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabrac o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia y del crimen; se prohíbe también todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda así mismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos."¹¹⁵

Independientemente de lo relativo a las transmisiones de carácter cultural y social nos habla la ley acerca de la propaganda comercial por conducto de la radio y la televisión en donde se estipula:

Artículo 67 Fracción I "Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación, lo cual no se ve ya que dichas transmisiones son objeto de innumerables mensajes-propagandísticos así como repetitivos, tampoco se harán según la fracción III del mismo artículo, comerciales o actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la "Exageración o fal

115 Artículo 63 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

edad" en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.

Por lo que hace a las bebidas alcohólicas según lo menciona la ley así como su reglamento respecto al contenido de las transmisiones en sus artículos 68 y 45 respectivamente, deberá abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento a la nutrición popular; tampoco se podrá en ésta publicidad emplearse para tal fin a menores de edad y así mismo no podrán ingerirse dichas bebidas real o aparentemente frente al público, sin dejar de mencionar que se realizará a partir de las 22:00 hrs. de acuerdo a la fracción III artículo 23, del citado reglamento.

El artículo 46 afirma: no podrá hacerse propaganda comercial al tábaco en el horario destinado para niños¹¹⁶, y los siguientes dos artículos: " queda prohibida toda publicidad referente a cantinas y aquella que ofenda el pudor y las buenas costumbres, por las características del producto que se pretenda anunciar. Se considera como publicidad de centros de vicio la transmisión de cualquier espectáculo desde esos lugares"

Son dignas de mencionar las transmisiones de carácter eminentemente cultural contempladas en la ley y son las escuelas radiofónicas - que constituyen un sistema de estaciones emisoras y receptoras especiales para los fines de extensión de la Educación Pública en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación social, y estarán regidas por las disposiciones que al efecto dicte la Secretaría de Educación Pública.

En cuanto a la inspección y vigilancia de las disposiciones ya mencionadas, se creó el Consejo Nacional de Radio y Televisión dependiente de la Secretaría de Gobernación integrado por un miembro de la misma (que será el Presidente), otro de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, uno más de Educación Pública, así mismo de la Secretaría de Salud, dos de la Industria de Radio y Televisión y dos de los trabajadores; (lo anterior según lo dispuesto por el artículo 90 de la ley); y entre las funciones de dicho consejo estimo las --

116 Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Radiotelegráfica, México, Andrade, 1971 6a. Ed.

más importantes son: Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones, (además de coordinar todas las actividades materia de la presente Ley de radio y televisión) y conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado, o por las instituciones, organismos o " personas relacionadas" con la radio y la televisión.

Resulta importante mencionar respecto de la virilancia de la Radio y televisión que el o los concesionarios estarán obligados a atender las observaciones que por escrito les haga la Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta, las transmisiones no se ajustaran a la presente ley y su reglamento; o sea entonces que el Estado como se puede ver sí puede ejercer influencia y coacción administrativa sobre dichos medios.

El artículo 99 por su parte menciona: La Inspección y Virilancia la cubrirán las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Gobernación, con personal a su cargo, o sea empleados de ellas mismas, asimismo los datos que dicho personal de inspección obtenga durante o con motivo de sus visitas tendrán el carácter de confidenciales y sólo se comunicarán a la Secretaría que haya ordenado la práctica de esa diligencia o al Consejo Nacional de Radio y Televisión, para los efectos legales correspondientes.

La Secretaría de Gobernación ejercerá sus funciones con respecto a los medios de comunicación ya citados a través de la "Dirección General de Información" y la "Dirección General de Cinematografía"; siendo ésta última la que va a jugar el papel más importante por lo que toca a la virilancia en lo relativo a las transmisiones.

El artículo 9º Fracción 1 del Reglamento de la Ley General de Radio y Televisión y de la ley de la Industria Cinematográfica menciona: Compete a la Dirección General de Información señalar el grado de prioridad que correspondiera para su difusión, según su importancia, a los programas elaborados por las dependencias y organismos públicos que -

transmitan en el tiempo del Estado, ya mencionado) también ordenar a las estaciones de radio y televisión el "encadenamiento" cuando los eventos a transmitirse lo requieran, cuidar que en general las transmisiones que se lleven a cabo en Radio y Televisión se sujeten a las disposiciones de la ley y su reglamento así como sancionar a sus infractores.

Por lo que hace a la Dirección General de Cinematografía podemos decir que entre sus funciones más importantes esta la de vigilar el contenido de las transmisiones por televisión, de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados producidos en el país o en el extranjero, y autorizarlas siempre y cuando dicho contenido corresponda a los objetivos de la citada ley Federal de Radio y Televisión. Dichas transmisiones se clasificarán de acuerdo al artículo 23 de la propia ley de Cinematografía en:

- a) Aptas para menores
 - b) Aptas para adolescentes y adultos a partir de las 21:00 Horas.
 - c) Las aptas únicamente para adultos a partir de las 22:00 Hrs.
- Es importante mencionar que los concesionarios obtendrán autorizaciones provisionales para transmitir películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas, y teleteatros grabados hasta que dicha dirección general les de las autorizaciones finales previo examen de los argumentos y adaptaciones en que aquellos proyectos basar su producción, la cual no siendo autorizada en base a su contenido, le será informado a los concesionarios con las observaciones correspondientes¹¹⁷.

Con respecto a las clasificaciones ya mencionadas, los concesionarios deberán anunciarlas (En la práctica se da con poca frecuencia) mediante locutor o aviso en la pantalla al iniciarse la transmisión y durante toda ella cada diez minutos, utilizando algún mecanismo técnico de sobrescripción que no afecte la imagen.

Para que la Dirección General de Cinematografía autorice el contenido de las transmisiones de películas cinematográficas, series filmadas

117 Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de la Industria Cinematográfica, México, Andrade, 1971-6a. Ed, Artículos 24 y 25, pgs. 760-IB-12- y 13.

das, telenovelas y teletestros grabados, los interesados deberán proporcionarle cuando menos ocho días antes de la transmisión una copia íntegra de la película o vídeo-cinta (dependiendo si se trata de películas, series, telenovelas o teletestros grabados) Así como cubrir los derechos establecidos para dichas transmisiones, la solicitud que acompañe dichas "muestras" contendrá :

I.- Título de la película, serie filmada, telenovela, o teletatro grabado.

II.- Nombre del concesionario; número del Registro Público Cinematográfico y tratándose de material grabado en el extranjero, la mención del país en el que fué grabado así como el número de importación otorgado por la propia Dirección General de Cinematografía.

III.- Una relación que contenga los nombres del productor, autor del argumento, adaptador, director y principalmente actores.

IV.- Número de rollos o metraje en que está contenido el material. ¹¹⁸

Recalcando y explicando un poco más sobre lo que la Ley - prohíbe en cuanto a las transmisiones a través de la radio y la Televisión el artículo 38 del reglamento de la misma explica: se considera que se corrompe el lenguaje en las transmisiones en los casos siguientes:

- I.- Cuando las palabras utilizadas por su origen o por su uso no sean admitidas dentro del consenso general como apropiadas.
- 2.- Cuando se deformen las frases o palabras, o se utilicen vocablos extranjeros.

Así mismo el siguiente artículo del propio reglamento también afirma; se consideran contrarios a las buenas costumbres:

1.- El tratamiento de temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, se ofenda al pudor, a la decencia o incite a la prostitución- o a la práctica de actos licenciosos y

2.- La justificación de las relaciones sexuales ilícitas o promiscuas y el tratamiento no científico de problemas sociales tales como la drogadicción o el alcoholismo. A su vez también está prohibido presentar escenas, imágenes o sonidos que induzcan al alcoholismo, tabaquismo, uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas; también transmitir informaciones que causen alarma o pánico al público; y por último se considera en base al artículo 37 del mismo reglamento que se hace apología de la violencia, el crimen o los vicios en los siguientes casos:

1.- Cuando se excite al desorden, se aconseje o se incite al robo, al crimen, a la destrucción de bienes o se justifique la comisión de los delitos o a sus autores.

2.- Cuando se defiendan, disculpen o aconsejen los vicios.

3.- Cuando se enseñe o se muestre la forma de realizar delitos o practicar vicios, sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas a esos hechos. ^{II9}

O sea que son bastante claros los ordenamientos de la Ley Federal de Radio y Televisión así como los de su reglamento en cuanto a lo negativo o positivo de lo que en dichos medios se puede "expresar", y - así también es evidente que en la actualidad los temas favoritos de Cineastas y Productores de radio y televisión son principalmente "violencia, sexo, drogas, alcoholismo, prostitución" e innumerables influencias para la "diversión" del público consumidor o enajenado.

C) LEY GENERAL DE SALUD.

Para poder estudiar lo que los medios de comunicación envían al público y observar de una manera clara que tan positivos o negativos son dichos mensajes con respecto de esta ley en particular, estimo conveniente comenzar mencionando los propósitos y metas de la ley aludida; y así afirmo en sus artículos 1° y 2° :

"La presente ley garantiza el derecho a la protección de la Salud que tiene toda persona en los términos del artículo 4° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece las bases y - las modalidades para el acceso a los servicios de salud y la concurrencia de la Federación y las Entidades Federativas en materia de Solidaridad General. En su aplicación en toda la República y sus disposiciones son de orden público e interés social".

" El Derecho a la protección de la Salud, tiene las siguientes finalidades:"

II9 Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la ley de la Industria Cinematográfica, México, Andrade, 1971, 6a. Ed. P. 760

I.- El bienestar físico y mental del Hombre, para contribuir al ejercicio pleno de sus capacidades.

II.- La prolongación y el mejoramiento de la calidad de la vida humana.

III.- La protección y el acrecentamiento de los valores que coadyuvan a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social.

IV.- La extensión de actitudes solidarias y responsables de la población en la preservación, conservación, mejoramiento y restauración de la salud.

V.- El disfrute de servicios de salud y de asistencia social que satisficran eficaz y oportunamente las necesidades de la población.

VI.- El conocimiento para el adecuado aprovechamiento y utilización de los servicios de salud.

VII.- El desarrollo de la enseñanza y la investigación científica y tecnológica para la salud. ¹²⁰

Encontramos entonces en base a estos dos artículos, que nuevamente el Estado juega un papel muy importante para con sus gobernados, y como consagra el artículo 4° Constitucional, "Toda persona tiene derecho a la -- protección de la salud", y que absolutamente todas las disposiciones de esa ley general de salud son de orden público e interés social; así también se mencionó en el inciso anterior con respecto del radio, cine y televisión que son de interés público y que es una obligación por parte -- del Estado el regularlos y cuidar del debido cumplimiento de sus disposiciones; por lo tanto el contenido de la Ley General de Salud y el de la Ley Federal de Radio y Televisión se unen por lo que respecta al cuidado del bienestar mental, físico y cultural del auditorio que a su vez es -- grandemente influido como se ha visto, por los medios de comunicación colectiva, ¿ Con qué fines ? como lo disponen las fracciones la. 2a. y 3a. del propio artículo 2° de la ley; para contribuir al ejercicio pleno de las capacidades del hombre, para la prolongación y el mejoramiento de la calidad de la vida humana y así mismo obtener la protección y el acre--

centamiento de los valores que produzcan la preservación, conservación, mejoramiento y restauración de la salud.

Por otro lado el artículo 73 de la misma ley general de Salud al hablar de la salud mental, afirma que la Secretaría de Salud, sus instituciones y las entidades federativas en coordinación con las autoridades competentes en cada materia fomentarán y apoyarán :

I) El desarrollo de actividades educativas, socioculturales y recreativas que contribuyan a la salud mental, preferentemente de la infancia y de la juventud.

II) La "difusión" de las orientaciones para la promoción de la salud mental.

III) La realización de programas para la prevención del uso de sustancias psicotrópicas, estupefacientes, inhalantes y otras sustancias que puedan causar alteraciones mentales o "dependencia".

IV) Las acciones que directamente o indirectamente contribuyan al fomento de la salud mental de la población ; ahora la pregunta es como se llevar a cabo tales objetivos ?

Los preceptos manejados en la presente ley general de salud también se pueden o no cumplir, de acuerdo y con o sin ayuda de los medios de comunicación que más se relacionan con ella, la radio, cine y televisión podrían ser un medio "muy poderoso" para "convencer" a la gente que productos como el tabaco, el licor y los psicotrópicos principalmente resultan peligrosos para la salud y el bienestar humano; La gran mayoría de la gente que ha caído bajo el control de las drogas no comenzaron inspectando heroína sino fumando un simple cigarro común y corriente o tomando pequeñas dosis de alcohol. Por el contrario muchos de los programas televisivos con - inclusive patrocinados por las compañías productoras de tales "estimulantes" y así observamos y escuchamos una gran cantidad de anuncios publicitarios de tal o cuál tabaco o licor con su respectiva promesa ya sea visual o auditiva, psicológicamente preparada que menciona: "Si escoges tal o cuál tabaco o licor encontraras # Tu estilo de vida" etc. o sea van relacionados tales comerciales con la aceptación social o los objetivos del esfuerzo humano ya mencionados con anterioridad (Seguridad, bienestar, admiración de los demás etc.) Ciertamente el público decide si se deja no enamorar con tales mensajes pero la ley contiene artículos o disposi

nes que supuestamente establecen "Campañas" contra tales problemas sociales como el alcoholismo, que como veremos, solo quedan en palabra escrita pero no de una forma práctica.

El artículo 30 de la ley establece que con el fin de proteger la salud pública; es competencia de la Secretaría de Salud, la autorización de la "publicidad" que se refiera a la salud, al tratamiento de las enfermedades, rehabilitación de los inválidos, al ejercicio de las disciplinas para la salud y a los productos y servicios a que se refiere esta ley. Y así continúa diciendo la ley respecto de la publicidad materia de ella:

La información contenida en el mensaje deberá ser comprobable y no engañar al público sobre la calidad, origen, pureza, conservación, y propiedades del empleo de los productos, el mensaje deberá tener contenido "orientador y educativo", así mismo no deberá inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física o mental -- que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad, integridad física o dignidad de las personas, en particular de la mujer, ni deberá desvirtuar ni contravenir los principios, disposiciones y ordenamientos que en materia de prevención, tratamiento de enfermedades o rehabilitación establece la Secretaría de Salud ¹²¹.

Por lo que se refiere a la publicidad de las bebidas alcohólicas, se encuentra que está regulada, por el reglamento de publicidad para alimentos, bebidas y medicamentos, el cual nos dice en sus artículos- 33 y 34, dicha publicidad se limitará a dar información sobre las características de dichos productos, calidad y técnicas de elaboración de los mismos, a su vez también se abstendrá de emplear imperativos -- que induzcan directamente a la ingestión de ellos.

Es importante mencionar que tanto el consejo de radio y televisión como la Comisión de Radiodifusión son los vehículos que utilizará la Secretaría de Salud para proporcionar el material que contenga los mensajes destinados para su transmisión en los horarios ya estipulados (a partir de las 22:00 horas).

¹²¹ Artículo 306 Fracciones I, II, IV, y V de la Ley General de Salud.

El artículo 37 del citado reglamento es muy claro al mencionar cuando se prohibirá dicha publicidad y así afirma, que no se autorizará cuando:

- I.- Se relacione con ideas o imágenes de esparcimiento espiritual, paz, tranquilidad, alegría, euforia u otros efectos que por su contenido alcohólico se producen en el ser humano.
- II.- Cuando se atribuya a estos productos propiedades nutritivas, sedantes o estimulantes.
- III.- Se asocie con ideas o imágenes de mayor éxito en el amor o en la sexualidad de las personas.
- IV.- Se asocie con ideas o imágenes de centros de trabajo, de instituciones educativas, del hogar o con actividades deportivas.
- V.- Motive a su consumo por razones de fiestas nacionales, cívicas o religiosas.
- VI.- Haga exaltación de prestigio social, hombría o femineidad del público a quien va dirigida.
- VII.- Cuando se asocie con actividades creativas del ser humano.
- VIII.- Cuando utilice en ella como personajes a niños o adolescentes o bien la dirija a ellos.
- IX.- También cuando presente establecimientos llamados comunemente centros de vicio, cualquiera que sea su naturaleza.
- X.- O cuando exhiba la ingestión real o aparente de dichos productos¹²².

Una técnica publicitaria que ha generado grandes resultados en cuanto a ventas es aquella que provoca que el auditorio compre y desee lo que se anuncia y así por ejemplo, se toman fotografías del artículo en diversas formas con igual luminosidad y contraste en cada una de ellas para no influir con una más que con otras, se presen-

¹²² Reglamento de Publicidad para Alimentos, bebidas y Medicamentos, Porrúa, 1966. Pags. 453 y 454.

tan al público haciendo a la vez una pequeña encuesta, entonces el entrevistado está presto a responder de que manera se le antoja - más el producto y ¿esa es la respuesta!, significa entonces que - el secreto para influir en la voluntad del público es conocer las reacciones de éste y así darle lo que él está esperando o deseando y con ello el anunciante logra su objetivo; eso es el A.B.C. de la publicidad. (Técnica y no imaginación nos dice Ethiel Corvera)¹²³.

Así también dichas fotografías después las observamos en las di-
ferentes revistas que existen a nuestro alcance. Toussaint Florence
analiza un mensaje publicitario llevado a cabo en una fotografía que
ilustra una revista y se presenta de la siguiente manera:

Se anuncia en ella "tres barriles" (Brandy francés un tipo de pro-
ducción limitada - no también podría ser Brandy "Napoleón"); lo im-
portante sobre todo es como se desarrolla el mensaje no tanto el -
nombre del producto, (para efecto de este ejemplo). El mismo título
se repite como logotipo en la etiqueta que envuelve a la botella, u
su vez la etiqueta contiene todavía otro mensaje literal que repite
el tema "producido enjardo y embotellado en Francia". Entre los ele-
mentos de la fotografía son los siguientes: en primer plano se ob-
serva la botella de botella, detrás de ésta se realimenta un acci-
-ón de la mitad de su superficie, una copa que contiene un poco de
líquido color naranja. La botella es oscura en su parte de abajo -
mientras que su cuello es de un verde tierno, la etiqueta es de color
oro y café obscuro, con fondo para la botella y la copa se encuentra
la reproducción de una tela pintada al óleo. El motivo de dicha pin-
tura es una embarcación de varios barriles, una alava donde se puede ver a
tres hombres que empujan el bote hacia el mar (visten uniforme), un
cuarto personaje (vestido de civil) dirige la acción y tras él un
militar vestido de rojo y con un sombrero tipo "Napoleón" quien di-

¹²³ Ethiel Corvera Publicidad Médica, México, D. México, 1967 p.5

serva en silencio la manobra, en el mar se observa un barco de vela, y por último en el cielo la luna en cuarto menguante, reflejando su luz en la playa y en las olas. El significado entonces es - el siguiente:

Este mensaje proyecta un simbolismo, una ideología, los valores que la publicidad maneja para introducirse en la preferencia del - consumidor, el mensaje propiciado es "cultural" ¿ Por qué ? .

Las relaciones de este anuncio son: La pintura por pertenecer a un conjunto de obras privilegiadas por su carácter artístico, presta al brandy por su relación de cercanía con él "el prestigio" de ser considerado también como una obra de arte (en nuestra sociedad mercantilizada la obra de arte más que ser la expresión de creatividad de los hombres constituye un objeto codiciado que otorga a quien lo consume cierto "estatus" de excepción, buen gusto y refinamiento), sin olvidar lo que dice el artículo 77 fracciones I y VI - (no se autorizará la publicidad de bebidas alcohólicas cuando) ; - " se relacione con ideas o imágenes de esparcimiento espiritual, -- paz, tranquilidad; ni haga exaltación de prestigio social (estatus).

Prosiguiendo la interpretación del mensaje, el publicista intenta proponer al público lector de esa revista la similitud que puede existir entre el consumo del cuadro o pintura y el consumo del licor anunciado. Por otro lado la edad de la pintura "remite" al tiempo del brandy (se supone que es viejo), a través de dicho simbolismo o relación el licor "adquiere" su historicidad lo cual le da al licor citado "mayor prestigio" y por último el brandy de la fotografía a es " francés" lo cual es bien visto por los convencionalismos sociales y culturales y considerando por eso como de la mejor calidad (cabe hacer notar que el prestigio de la industria francesa del alcohol es utilizado en nuestros licores, buenos o no), y así el hombre vestido estilo Napoleón concuerda con toda la idea ¹²⁴.

Entonces lo que se analizó en dicho "mensaje" lo podemos observar no solo en revistas, sino a través de innumerables escenas en la

124 Toussaint Florence. Crítica de la Información de Masas, México, Trillas, 2a. Ed. 1981, Pags. 61- 64.

televisión o en las películas, violando así los citados artículos del reglamento de publicidad para alimentos y bebidas y con ello motivando al público a que "consume" con el mayor entusiasmo posible licor, y así sucede con el tabaco también a pesar de que -- nuestra legislación lo prohíbe y menciona el artículo 4° del citado reglamento de alimentos y bebidas:

"No se autorizará la publicidad del tabaco cuando":

Afirme que el consumo de éste producto aumenta el prestigio social de las personas; cuando se asocie con actividades deportivas del hogar o del trabajo; haga exaltación a la femineidad o a la - hombría como consecuencia de su consumo; se asocie con ideas de - mayor éxito en el amor o en la sexualidad de las personas ¹²⁵, y así en los mismos términos con respecto a la publicidad en otros - productos como los de perfumería, belleza, aseo etc.

Entre las medidas que la Secretaría de Salud podrá tomar con - respecto a las violaciones de los artículos ya expuestos y de -- acuerdo al artículo 98 del citado reglamento se encuentran:

- I.- La suspensión de la publicidad
- II.- Retención o aseguramiento del material publicitario
- III.- Depósito en custodia del material publicitario
- IV.- Decomiso del material publicitario

Además de eso menciona el reglamento en su artículo 106, la -- Secretaría de Salud podrá aplicar las sanciones administrativas - consistientes en:

- I.- Multa
- II.- Arresto hasta por treinta y seis horas según el caso, lo anterior en base al propio artículo 103 que consigna; el titular - del registro del producto o de la licencia sanitaria del establecimiento que se anuncie, será el res

¹²⁵ Reglamento de Publicidad para Alimentos, Bebidas y Medicamentos, artículo 4° Fracciones I, V, VI, y VII.

ponsable de los conceptos vertidos en la publicidad cuya realización haya ordenado (esto es para el caso de los establecimientos particulares), los responsables de la publicidad a nivel de la comunicación colectiva serán el Consejo de Radio y Televisión y la Comisión de Radiodifusión.

Los artículos siguientes a su vez expresan algunas de las sanciones por violar las disposiciones en materia de publicidad:

Artículo 112 " La difusión de bebidas alcohólicas, "no autorizada", que dé información sobre los efectos que produce su ingestión, induzca a su consumo por razones de salud, utilice a personajes infantiles o adolescentes, o se dirija a ellos, será sancionada con multa de 1.000.00 a 50.000.00 pesos "

Artículo 113 " La difusión de la publicidad de bebidas alcohólicas, no autorizada, que se asocie con actividades deportivas, del hogar o del trabajo, será sancionada con multa de 1000.00 a 25.000.00 pesos" 126

Por todo lo anterior se observa que la publicidad siempre está tratando de tocar los impulsos del ser humano y de una manera "disfrazada" viola las disposiciones de la ley de salud con el simple objeto de ser el instrumento de superación económica de sus especialistas o generadores.

D) CODIGO PENAL

En éste ordenamiento legal es donde se describen con suma claridad cuales son los delitos que pueden ser provocados además de otros conductos, por los medios de comunicación colectiva, y sus respectivas sanciones.

En el Capítulo 8° de dicho ordenamiento titulado "Delitos contra la moral pública y las buenas costumbres" existen las siguientes nor

126 Reglamento de Publicidad para Alimentos, Bebidas y Medicamentos, México, Porrúa, 1981, p. 436.

mas:

Se aplicará prisión de seis meses a cinco años y multas hasta de diez mil pesos.

I.- Al que fabrique, reproduzca o publique libros, escritos, imágenes u objetos obscenos al que los exponga, distribuya o haga circular.

II.- Al que publique por cualquier medio, ejecute o haga ejecutar - por otro exhibiciones obscenas: y

III.- Al que de todo escandaloso invite a otro al comercio carnal ¹²⁷.

De igual manera menciona el artículo 201 y bajo la misma pena; - " comete el delito de corrupción de menores el que procure o facilite su depravación sexual, si es puber, la iniciación en la vida -- sexual o la depravación de un impber, o los induzca, incite o auxilie a la práctica de la mendicidad, de hábitos viciosos, a la ebriedad, a formar parte de una asociación delictuosa, o a cometer cualquier delito. Cuando los actos de corrupción se realicen reiteradamente sobre el mismo menor o debido a ellos éste adquiriera los hábitos - del " alcoholismo ", uso de sustancias tóxicas u otras que produzcan efectos similares, se dedique a la prostitución o a las prácticas homosexuales, o forme parte de una asociación delictuosa, la pena de prisión será de cinco a diez años, si además de los delitos -- previstos en este capítulo, resultase cometido otro, se aplicarán - las reglas de acumulación".

Como se puede observar de los anteriores artículos del Código Penal está sumamente penado todo aquello que sea contrario a la moral-pública o las buenas costumbres, así mismo como se ha estado mencionando a lo largo del presente estudio sobre los medios de comunicación, estos influyen poderosamente sobre el auditorio y desgraciadamente existen publicaciones, filmaciones, películas cinematográficas, revistas, libros, canciones, comerciales y toda una gama de ideas, y piniones y expresiones "públicas" que además de no identificarse con

127 Código Penal para el Distrito Federal, México, Porrúa,
4a. Ed. 1965, artículo 200, pags. 67 y 68

los objetivos iniciales de dichos medios de comunicación (llevar-cultura, educación, etc), van en contra de lo establecido por sus respectivas leyes federales y en este caso del mismo Código Penal ¿ Por qué se siguen publicando y anunciando las revistas de caríc-ter obsceno cuándo están expresamente prohibidas por las fraccio-nes I y II del citado artículo 200 del Código Penal ?, se puede -deducir que el problema no está en el contenido de nuestras dispo-siciones jurídicas, ya que éstas han tomado en cuenta dichos peli-gros para una sociedad " sana y educada" , mayor aún para una niñez y juventud digna y decorosa, sino en quienes están manejando dichos medios de comunicación para lucrar con todo lo que les convenga y en las mismas circunstancias, quienes han sido puestos por parte-del Estado para "vigilar" el exacto cumplimiento de dichas dispo-siciones jurídicas: hasta en la televisión que debería de ser la-más fácil de controlar se violan las disposiciones más elocuentes al respecto como la abstención de la publicidad del tabaco y las bebidas alcohólicas antes de las 12:00 horas, la cual en repetidas ocasiones se transmite media hora antes del horario citado y en -"eventos especiales" a la hora que éstos tengan su aparición sin-importantar lo que establece la ley Federal de Radio y Televisión. - Es evidente entonces comprobar estas afirmaciones con solo "obser-var" con atención lo que a través de los medios de comunicación se maneja.

Ahora ¿ Cómo se puede intervenir jurídicamente en contra de di-chas violaciones u omisiones a las leyes principalmente penales ?

El Doctor en Derecho Luis Castaño, incluyó en una de sus obras jurídicas, la ejecutoria emitida por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en que se niega el amparo a un particular condenado por el delito de ultrajes a la moral pública y el caso se descri-be de la siguiente manera:

El particular es el gerente o administrador de una casa edito-rial que imprime y distribuye la revista titulada "caricatura" - misma que se ha considerado obscena y violatoria del artículo 200 del Código Penal, por el Juez 8° Mixto de Paz de la Ciudad de Mé-

xico, imponiendo como resultado para el demandado, la sanción de - tres meses de prisión y la multa respectiva. dicha sentencia se ex - plica en los criterios publicados en el Semanario Judicial de la - Federación, que afirman:

La facultad de declarar que un hecho es o no delito e imponer las penas consiguientes, es propio y exclusivo de la autoridad judicial, conforme al artículo 21 Constitucional, y tal facultad no puede ser restringida o invalidada por el hecho de que una dependencia administrativa haya consentido en la distribución de una revista, por otra parte la calificación de que una revista sea obscena, cae bajo la a - preciación del juez de los autos, sin que sea necesario que haya una prueba especial y directa encaminada a establecer ese extremo; pues siendo obsceno lo contrario al pudor, al recato o al decoro, el juez está capacitado para determinar si ese es el carácter de la revista distribuida y hecha circular por el acusado. Dado el carácter variable de la noción de buenas costumbres y de moral pública, según sea el ambiente o grado de cultura de una comunidad determinada, es necesario dejar a los jueces el cuidado de determinar cuáles actos pueden ser considerados como irpúdicos. A falta de un concepto exacto y de reglas fijas en materia de moralidad pública, tiene el juez la obligación de interpretar lo que el común de las gentes entiende por obsceno y ofensivo al pudor, sin recurrir a procedimientos de comparación, que solo son propios para resolver cuestiones puramente técnicas. Por tanto no es la opinión de unos peritos, que no los puede haber en esta materia, la que debe servir de sostén a un fallo judicial, ni es la simple interpretación lexicológica, el único medio de que se puede disponer para llegar a una conclusión; debe acudirse a la vez a la interpretación jurídica de las expresiones usadas por el legislador y a la doctrina, como auxiliarse en el ejercicio del arbitrio judicial que la ley otorga a los jueces y tribunales. Como toda función judicial, la de aplicar las penas debe sujetarse a determinadas reglas y el juzgador no debe perder de vista que sus decisiones se han de pronunciar de acuerdo a la moralidad média que impera en un momento dado en la sociedad y en relación con las constancias de autos, pues de otra manera incurriría en violaciones de garantías constitucionales en perjuicio del acusado. Ahora bien no es violatorio de garantías la sentencia emitida en éste caso ya que se comprobó el

cuerpo del delito que sanciona el artículo 200 del Código Penal, al haber distribuido el acusado, una revista cuyos ejemplares contienen grabados y leyendas que, atendiendo a la opinión corriente que en materia de moral priva en nuestro medio, sea de la clase de obras que nuestra sociedad rechaza y estima como disolventes de las costumbres y hábitos sociales, ya que el tema que inspira dichos grabados y leyendas, tiende a exaltar hasta un grado morboso y como tendencia exclusiva de la publicación, la convivencia sexual y, en ocasiones hasta al comercio carnal ¹²⁸.

Por otro lado el acusado por medio de su abogado interpuso la citada demanda de amparo alegando que el juez 8° Mixto de Paz de la Ciudad de México al condenarle por el delito mencionado violó las garantías que le pertenecen y que están contenidas en los artículos 14, 16, 19 y 20 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y entre algunos puntos mencionados como actos reclamados sostiene:

Se le agravó al acusado ya que se cerró la instrucción sin haber esperado la resolución de la sexta sala con motivo de la apelación interpuesta contra el auto de formal prisión y como establece la ley que solo podrá el acusado ser sentenciado por los delitos especificados en el auto (mismo que estaba recurrido por causa de la pendiente resolución de la sexta sala) y tomase en cuenta que por dicha resolución hubiera podido cambiar la situación hubiera podido cambiar la situación jurídica del acusado, se le privó del derecho de defenderse. Principalmente la defensa afirma que el agravio mayor es que no se comprobó debidamente el cuerpo del delito conforme a lo dispuesto por el Código de procedimientos penales y motiva esto al decir que nadie está capacitado para juzgar sobre un punto tan delicado como lo es la moral de los pueblos, y mucho menos establecer el criterio de "moral-medio", ya que dicho criterio mas bien parece extraído del más severo traductista del derecho canónico, y que se tiene que tomar en cuenta que en la República Mexicana de acuerdo al clima y a las condiciones topográficas, varía radicalmente el criterio que se tiene de lo bueno

128 Luis Castaño, El Régimen Legal de la Prensa en México, México Forrúa, 1962, 2a. Ed. Págs. 190 y 191.

y de lo malo, de lo moral y lo inmoral, de lo que es obsceno y de lo que no es, y que ese criterio de "moral media" sin razón se ha basado la supuesta prueba la cuál no comprueba el cuerpo del delito o la averiguación correspondiente, además de que la citada revista "Circatura" es inofensiva. También afirma el defensor que la editoria lleva el apellido del acusado pero eso no lo hace culpable, ya que viene siendo ésta una tercera persona (o persona moral) y que por lo tanto es diferente a la persona física del demandado y que además no fué éste careado con los testigos de la parte contraria lo cuál es violatorio de las leyes del procedimiento.

Entonces la sexta sala emite sus criterios de contestación a la defensa del acusado y menciona que no fue necesario carear al demandado ya que el juez condenó a éste al tomar en cuenta la propia confesión del acusado, por lo tanto no se viola el procedimiento. Así también afirma la sala citada que a falta de un concepto exacto y de reglas fijas en materia de moralidad pública tiene el juez la obligación, en casos como el presente, de interpretar lo que el común de las gentes entiende por obsceno u ofensivo al pudor, sin recurrir a procedimientos de comprobación que solo son propios de cuestiones puramente técnicas. Además no aparece en los autos que el Juez 8° haya hecho una inexacta aplicación de la ley ya que en los "ejemplares" de dicha revista que han sido aportados y glorados a los autos, abundan los grabados que reproducen actitudes humanas equívocas y no son escasos los grabados con franca tendencia a la fijación de un acto cercano o posterior al acoplamiento sexual y que algunos a "simple vista" revelan las más torpes actitudes en la más vulgar de las distorsiones sexuales y que dicha revista en su "humorismo" y en lo que no se considera como tal tiene un único motivo, constante e invariable en sus múltiples grabados, leyendas y artículos "el sexo" que es ahí tratado sin elevación, y que por lo tanto el contenido de tal revista es de la clase que nuestra sociedad rechaza y estima como disolvente de las costumbres y hábitos sociales. Tomando en cuenta que el contenido de la revista esta bajo la sanción legal, además de la

confesión del acusado en donde reconoce distribuir la revista en su carácter de gerente de la editorial. Se estima que si se comprobó el cuerpo del delito que sanciona el artículo 200 del Código Penal¹²⁹.

Por lo que toca a lo expuesto por la defensa al mencionar que el acusado es diferente persona de la casa editorial aunque éste sea el gerente de la misma afirma la sexta sala, que con el hecho de distribuir en variadas ocasiones la citada revista esto lo hace responsable ante la ley penal, indistintamente, y no le sirve de justificación - el haber realizado el acto criminal bajo el amparo de una representación social y en beneficio de ella ya que así lo estipula el artículo 112 del Código Penal, al facultar al Juez para suspender o disolver la agrupación cuando un miembro de ella cometa un delito con los medios que la misma le proporciona. Por las consideraciones anteriores se resuelve : La Justicia de la Unión no ampara ni protege al acusado contra la sentencia pronunciada en su contra por el Juez 8° Mixto de Paz de la Ciudad de México¹³⁰.

Como se puede observar entonces se pueden denunciar ante los juzgados comunes las violaciones al artículo 200 y siguientes del Código Penal cuando se percate el ciudadano de que debe hacerse y ni aún el amparo prosede cuando se ha comprobado el cuerpo del delito que a opinión de muchos es difícil de comprobar en estos casos por lo "ambiguo del término "moral pública" pero que como se vió el juzgador sí tiene la capacidad de hacerlo.

Otros delitos que pueden ser cometidos por medio de los medios de comunicación principalmente por la prensa y que estan contemplados en el citado Código Penal son los llamados delitos contra el honor de las personas, y así por ejemplo Pinto Mazal nos habla del delito de difamación y afirma que si en una publicación se menciona que determinada persona es un bandido, un ladrón, un afeminado, un sapo repugnante o un perro sarnoso, esto será más que suficiente para que la asentada sea una típica expresión difamatoria¹³¹, también nos dice Pinto

¹²⁹ Luis Castaño, El Régimen Legal de la Prensa en México, México, Porrúa, 1962, 2a. Ed. P. 196.

¹³⁰ Luis Castaño, op. cit. p. 196

¹³¹ Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977, p. 182.

Nazal que la difamación además de particulares puede tener como sujetos pasivos a las personas morales e inclusive a las instituciones nacionales. El delito de difamación está muy relacionado o es muy parecido al de injurias inclusive hay quienes afirman que son uno mismo, el Código Penal nos habla de ellos en sus artículos 348 350 y siguientes y así estipula el citado ordenamiento:

El Delito de injurias se castigará con tres días o un año de prisión o multa de dos a doscientos pesos o ambas sanciones a juicio del Juez, y afirma que injuria es toda expresión proferida o toda acción ejecutada para manifestar desprecio a otro, o con el fin de hacerlo una ofensa. A diferencia de la difamación que la define el mismo ordenamiento en su artículo 350 como: comunicar dolosamente a una o mas personas, la imputación que se hace a otra persona física, o persona moral en los casos previstos por la ley, de un hecho cierto o falso, determinado o indeterminado, que puede causarle deshonor, descrédito, perjuicio, o exponerlo al desprecio de alguien.¹³²

Resulta muy importante lo expuesto por el mismo Código cuando dice en su artículo 360; no se podrá proceder contra el autor de una injuria, difamación o calumnia sino por queja de la persona ofendida.

A excepción de:

I.- Si el ofendido hubiere muerto y la injuria, la difamación o calumnia fueren posteriores a su fallecimiento (lo cual facultaría al cónyuge, descendientes, ascendientes o hermanos a reclamar tal acto); cuando dichas ofensas sean anteriores al fallecimiento del ofendido no se atenderá la queja de las personas mencionadas, si aquel hubiere permitido la ofensa teniendo conocimiento de ella y en vida no la reclamare pudiendo hacerlo o pre-

verido que lo hicieran sus familiares.

II.- Cuando la ofensa sea contra la Nación Mexicana o Gobierno Extranjero; o contra sus agentes diplomáticos en este país, en el primer caso corresponderá al Ministerio Público hacer la acusación respectiva y en el segundo mediante exitativa.

Por su parte el artículo 362 del Código menciona: Los escritos, es-
tampas, pinturas o cualquier otra cosa que hubiere servido de medio -
para la injuria, difamación o calumnia, se recojerán e inutilizarán, a
menos que se trate de algun documento público o de uno privado que im-
porte obligación, liberación o transmisión de derechos, en tal caso -
se hará en el documento una anotación suraria de la sentencia pronun-
ciada contra el acusado.

Así como el artículo 363 afirma: siempre que sea condenado el res-
ponsable de una injuria, de una difamación o de una calumnia, si lo -
solicita la persona ofendida, se publicará la sentencia en tres perió-
dicos a costa de aquel. Cuando el delito se cometa por medio de un pe-
riódico, los dueños o gerentes de éste, tengan o no responsabilidad -
penal, estarán obligados a publicar el fallo, imponiéndoseles una mul-
ta de diez pesos por cada día que pase sin hacerlo, después de aquel-
er que se le notifique la sentencia.

Y por último el artículo 364 del Código estipula que no se aplicará
sanción alguna como rec de difamación ni de injuria:

- I.- Al que manifieste "técnicamente" su parecer sobre alguna produc-
ción literaria, artística, científica o industrial.
- II.- Al que manifieste su juicio sobre la capacidad, instrucción, apti-
tud o conducta de otro, si pretenda obrar en cumplimiento de un deber
o por interés público, o que, con la debida reserva, lo hizo por huma-
nidad, por prestar un servicio a persona con quien tenga parentesco o
amistad, o dando informes que se le hubieren pedido, si no lo hicieron
a sabiendas calumniosamente.

Existen algunas otras disposiciones en lo referente a los delitos -
contra la paz pública que también podrían ser generados por los medios
de comunicación principalmente la prensa, en la práctica se llegan a
presentar con poca frecuencia ya que en nuestro sistema social existe -
todavía mucho control de este aspecto sin embargo se mencionará algo -
al respecto en el próximo inciso.

E) LEY DE IMPRENTA

Como ya se afirmó el presente ordenamiento o ley reglamentaria de los artículos 6° y 7° Constitucionales tiene mucha relación con nuestra Carta Magna y con los artículos del Código Penal ya estudiados, y por lo consiguiente con los delitos y violaciones que los medios de comunicación cometen al respecto violando las diferentes leyes y en particular también la citada ley de imprenta.

Y así nos dice esta ley en su artículo 1° "Constituyen ataques a la vida privada:

I.- Toda manifestación o expresión maliciosa hecha verbalmente o por señales en presencia de una o más personas, o por medio de - manuscrito, o de la imprenta, del dibujo, litografía, fotografía o de cualquier otra manera, que expuesta o circulando en público, o transmitida por correo, telégrafo, radiotelegrafía o por mensajería, o de cualquier otro modo, exponga a una persona al odio, desprecio o en sus intereses.

II.- Toda manifestación o expresión maliciosa hecha en los términos y por cualquiera de los medios indicados en la fracción anterior, contra la memoria de un difunto con el propósito o intención de lastimar el honor o la pública estimación de los herederos o descendientes de aquél que aún vivieren.

Continúa diciendo en su fracción 4a. : Cuando con una publicación prohibida expresamente por la ley, se comprometa la dignidad o estimación de una persona, exponiéndola al odio, desprecio o ridículo, o a sufrir daño en su reputación o en sus intereses, ya sean personales o pecuniarios ¹³³. O sea que en lo expuesto anteriormente está contemplado el delito de difamación ya estudiado en el Código Penal.

¹³³ Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, México, U.N.A.M., 1977, p. 271

El artículo 2° de la ley afirma que constituye un ataque a la moral:

I.- Toda manifestación de palabra, por escrito o por cualquier otro de los medios (ya citados) con la que se defiendan o disculpen, se aconsejen o propaguen públicamente los vicios, faltas o delitos, o se haga la apología de ellos o de sus autores;

II.- Toda manifestación verificada con discursos, gritos, cantos, exhibiciones o representaciones, o por cualquier otro medio de los enumerados en la fracción anterior, con la cual se ultraje o se ofenda públicamente al pudor, a la decencia o a las buenas costumbres o se excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos o impúdicos, teniéndose como tales, todos aquellos que en el concepto público, estén calificados de contrarios al pudor.

III.- Toda distribución, venta o exposición al público, de cualquier manera que se haga, de escritos, folletos, impresos, canciones, tratados, libros, imágenes, anuncios, tarjetas u otros papeles o figuras, pinturas, dibujos o litografiados de carácter obsceno o que representen actos libélicos. Los tres primeros artículos de esta ley - considero son los más importantes de ella, pero éste último es violado constantemente por quienes tienen en sus manos el poder imprimir, pintar, dibujar etc. es parte de la "moda" actual que se desarrolló con los publicistas que todo lo relacionan con el sexo, cada artículo cada servicio anuncian, para así venderlo a gran escala y aprovechar las ganancias, sin importar lo "negativo" causado en el público.

Por lo que toca a los delitos sobre la paz pública, también nos muestra esta ley algunos puntos importantes y afirma que constituye un ataque al orden o a la paz pública:

I.- Toda manifestación o exposición caliciosa hecha públicamente, como ya se dijo, a través de (discursos, gritos, cantos, manuscritos, etc.) que tenga por objeto desprestigiar, ridiculizar o destruir, las instituciones fundamentales del país o que injurie a la Nación Mexicana o a las entidades políticas que la forman.

II.- También aquella manifestación, hecha públicamente, (por cual quiera de los medios ya mencionados) con la que se aconseje o provoke, directamente o indirectamente al ejército, a la desobediencia a la rebelión, a la dispersión de sus miembros o al incumplimiento de sus deberes, así mismo aquella que aconseje, o excite directamente al público en general, a la anarquía, al motín, sedición, rebelión, o a la desobediencia de las leyes y los mandatos legítimos de la autoridad con el objeto de atraer sobre dichas autoridades el odio, desprecio o ridículo.

III.- La publicación o propagación de noticias falsas o adulteradas sobre acontecimientos de actualidad, capaces de perturbar la paz o la tranquilidad en la República o en alguna parte de ella, o de causar la baja alza de precios de las mercancías o de lastimar el Crédito de la Nación, de algun Estado o Municipio, o de los bancos legalmente constituidos; y por último:

IV.- Toda publicación prohibida por la ley o por la autoridad, por causa de interés público o hechos antes de que la ley permita darla a conocer al público¹³⁴. Cabe mencionar que las expresiones o manifestaciones citadas en los anteriores artículos se consideraran "públicas" cuando se hagan o ejecuten en las calles, plazas, parques, teatros u otros lugares de reuniones públicas, o en lugares privados, pero de manera que puedan ser observados, vistos u oídos por el público.

La ley expresamente prohíbe en su artículo 9° :

Publicar los escritos o actos de acusación en un proceso criminal, antes de que se se cuenta con aquellos o éstos en audiencia pública; publicar sin consentimiento de todos los interesados, los escritos, actos de acusación y demás piezas de los procesos que se sigue por los delitos sexuales (acoso, atentados al pudor, estupro, violación) y los de ataque a la vida privada, así mismo, las demandas, contestaciones y demás piezas de autos. (sin el consen-

134 Artículo 3° de la ley de Imprenta.

amiento ya citado), en los juicios de divorcio, reclamación de paternidad, maternidad o diligencia de reconocimiento de hijos y otros que en esta materia puedan suscitarse;

Publicar los nombres de las víctimas de los delitos sexuales. Las infracciones a estas prohibiciones comprenderán arresto de uno a once meses y para los funcionarios o empleados que ministren datos para hacer una publicación prohibida además de dicho arresto serán destituidos de su empleo.

Es importante mencionar que la responsabilidad Penal por los delitos a que se refieren los primeros tres artículos de esta ley (ataques a la vida privada, moral y paz pública) recaerá directamente sobre los autores y sus cómplices, determinándose aquellos y éstos conforme a las reglas de la ley penal común.

Por su parte los operarios de una imprenta, litografía, o cualquiera otra oficina de publicidad solo tendrán responsabilidad penal por una publicación delictuosa, cuando (artículo 17 de la ley) resulte plenamente comprobado que son los autores de ella, o que facilitarán los datos para hacerla o concurrieron a la preparación o ejecución del delito, con pleno conocimiento de que se trataba de un hecho punible, - haya habido o no acuerdo previo con el principal responsable, o cuando sean, a la vez, los directores de una publicación periódica (caso visto en el inciso anterior) o los editores, regentes o propietarios de la oficina en que se hizo la publicación,. En el caso de representaciones teatrales y exhibiciones cinematográficas, se tendrá como responsable según el artículo 18, al autor de la pieza que se represente o exhiba o constituya la audición, al empresario del teatro, o lugar donde se lleve a cabo. Por lo que hace a toda publicación periódica, se deberá expresar en el lugar en que esté establecida la negociación o administración del periódico y el nombre, apellido y domicilio del Director, administrador o regente, quien a su vez será responsable (artículo 21 de la ley) por los artículos, entrefiletos, párrafos de gaceta reportajes y demás informes, relaciones o noticias que contuviere:

I.- Cuando estuvieren formados por él o cuando aparecieren sin firma, más en este caso se presume que él es el autor.

II.- Cuando estuvieren firmados por otra persona, si contienen un ataque notorio a la vida privada, a la moral o a la paz pública, a menos que pruebe que la publicación se hizo sin su consentimiento y que no pudo evitarla sin que haya habido negligencia de su parte.

III.- Cuando haya ordenado la publicación del artículo, párrafo o reportazgo impugnado, o haya dado los datos para hacerlo o lo haya aprobado expresamente, ahora si una publicación periódica no tuviere director, o este no hubiere podido asistir a la oficina por justo impedimento, la responsabilidad penal recaerá en el administrador o regente y en su defecto, en el propietario de dicha publicación, y si no fuere conocido, en las personas a cuyo cargo está la redacción.

Así mismo toda oficina impresora, de cualquier clase que sea, deberá guardar los originales que estuvieren firmados, durante el término que se señala para la prescripción de la acción penal, a fin de que durante este término pueda, en cualquier tiempo, probar quien es el autor de dichos artículos.

También es importante mencionar que en ningún caso podrán figurar como directores, editores o responsables de artículos o periódicos, libros y demás publicaciones, personas que se encuentren fuera de la República o que estén en prisión o en libertad preparatoria, o bajo caución, por delitos que no sean de imprenta¹³⁵. En quinto a la responsabilidad criminal por escritos, libros, impresos, grabados y demás objetos que se introduzcan a la República y en que haya ataques a la vida privada, a la moral o a la paz pública, recaerá directamente sobre las personas que los importen, reproduzcan o, en su defecto, sobre los que los vendan o circulen, a menos que estos prueben que personas se los entregaron para ese objeto.

135 Artículo 26 de la Ley de Imprenta.

Entre las diferentes sanciones marcadas por la ley con respecto de los delitos de imprenta se encuentran principalmente las comprendidas en los artículos 30, al 33 y menciona entonces la ley:

En toda sentencia condenatoria se ordenará que se destruyan los impresos, grabados, litografías y demás objetos con que se haya cometido el delito, y tratándose de instrumentos públicos, que se tilden de manera que queden ilegibles las palabras o expresiones que se consideren delictuosas.

Los ataques a la vida privada se castigarán de acuerdo a lo establecido por el artículo 31 con:

I.- Arresto de ocho días a seis meses y multa de cinco a cincuenta pesos, cuando el ataque o injuria no esté comprendido en la fracción siguiente.

II.- Pena de seis meses o arresto de dos años de prisión y multa de cien a mil pesos, cuando el ataque o injuria sea de los que causen ofensa ante la opinión pública o consistan en una imputación o en apreciaciones que pueden perjudicar considerablemente la honrra, la fama o el crédito del injuriado, o comprometer de una manera grave la vida, libertad o los derechos o intereses de éste, o exponerlo al odio o al desprecio público.

En relación al castigo por los delitos contra la moral afirma el artículo 32 de la ley:

I.- Se castigará con arresto de uno a once meses y multa de cien a mil pesos en los casos de la fracción I del citado artículo 2° de la ley (cuando se defiendan o disculpen, aconsejen o propaguen públicamente los vicios, faltas o delitos, o se haga la apología de ellos o de sus autores)

II.- Con arresto de ocho días a seis meses y multa de cien a mil pesos cuando por medio de cantos, exhibiciones o representaciones o por cualquier otro medio se ultraje u ofenda públicamente al pudor, a la decencia o a las buenas costumbres, o se excite a la prostitución.

ción o a la práctica de actos licenciosos o impúdicos).

Y por último los relacionados con la paz pública (Artículo 33 de la ley) que tendrá como pena:

I.- Arresto que no bajará de un mes o prisión que no excederá de un año (Para toda manifestación o expresión maliciosa hecha públicamente en sus diferentes formas, que tenga por objeto desprestigiar, ridiculizar, destruir las instituciones fundamentales del país, nación, mexicana o entidades políticas que la forman) I36

I36 Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los médicos de comunicación Colectiva, México, U.N.A.M. 1977, Pags. 278 y 279.

CONCLUSIONES

El hombre tiene en su vida innumerables necesidades, alimento, vestido, residencia etc. pero una de las principales para cumplir con - su propia naturaleza es la de comunicarse con sus semejantes.

La Comunicación es la transmisión de información, ideas, emociones y habilidades que se dan a través de símbolos tales como: palabras, imágenes, así como todos los medios posibles de persuasión y - ha resultado ser indispensable en la vida social.

Existen varios tipos de comunicación pero la mas importante es la comunicación colectiva, que no son los medios de comunicación en si, sino que es el proceso o acto por el cual los emisores transmiten un mensaje a un auditorio diverso y numeroso por medio de un canal de - una forma pública.

Los medios de comunicación colectiva son instrumentos técnicos o grupo de trabajo, de personas, preparadas y organizadas para transmitir todo tipo de comunicación y entre dichos medios se encuentran: - los periódicos, diarios, semanarios, revistas, libros, folletos, circulares, carteleras, radio, televisión, cine etc.

Una figura que forma parte integral de la comunicación colectiva es la publicidad y se considera ésta, como la forma pública y repetida de intentar una venta utilizando para ello a cada uno de los medios de comunicación existentes, y apoyandose en la psicología y sociología para obtener el poder para despertar deseos de compra e in

fluir en la voluntad y sentimientos del público.

Entre las motivaciones manejadas por la publicidad en combinación con la psicología encontramos las referentes al físico de las personas : en contra del dolor, hambre, insomnio, y las emocionales o psicológicas como evitar el fracaso, la indiferencia, desprecio, falta de amor; y obtener amor, bienestar, euforia, éxito, poder, respeto, reconocimiento, intimidad, ternura, integración social, tranquilidad, seguridad, aventura, nuevas experiencias, atracción al sexo opuesto etc. dichas sensaciones imprecindibles a toda naturaleza humana pobres, ricos, cultos o iletrados son utilizados con maestría por quienes están detrás de los medios de comunicación con el único fin de impactar y cambiar la conducta y voluntad del auditorio para el cumplimiento y satisfacción de sus propios fines.

Debido a que los medios de comunicación colectiva se han encontrado en manos de capital privado y al Estado sólo le ha tocado la función-reguladora de los mismos, la cual en la realidad no se lleva a cabo, la comunicación colectiva es un instrumento efectivo para garantizar ganancias económicas que favorecen especialmente a quienes están detrás de dicha comunicación.

El éxito de la gran mayoría de los mensajes publicitarios es debido a la técnica de repetición; que consiste en enviar al auditorio en incontables ocasiones la misma información hasta que este es convencido y motivado respecto de una necesidad particular.

Dada la naturaleza curiosa del hombre, la imaginación y la mente de éste están abiertas constantemente a las novedades que puedan venir día con día y dichas expectativas son grandemente aprovechadas por los publicistas y quienes manejan los medios de comunicación para la obtención de sus propios beneficios.

La psicología estudia los fenómenos psíquicos tales como las sensaciones, percepciones, representaciones, pensamientos, sentimientos, necesidades, intereses y capacidades del hombre; mismos que son también conocidos por los grupos que dirigen los medios de comunicación, dominando así el ambiente del hombre mismo, el cual cada día como consecuencia ha perdido su individualidad y ha entrado al mundo de la masificación despersonalizándose y actuando en base a lo que escucha y observa, que será el patrón de lo que él debe de ser o de hacer en su vida personal.

El Estado como ente soberano otorga el derecho a la comunicación que todo sujeto de derecho necesita y así se estipula la libertad de expresión que consiste en explorar, descubrir, formular y difundir lo que se conoce, a través de conversaciones, discursos, polémicas, conferencias y cualquier medio de expresión en general por conducto de la palabra, y dicha libertad constituye en sus aspectos positivos un factor indispensable para el progreso cultural y social de un pueblo.

El derecho a la información comprende dos aspectos que son: la -

libertad de emitir y la de recibir sin trabas justificadas las ideas y noticias, y se presenta casi en su totalidad por medio de la prensa, la cual carece de un autocontrol voluntario y necesita por la misma razón ser constantemente vigilada por las instituciones creadas para ese efecto.

Por otro lado la libertad de prensa constituye la garantía del ciudadano contra la injusticia o arbitrariedad del Estado y tiene como una de sus principales funciones defender el interés particular así como el interés público.

Corresponde al derecho establecer las limitaciones a la libre voluntad humana dado que son indispensables para que una sociedad exista, - así mismo deberá restringirse en aquellos casos en que su ejercicio-- signifique un ataque o vulneración al interés estatal o social, para ello el Estado debe vigilar el contenido de las transmisiones por radio y televisión así como el contenido de los demás medios de comunicación colectiva y observar que coincidan con lo establecido en las leyes respectivas.

Actualmente los encargados de los medios de comunicación colectiva en lo que a transmisiones se refiere, están abusando de la libertad de expresión así como del Derecho a la información ya que solo buscan obtener ganancias económicas sin importarles que se viole el interés general del auditorio.

Los particulares a quien han sido concecionados los medios de comunicación así como el Estado tienen obligaciones y derechos - reciprocamente, que principalmente recaen en no caartar la libertad de expresión por parte del Estado; y los particulares, de no violar los límites jurídicos con respecto de lo que se transmite a través de dichos medios.

En la mente del constituyente no hubo la intención de tutelar jurídicamente el simple hecho de escribir o publicar al crear - los límites jurídicos a la libertad de información; sino el deseo de proteger la manifestación pública de lo que se escribe.

Entre los bienes jurídicos a proteger con respecto a los medios de comunicación encontramos principalmente: la democracia, seguridad pública, defensa del orden, prevención del delito, protección de la salud y la moral, prestigio del individuo en lo que se refiere a la difamación, calumnia, injuria etc. Casi en su totalidad - dichos intereses jurídicos no se protegen realmente puesto que las normas jurídicas que los respaldan son continuamente violadas afectando así a los sujetos de derecho en particular.

Entre los diferentes medios de comunicación tiene un lugar prominente la televisión, la cual constituye por sus características; imagen viva, color, sonido, música, etc. una fuente poderosa de influencias, a tal grado que normalmente ocasiona que el televidente abandone el mundo real y penetre al irreal provocando así en él una despersonalización o enagenación y por ello debe este medio de co-

municación principalmente ser un objeto legítimo de preocupación y acción pública.

El Estado cuenta con la ayuda de varias instituciones para la supervisión y vigilancia así como el cumplimiento de las normas-jurídicas relativas a los medios de comunicación y principalmente son: Secretaría de Gobernación, Secretaría de Comunicaciones y -- Transportes, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Salud, las cuales dentro de sus funciones, deben otorgar concesiones, autorizar transmisiones y publicidad, y en general hacer cumplir a los difusores el hecho de no violar o sobrepasar los límites a los derechos de información y de expresión los cuales gozan.

Los artículos 6° y 7° Constitucionales contemplan la libertad de expresión y de información ya que afirman que la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial y así mismo ninguna ley al respecto podrá establecer previa censura, pero a la vez menciona que solo en los casos en que se ataque a la moral, la vida privada y el orden público; sin embargo es evidente que quienes están detrás de los medios de comunicación incurrir en dichas violaciones al no respetar las leyes en materia de me---dios de comunicación.

El artículo 5° de la ley federal de radio y televisión es constantemente violado ya que dichos medios de comunicación deben contribuir en sus transmisiones, a afirmar el respeto y principios--

de moral social, evitar las influencias nocivas y perturbadoras como el tabaco y el alcohol, procurar el desarrollo armónico de la niñez, elevar el nivel cultural del pueblo etc. y sin embargo los temas favoritos en cine y televisión por parte de los productores o cineastas son: sexo, drogas, alcoholismo, prostitución, homosexualidad, crimen, violencia entre otros, lo cual repercute con gran fuerza.

Sobre el auditorio, en quienes se fomenta como consecuencia, - que dichos comportamientos son normales a la naturaleza humana, - aunque en dichas transmisiones estén enfocadas de una forma irreal y engañosa.

De igual manera el artículo 39 del Reglamento de la ley federal de radio y televisión y de la ley de la industria cinematográfica relativo al contenido de las transmisiones, considera contrario a las buenas costumbres: el tratamiento de temas que estimulen ideas o prácticas que ataquen la moral, integridad del hogar, ofender al pudor, incitar a la prostitución o justifiquen las relaciones sexuales ilícitas y promiscuas, tal es el caso de la gran mayoría de series filmadas, obras de teatro, películas, canciones, novelas, telenovelas etc. que continuamente tratan dichos temas principalmente la desintegración del hogar, cuando deberían de exaltar lo contrario.

La gran mayoría de individuos que consumen material violento o temas contrarios a la moral y buenas costumbres a través de los medios de comunicación suelen tener problemas familiares y sociales en mayor porcentaje de quienes no asimilan dichas influencias.

En la actualidad la publicidad de bebidas alcohólicas así como de tabaco comienza su labor en varias estaciones de televisión a las 21:30 hrs. cuando el reglamento de la ley federal de radio y televisión y de la ley de la industria cinematográfica claramente expresa en su artículo 23 fracción III, y 46 de la ley federal de radio y televisión que dicha publicidad comenzará a partir de las 22:00 hrs. lo anterior entre otras cosas con el fin de proteger a los menores de edad contra dichas sugerencias.

Los organismos dependientes de la Secretaría de Gobernación como la Dirección General de Información, Dirección General de Cinematografía y Consejo Nacional de Radio y Televisión, tienen como funciones elevar el nivel cultural, artístico y social de las transmisiones en cumplimiento al artículo 90 de la ley Federal de Radio y Televisión así como la vigilancia en cuanto al cumplimiento de las disposiciones de esta ley en general lo cual no se lleva a cabo.

Los concesionarios estarán obligados a atender las observaciones que por escrito les haga la Secretaría de Gobernación, si a juicio de ésta las transmisiones no se realicen de acuerdo al reglamento; por lo tanto el Estado si puede coaccionar sobre los medios de comunicación.

La Secretaría de Salud a través de sus leyes sobre todo la Ley General de Salud se encuentra realmente pasiva al igual que la Secretaría de Gobernación que es la supervisora de las transmisiones -

nes, en cuanto a proteger lo que públicamente se difunde por conducto de los medios de comunicación colectiva.

Resulta evidente que lo dispuesto por los artículos 4° y 37 del reglamento de publicidad para alimentos, bebidas y medicamentos se viola con mucha frecuencia, ya que dichos artículos estipulan que la publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas se prohibirán cuando se relacionen: con ideas o imágenes de esparcimiento - espiritual, paz, tranquilidad, euforia, de mayor éxito en el amor, o en la sexualidad. De igual manera cuando dicha publicidad sea relacionada con ideas que hagan exultación de prestigio social, hombría, femineidad o se asocie con actividades creativas del ser humano; por lo tanto, basta observar detenidamente los mensajes publicitarios de dichos artículos sobre todo por medio de la televisión para comprobar que las imágenes, escenas o pláticas en quienes las actúan se efectúan bajo tales asociaciones, psicológicamente con ello motivan al público a consumirlos y esperar obtener los objetivos del esfuerzo humano ya estudiados.

La motivación psicológica y visual cuidadosamente preparada por quienes se relacionan con los medios de comunicación a nivel negocio y que insinúan que el alcohol y tabaco deben consumirse sin temor, contradice lo estipulado por los artículos 1°, 2° y 73 de la Ley General de Salud, ya que en los citados artículos se establece entre otras cosas: que la mencionada ley procurará el bienestar físico y mental de hombre para contribuir al ejercicio pleno de sus capacidades, el mejoramiento y prolongación de la calidad de vida

humana, la protección y acrecentamiento de los valores que coadyuven a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social. Sin dejar a un lado que difundirán orientación que lleve al público hacia la salud mental, así como la realización de programas y de campañas en contra de las substancias que causen alteraciones mentales o de dependencia.

Cada día mueren muchísimas personas a causa de los efectos del tabaco, alcohol y otros vicios y cierto es que dichos sujetos pudieron dejar de consumir tales productos pero también se encontraron que -- cuando pensaban en dejarlos, eran bombardeados mental y psicológicamente por infinidad de mensajes publicitarios realizados especialmente para que continuaran consumiéndolos, y eso se verifica al observar que actualmente sigue sucediendo así y cada vez va en incremento.

Los efectos psicológicos de como presentan la publicidad de los estimulantes ya citados, son más fuertes que las frases como: Evite el exceso o éste producto puede ser nocivo para la salud, ya que las escenas, colores, música y promesas de prestigio social o diversión a través de los medios de comunicación producen una poderosa influencia en el auditorio.

El artículo 200 del Código Penal y 2° de la Ley de Imprenta respectivamente, en sus primeras fracciones expresan que serán casti

gados quienes fabriquen, reproduzcan, publiquen o hagan circular, libros, escritos, pinturas, dibujos, grabados etc. que sean obscenos o que ultrajen la moral pública y las buenas costumbres, e inciten a actos viciosos, de mendicidad, prostitución, homosexualidad, alcoholismo etc.

Dichos artículos del Código Penal y Ley de Imprenta son continuamente violados, pues alrededor de todo sujeto de derecho circulan y se exhiben publicamente revistas, películas, fotografías, periódicos y hasta personas que practican la prostitución o la homosexualidad etc. , tanto en la publicidad enfocada o relacionada de productos que prometen obtener atractivo sexual a través de los medios de comunicación en su forma mas ingenua, como la observación diaria y a toda hora de dichos males sociales en las calles mexicanas.

A pesar que en la doctrina jurídica varios autores afirman que la Suprema Corte de Justicia no ha definido conceptos como el de moral pública, existen resoluciones en donde afirma la misma Suprema Corte que corresponde al juez de los autos calificar de impúdicos u obscenos , materiales con los que se lucra actualmente, tomando en cuenta la opinión y criterio de las mayorías con respecto de tal calificación y sin necesidad de que dicho juzgador recurra a procedimientos de comprobación que son usados en cuestiones puramente técnicas .

Innumerables familias mexicanas resultan disueltas por causas como la prostitución, pornografía, alcoholismo, drogadicción, homosexualidad, asociaciones delictuosas, crímenes, violencia, relaciones sexuales ilícitas y muchos otros males sociales además de éstos, los cuáles son tratados a través de los diferentes medios de comunicación y hasta en canciones y "bellas expresiones de arte" como normales, sin embargo el verlos desde ese punto de vista sugiere que lo normal en el futuro sea tachado de anticuado como ha venido sucediendo, pues muchos de estos males anteriormente cuando menos se disfrazaban o se ocultaban, pero en la actualidad son la moda.

La problemática social referente a la cultura y educación así como en los males y hábitos negativos de los sujetos de derecho no tienen su origen en la falta de ordenamientos jurídicos al respecto, pues los que existen contienen principios tan sublimes como positivos, sino en la falta de patrones de enseñanza que procuren la realidad de coacción sobre los medios de comunicación para así consumir los objetivos planteados en las mismas.

SUGERENCIAS

El Estado a través de sus instituciones principalmente la Secretaría de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes debería vigilar constantemente el fiel cumplimiento de las leyes relativas a los medios de comunicación para lograr por conducto de ellos como se planeó inmediatamente después de su creación la promoción de los más elevados valores humanos de superación en todos los aspectos de la vida social de sus gobernantes y sus gobernados.

Que por conducto de la radio y televisión principalmente se exhalten y multipliquen las pocas transmisiones de carácter verdaderamente cultural y científico, para así dar cumplimiento con los objetivos de las leyes existentes al respecto.

La creación de un organismo similar a la Procuraduría del Consumidor que atienda quejas y sugerencias a cerca de todo lo que se transmite en los medios de comunicación.

La Dirección General de Información así como la de Cinematografía y como el Consejo Nacional de Radio y Televisión deben realmente reflexionar sobre los principios jurídicos de la Ley Federal de Radio y Televisión y de su reglamento para descartar todas aquellas transmisiones que esten violando la libertad de expresión en los términos del 6° y 7° Constituciona-

les.

El Estado debe tomar pronta acción para evitar y controlar de la mejor manera posible la circulación de material obsceno e im-púdico que se ofrece de una manera libre a los sujetos de dere--cho. Para tal efecto deberá apartar dicho material de los pues--tos vendedores de revistas y periódicos, púés dichas exhibiciones son asimiladas aún por niños y adolescentes.

La autoridad administrativa debería de sancionar a los fabri--cantes y editores de revistas y todo tipo de material que no es--te debidamente autorizado como para estar en circulación.

La Dirección General de Cinematografía y de información debe--ría de eliminar en una buena parte los programas televisivos o -películas cinematograficas en los cuales se rinde culto a la vio--lencia y a las transmisiones de baja comicidad y expresiones de--doble sentido para cumplir con lo estipulado por la Ley Federal de Radio y Televisión y su reglamento.

Dado que el problema del alcoholismo, la drogadicción y uso de todo tipo de substancias que atentan contra la vida de las perso--nas se incrementa cada día más, la Ley Federal de Radio y Televi--sión debiera ser adicionada tomando en cuenta el poder e influen--cia tan grande que ejercen dichos medios incluyendo en ella las-

disposiciones necesarias para establecer la transmisión de campañas que informen verdaderamente al público de los efectos que pueden recaer sobre su propia integridad.

Que en los distintos medios de comunicación se equilibre el contenido que deben tener éstos en relación con el fenómeno -- tan poderoso llamado Publicidad, es decir que no se permita que dicha figura enajene de una manera totalizadora al público receptor imponiendo con ello patrones de conducta que ni son recomendables así como tampoco útiles para todos y cada uno de los miembros del auditorio.

Que todo aquél sujeto que perciba que infinidad de veces -- ha perdido su precioso tiempo al recibir todo tipo de influencias sin obtener ganancia alguna y por el contrario se de cuenta que se trata de los mismos patrones de conducta recomendados con nuevas presentaciones , comiense a dedicar un poco de ese tiempo a la lectura sistemática de la Biblia para descubrir el correcto significado de la enseñanza espiritual : " Todo lo puedo hacer pero no todo me sirve , Todas las cosas me son lícitas pero no me dejare dominar por ninguna " y de esa manera ser verdaderamente libre.

BIBLIOGRAFIA

Obras Citadas

Acosta, Romero Miguel, Martínez Morales Rafael I, Catálogo de Ordenamientos Jurídicos de la Administración Pública Federal. México, Porrúa, 1982.

Burgoa, Orihuela Ignacio, Las Garantías Individuales, México, Porrúa, 17^a Ed. 1983.

Capaldi, Nicholas, Censura y Libertad de Expresión. México, asociados, 1975.

Castaño, Luis, El Régimen Legal de la Prensa en México, México, Porrúa, 2a. Ed. 1962.

Cervera, Ethiel, Publicidad Lógica. México, Ediciones México D.F. 1967.

Ciencias y Humanidades, Colegio, La Publicidad, México, UNAM, S.F.

CIESPAL, Esquemas del Proceso de la Comunicación, Quito, Ecuador, CIESPAL, 1968.

Corral, Corral Manuel, La Ciencia de la Comunicación en México. México, Trillas, Tomo I, 1986.

Emery, Edwin, Et. Al. Las Comunicaciones en el Mundo Actual. Cali-Colombia, Norma, 1967.

Fraga, Gabino, Derecho Administrativo. México, Porrúa, 23a. Ed. 1984.

K. Ferlo, David, El Proceso de la Comunicación . México, El Ateneo, 15a. Reimpresión, 1984.

Katz, S. Chain, Et. Al. Diccionario Básico de Comunicación. México, Nueva Imágen, 1980.

Pinto, Mazal Jorge, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva. México, U.N.A.M. 1977.

Reed, H. Blake, Haroldsen, Edwin, Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. México, Nueva Imágen, Ia. Ed. 1975.

Serra, Rojas Andrés, Ciencia Política. México, Porrúa, 4a. Ed. 1978.

Serra, Rojas Andrés, Derecho Administrativo, México, Porrúa, Tomo II Ila. Ed. 1982.

Schramm, Wuilbur (Compilador), La Ciencia de la Comunicación Humana. México, Roble, 1963.

Soria, D. Teodoro, Psicología. México, Eafinge, 2I ava. Ed. 1983.

Touchard, Jean, Historia de las Ideas Políticas, Madrid, Tecnos. 1977.

Toussaint, Florence, Crítica de la Información de masas. México, Trillas, 2a. Ed. 1981.

U.N.A.M. Ciencias de la Comunicación. Dirección General de Publicaciones, 1976.

Vidales, Delgado Ismael, Teoría de la Comunicación. México, Limusa. 1985.

LEGISLACION

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, México, Porrúa. 77a. Ed. 1985.

Código Penal para el Distrito Federal. México, Porrúa, 4a. Ed. 1985.

Ley de Imprenta, México, Andrade, 6a. Ed. 1971.

Ley Federal de Radio y Televisión, México, Andrade, Tomo II. 6a. Ed. 1971.

Ley General de Salud, México, Libros Económicos, 1987.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, México, Porrúa, 13a. Ed. 1984.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica relativo al contenido de las transmisiones, México, Andrade, Tomo II. 6a. Ed. 1971.

Reglamento de Publicidad para alimentos, bebidas, y medicamentos, México, Porrúa, 1986.