

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE DERECHO

**LA RADIODIFUSION EN MEXICO
ENSAYO JURIDICO ECONOMICO**

**LIBRERIA AUTONOMA
DE LA U.N.A.M.**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A

EDUARDO INIESTRA CARDENAS

MEXICO D. F.

1970



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

ESTA TESIS FUE ELABORADA EN EL
SEMINARIO DE ESTUDIOS JURIDICO-
ECONOMICOS, DE LA FACULTAD DE -
DERECHO, BAJO LA ACERTADA DIREC
CION DEL SR. LIC, MOISES GOMEZ-
GRANILLO, A QUIEN AGRADEZCO SU-
DESINTERESADA Y VALIOSA AYUDA.

A MIS PADRES.
CON PROFUNDO AGRADECIMIENTO
POR QUE A ELLOS DEBO LA -
REALIZACION DE MI ANHELO.

A MIS HERMANAS.
CON FRATERNAL CARINO.

A MARIA ELENA
CARIOSAMENTE.

AL SR. LIC. EDUARDO GARCIA MARVAN.
CON IMPERECEDERA GRATITUD.

A MI ESTIMADO MAESTRO
LIC. GONZALO M ARMIENTA, CON
ADMIRACION Y RESPETO.

A MIS AMIGOS.

-- SUMARIO --

PROLOGO.

CAPITULO I.

TERMINOLOGIA

	Pág.
1.- Comunicación (Vías)	3
2.- Desarrollo Económico	4
3.- Infraestructura Económica.	6
4.- Radiodifusión.	6
5.- Radio-Televisión	8
6.- Política Económica	9
7.- Monopolio.	11
8.- Tarifa	12
9.- Política Fiscal.	13
10.- Servicio Público	14

CAPITULO II.

ANTECEDENTES DE LA RADIODIFUSION

Técnicos.	17
Jurídicos.	19
Sistema de operación de la radiodifusión países -- que operan bajo el sistema de monopolio o control	20
La Radiodifusión en la Gran Bretaña.	22
La Radiodifusión en Japón.	24
La Radiodifusión en Holanda.	26
Países que siguen el sistema no monopolio, EE.UU..	27
Países que siguen el sistema mixto	28
La Radiodifusión en Canadá	29
La Radiodifusión en México	30

CAPITULO III
RADIODIFUSION Y ECONOMIA.

Libertad de Expresión	31
La Radiodifusión en la Educación y la Cultura . .	32.
Radio Universidad	36
La Radiodifusión como incentivo de producción y - consumo.	38
Situación actual de la radiodifusión en México. .	40

CAPITULO IV
LEGISLACION MEXICANA VIGENTE.

Naturaleza Jurídica de la radiodifusión	47
Ley Federal de Radio y Televisión	50
Régimen de Concesión.	56.
Atribuciones a diferentes Secretarías de Estado .	67
Secretaría de Gobernación.	67
Secretaría de Educación.	69
Secretaría de Salubridad y Asistencia	70
Secretaría de Comunicaciones y Transportes. . . .	70
Régimen Fiscal.	71
Régimen Tarifario	75
Aspectos más sobresalientes de la Ley Federal de Radio y Televisión	77

CAPITULO V.

Conclusiones y Proposiciones.	80
---------------------------------------	----

P R O L O G O

La necesidad de comunicación ha llevado al hombre a desarrollar los más diversos métodos para entrar en contacto con sus semejantes; utiliza el sonido, el color, la materia, etc., creando así la palabra, la música, la pintura o la escultura, siendo a través de estos medios de comunicación cómo la humanidad encuentra su unidad, el hombre se encuentra a sí mismo. Desde las culturas primitivas, reconoce como su género al pintor de las Grutas de Altamira, al escultor anónimo de la Venus de Milo, al arquitecto del palacio de las Monjas, etc., comunicándose así, a través del tiempo y la distancia, con lo cual halla el eco de una civilización perdida, perpetúa el sentimiento, la sensibilidad y el calor humano, más allá del pequeño lapso de una vida, más allá de la distancia infinita. Dominar tiempo y espacio, proyectando la imagen, es sin duda esencia del humano y aún supremo de su audacia.

En esta ansia de comunicación, la palabra ha jugado un importantísimo papel, desde el insignificante balbuceo, hasta el discurso brillante que enciende los ánimos de las multitudes; la palabra, — que como todos los medios de comunicación tiende a lo universal, encuentra su primer forma de vencer el tiempo y el espacio en la escritura, — pero como esta carece de la presencia y a veces de la emoción y el calor que suele tener la palabra hablada, se hace necesario que la palabra sea expresada a través de las más grandes distancias con todos sus ecos y matices emocionales: es necesario que la imagen vance la barrera de las distancias y esto se hace posible en nuestra época: "El Siglo — Espacial", a través de la televisión.

La historia de cómo el hombre venció al tiempo y la distancia para transmitir su voz y su imagen, es sin duda una historia — apasionada, pero éste es un modesto trabajo, que sólo pretende hacer — algunos apuntes con el afán de rendir mínimo tributo a los forjadores y actuales estudiosos del fascinante mundo de la radiodifusión, más no un examen exhaustivo del mismo.

CAPITULO I

TERMINOLOGIA

1.- COMUNICACION (Vías).

Debido a su propia naturaleza social, el hombre ha buscado desde su origen la forma de comunicarse con sus semejantes, expresión primaria de esta necesidad la constituye el lenguaje que es la forma originaria de comunicación directa y como tal posee innumerables ventajas, pudiéndose citar como la principal, la que el transmisor se da cuenta inmediatamente de las reacciones del receptor, pudiéndose así matizar la conversación en forma conveniente (tono de voz, gestos, etc.); pero no toda comunicación es realizada en forma directa, toda vez que el hombre puede transmitir sus ideas a través del tiempo, tal es el caso de las obras literarias.

En cuanto a las vías de comunicación, concretamente el espacio aéreo, desde un principio ha ocupado un primerísimo lugar; — nuestras nos dan de ello las primeras comunicaciones aéreas realizadas a través de tambores o señales de humo, mismas que pueden considerarse como el antecedente más remoto de las telecomunicaciones. A medida que el hombre fue dejando de ser nómada y comenzó a agruparse en aldeas y pueblos, aumentó la necesidad de comunicarse con sus semejantes que habitaban sitios lejanos.

Pero fue hasta el descubrimiento de la electricidad, — cuando aparecen los principios de la telegrafía, la cual marca una —

nueva etapa en las comunicaciones espaciales, iniciándose a la vez — una notable evolución social en el mundo, hasta entonces desconocida. Años más tarde, el matemático Maxwell descubre la existencia de las vibraciones etéreas, mismas que al unirse a las experiencias del notable Enrique Hertz, dan como resultado el descubrimiento de las comunicaciones inalámbricas, las que rápidamente desplazaron a los demás medios de comunicación, para ocupar un primerísimo plano.

Naturalmente, ante tal acontecimiento, el derecho no podía permanecer ajeno, por lo que fue necesario que se dictaran las primeras normas reguladoras de la materia. En cuanto a nuestro país, fue la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1931 la primera en — contener dichas disposiciones, sólo que éstas fueron demasiado generales, toda vez que estaban comprendidas dentro de las conducentes a todo tipo de comunicación, creándose, por lo tanto, innumerables dudas y confusiones, además de resultar deficientes en muchos aspectos propios de la materia.

La mencionada Ley de Vías establece en su artículo primero: "Son vías generales de comunicación: Fr. X.— las líneas conductoras eléctricas y el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, cuando se utilizan para verificar comunicaciones de signos, señales, imágenes o sonidos de cualquier naturaleza.

2.- DESARROLLO ECONOMICO.

La expresión país "desarrollado" se usa para diferenciarlo de otro tipo denominado "menos desarrollado" "subdesarrollado"

o "país pobre". Al país desarrollado también se le conoce como "avanzado" o "país rico".

Debe distinguirse el término "desarrollo económico" - del "crecimiento económico", toda vez que este último generalmente - significa un aumento del ingreso, renta o producto nacional, con estructura que permanece tradicional e que sufra aisladas transformaciones.

En todos los países subdesarrollados, el desarrollo - exige cambios sociales y culturales a la vez que crecimiento económico; es decir, que tienen que darse transformaciones cualitativas al mismo tiempo que incrementos cuantitativos en la estructura del sistema. Existe, de hecho, una relación recíproca entre ambos conceptos, debido a que uno solo no puede ir separado del otro. De ahí que el desarrollo económico suponga transformaciones, más crecimientos, además dichas transformaciones no deben ser aisladas sino continuas, por que el desarrollo económico es ante todo, "un proceso continuo".

También suele considerarse el desarrollo económico como sinónimo del término industrialización, debido probablemente al hecho de que los países que están más adelantados deben en gran parte su posición favorecida, a los efectos de la industrialización, que ha sido el medio por el cual han logrado elevar el nivel de vida y la productividad. Sin embargo, aún cuando la industrialización es esencial para obtener ese mejoramiento económico, no debe considerársele como un fin en sí misma, toda vez que las grandes unidades fabriles, las plantas generadoras de electricidad, etc., son tan solo medios para alcan

zar el desarrollo, que debe ser paralelo al mejoramiento de la salud, la difusión en la educación y la promoción del bienestar social.^{1/}

3.- INFRAESTRUCTURA ECONOMICA.

Son aquellas inversiones tendientes a fomentar o incrementar actividades económicas, que a su vez sirven de base al desarrollo económico de una nación. En nuestro país han sido el objeto de especial atención, entre otras, las siguientes, por revestir singular importancia para los efectos del presente estudio:

- a.- Construcción de escuelas.
- b.- Carreteras.
- c.- Puentes.
- d.- Ferrocarriles.
- e.- Aeropuertos.
- f.- Electricidad.
- g.- Obras de irrigación.
- h.- Hospitales.
- i.- Estaciones radiodifusoras.
- j.- Cine.
- k.- Teatro.

4.- RADIODIFUSION

Atendiendo al aspecto técnico, tenemos que las ondas de radio son energía electromagnética que, para su desplazamiento, -

no requieren propiamente de atmósfera, toda vez que las ondas hertzianas, que son las transmisoras de este tipo de comunicación, se propagan a través del éter, materia sutil e imponderable que existe aún en aquellos lugares en donde el aire es escaso o bien no existe. No obstante, para efectos de reglamentación legal, se ha considerado que el medio de propagación de dichas ondas es el espacio aéreo.

Así, en el espacio aéreo, medio de propagación, las ondas de referencia viajan en todas direcciones y a una velocidad de 300 000 Km. por segundo, lo cual hace imposible fijar límites o fronteras políticas entre los países que participan de este medio de difusión; además, considerando la complejidad de sus radiaciones y el gran beneficio que éstas pueden proporcionar, existe la tendencia de aprovecharlas en forma útil y benéfica para toda la humanidad.

Por lo expuesto, la radiodifusión ha venido a constituir el prototipo de las comunicaciones inalámbricas y se le considera como una especie dentro del género de las telecomunicaciones. La radiodifusión puede ser utilizada con propósitos comerciales, culturales, de experimentación y ultimamente se le ha venido dando un gran auge al aspecto educacional. Respecto a la radiodifusión comercial, será la que ocupe en el presente estudio un lugar principal, toda vez que constituye el problema central de los demás tipos de radiodifusión. Así, la radiodifusión comercial es considerada por el reglamento de radio comunicaciones (Atlantic City 1947), como "toda telecomunicación, por medio de ondas hertzianas, cuyas transmisiones están destinadas, a ser recibidas directamente por el público en general, pudién

dese incluir en este servicio transmisiones, de sonidos o transmisiones por televisión, facsimile u otros medios.^{2/}

Por tanto, la radiodifusión comercial constituye un — servicio de interés público, cuyas emisiones están destinadas a ser — recibidas por el público en general, caracterizándose dicho servicio por el propósito inmediato de la obtención de lucro, tanto por parte del concesionario, cuanto del patrocinador, además de proporcionar, al público un servicio de información, cultural y de esparcimiento, a un bajo precio.

5.- RADIOTELEVISION.

Se ha dado el nombre de radiotelevisión, al conjunto de procedimientos destinados a establecer difusión a través de ondas — hertzianas, presuponiendo la existencia de una estación transmisora, — encargada de transformar los mensajes en una serie de impulsos eléc— tricos, a través de un aparato receptor el cual tiene como función tra— ducir dichos impulsos y reconstruir el despacho transmitido.

Actualmente, y debido a progreso de la ciencia, la radiodifusión ha sido el resultado de una cadena ininterrumpida de contribuciones de todo orden, realizadas por los estudiosos de la mate— ria. De aquí que resulte fácil la comprensión de la forma en que dos estaciones pueden entrar en comunicación sin sufrir interferencias; — tal se comprende al imaginar un circuito receptor que posee ciertas — condiciones eléctricas y que cuentan con una determinada frecuencia — (la corriente alterna oscila en el espacio un cierto número de veces

por segundo), la cual recibirá ondas de la misma magnitud, que serán fácilmente captadas y reproducidas debidamente; pero si éstas son de una frecuencia distinta a las programadas por el receptor, este último no reproducirá las ondas recibidas.

Por ello, para que las estaciones puedan entrar en comunicación, deben estar gradadas en todo su sistema (condensadores y bobinas principalmente) de inducción, en forma tal que sean capaces de captar y reproducir, sin interferencia alguna, los mensajes recibidos. Aspecto que reviste importancia vital en la transmisión radiofónica, lo constituye la longitud de las ondas y la velocidad de las mismas; la longitud es medida en metros, mientras que la velocidad en frecuencia, y ésta, a su vez, en kilociclos. Ambos elementos, al estar acordes plenamente con la capacidad del receptor, producirán una clara y eficiente transmisión.

6.- POLITICA ECONOMICA.

Como toda ciencia, la Economía es susceptible de subdividirse. Atendiendo a la finalidad de los conocimientos, se puede hablar, por un lado, de conocimientos puros al referirse a la economía pura, que es especulativa; por otra parte, de economía aplicada o práctica, refiriéndonos entonces directamente a la Política Económica.^{3/}

Ahora bien, considerando a la política económica desde un punto de vista científico, se dice que esta no pretende establecer

objetivos cuya realización depende de un método determinado a seguir, sino que, por el contrario, pretende establecer sistemas y objetivos de carácter general, estableciéndose así que la política económica ha de proporcionar al político tanto los medios como los instrumentos — idóneos para la obtención de fines preestablecidos.

No obstante lo anteriormente expuesto, se puede sintetizar que la finalidad principal de la política económica, la constituye la elevación del producto nacional, considerado tanto en su volumen como en su distribución; además, para obtener un programa de política económica consistente, se requiere de tres condiciones, a saber:

- A.- Debe ser posible, en la medida en que tanto el tiempo como los recursos disponibles le permitan, para efectos de obtener el fin previsto.
- B.- Los fines a seguir deben ser compatibles y de ninguna manera contradictorios.
- C.- Estos fines deben ser homogéneos. Esto significa que la consecución de alguno de los fines no implique en manera alguna, la anulación de otro u otros. Esto significa que entre los fines a elegir, deberá preferirse aquel que sea mas económico, fácil y que cause una menor perturbación. ⁴ Siguiendo a W. Heller, se establece que la política económica es la ciencia de los fines y de los medios a seguir, para aumentar el producto nacional, atendiendo principalmente a las relaciones existentes entre estos fines y estos medios.

7.- MONOPOLIO.

El monopolio constituye uno de los fenómenos más antiguos de la economía. Etimológicamente, la palabra monopolio tiene su raíz en la voz griega "monos", que significa solo, y "polain" que quiere decir vender. Para el autor Wolfgang Heller, el monopolio es la situación del mercado que se caracteriza por la falta de competencia, o por una sensible limitación de la misma.^{5/}

Comunmente, se entiende por monopolio el hecho de que un comerciante o industrial se convierta en vendedor o productor exclusivo; esto significa que en un momento dado se adquiere el control sobre determinada mercancía o servicio, controlando el precio del mismo. El monopolio viene a constituir el extremo opuesto de la competencia pura o perfecta, para formar por su parte, la competencia imperfecta o monopolística. Ocorre, principalmente, con aquellos productos elaborados o distribuidos por un grupo limitado de personas, a la vez que en el mercado se encuentra también un número de competidores reducido. Este tipo de monopolio es distinto a los monopolios que tienen como base un privilegio legal los cuales se constituyen cuando un gobierno, con el objeto de estimular determinado aspecto de la economía o proteger a determinados consumidores, concede derechos de patente, otorgando a los poseedores por un tiempo determinado el monopolio de algo en particular, pudiéndose tratar, en estos casos, de la constitución de monopolios legales, de producción, venta o consumo.^{6/}

Además, el monopolio puede ser constituido por tiempo

determinado o indefinido, operando el primero en los casos de emergencia o calamidades públicas y el segundo generalmente cuando se tiende a proteger o fomentar determinadas actividades; inclusive, en algunas ocasiones tiene carácter constitucional, como es el caso de nuestro artículo 28 Constitucional, que establece el monopolio estatal respecto a la acuñación de moneda, correos, telégrafos, radiotelegrafía y emisión de billetes. En relación a particulares, el monopolio es exclusivamente para autores y artistas: reproducción de obras y uso exclusivo de inventos. Quedan sancionadas todas aquellas situaciones que de una forma constituyan monopolio y no se encuentran dentro del supuesto constitucional.

6.- TARIFA.

Comunmente se entiende por tarifa el precio de la prestación de un servicio público, o sea el elemento constitutivo de la economía financiera de explotación. Al respecto, el maestro Serra Rojas considera que "tarifa" es la tabla o catálogo de los precios, derechos e impuestos que se deben pagar por alguna cosa o trabajo. ^{7/} — Ahora bien, por su parte, el maestro Gabino Fraga considera que las tarifas constituyen el precio que se debe pagar por la prestación de un servicio público, sujeto a concesión o permiso por parte del Estado. A este respecto, el citado maestro establece que la concesión es un acto mixto compuesto de tres elementos, a saber: ^{8/}

- a). Un acto reglamentario.- Surge toda vez que establece normas a las que debe estar sujeto el funcionamiento y la organización del ser

vicio público que se vaya a prestar.

- b). Un acto condición.- Este elemento se encuentra constituido por otro intermedio para la aplicación de los poderes y obligaciones que la propia Ley le atribuye al concesionario, debe considerarse que este elemento constituye la adecuación de la concesión al acto reglamentario, dicho en otras palabras, esto significa que el servicio que presta el concesionario necesariamente deberá en contrarse previamente reglamentado por el Estado.
- c). Un elemento contractual.- Este tiene su justificación principal desde el punto de vista de la protección que ofrece al concesionario, toda vez que mediante el contrato concesión, se pretende asegurar al concesionario la explotación derivada de la propia concesión en la forma y en los términos pactados.

De lo anteriormente expuesto, se concluye que las disposiciones tarifarias vienen a corresponder al elemento reglamentario, no obstante que no se encuentran insertas en el texto mismo de la concesión otorgada; de esta manera, tenemos que las tarifas de los servicios públicos federales, sujetos a concesión, son fijadas unilateralmente por la administración activa,^{2/} Desde luego que esto no ocurrirá en forma arbitraria, sino que, por el contrario dichas tarifas se establecerán tomando en consideración todos y cada uno de los elementos económicos que influyan de una u otra forma en el aspecto financiero del concesionario

9.- POLITICA FISCAL

El Estado, para poder llevar a cabo la realización de sus fines, requiere de varios elementos esenciales, entre los cuales ocupa un primerísimo lugar el elemento económico, razón por la cual - éste ha sido objeto de una cuidadosa reglamentación. Así, a través - del poder tributario el Estado regula la mencionada actividad, y a la forma en que la utiliza se le llama política fiscal.

Atendiendo a lo expuesto, se establece que la política fiscal, o tributaria para algunos autores, abarca un cúmulo de medios para la consecución de los fines propios del Estado; entre los primeros, cabe mencionar la imposición de gravámenes para ciertas actividades, y, a la inversa, la reducción de gravámenes, mayor, menor e inclusive la exención tributaria, de aquellas actividades consideradas necesarias para el desarrollo económico del país.^{10/}

Otro importante aspecto de la actuación estatal mediante su política fiscal, es aquella que efectúa a través de una debida orientación del gasto público hacia los diversos sectores económicos, así como su adecuada distribución entre el consumo e inversión, además de la correcta orientación tanto del ingreso como del gasto público, donde debe existir una adecuada coordinación entre los ingresos y los egresos, para lograr extraer de un determinado sector parte de la renta y ésta, a su vez, invertirla en otro sector (llamada usualmente política presupuestaria).

10.- SERVICIO PUBLICO.

La doctrina jurídica ha realizado diversas construcciones

nes, encaminadas a crear un orden legal que regule y limite el poder público. Existen entre éstas algunas que han llegado a considerar al servicio público como el fundamento básico del Derecho Administrativo. En efecto, en virtud de que el Servicio Público está destinado a satisfacer necesidades colectivas, inaplazables, debe estar sometido a un régimen jurídico idóneo, que asegure su cumplimiento y señale los derechos y obligaciones de los funcionarios y usuarios, haciendo en todo caso prevalecer el interés general sobre el interés particular.

Con el objeto de saber si la actividad del Estado se agota en el Servicio Público o si éste, no obstante ser el fenómeno central de la vida administrativa, concurre con otras actividades del propio Estado, se han suscitado innumerables teorías, pudiéndose citar entre las que han tenido mayor aceptación, las siguientes:

- A.- Teorías Subjetivas.— Se caracterizan por señalar que el carácter distintivo de los Servicios Públicos deriva de la naturaleza del sujeto que presta el Servicio, o de la naturaleza del título jurídico en cuya virtud es prestado el servicio.
- B.- Teorías Formalistas.— Atienden al procedimiento del Servicio Público, configurándolo con una forma especial del régimen jurídico.
- C.- Teorías objetivas.— Tienden al análisis de la propia naturaleza de la actividad, sin considerar la calidad del órgano que la realice.

En nuestro medio, debemos consignar la definición dada por el maestro Serra Rojas. Este autor considera que "El Servicio Pú

blico es una actividad directa del Estado o autorizada a los particulares, que ha sido creada y controlada para asegurar de una manera permanente, regular continua y sin propósito de lucro, la satisfacción de necesidades colectivas de interés general y de carácter material, económico y cultural y sujetas a un régimen de policía y por ahora a un régimen de Derecho privado en los servicios públicos, concesiones en lo que se refiere a sus relaciones con el público.^{11/}

El maestro Gabino Fraga, por su parte, sostiene que —
 "El Servicio Público es una actividad destinada a satisfacer una necesidad objetiva de carácter material económico y cultural, mediante prestaciones concretas e individualizadas sujetas a un régimen jurídico — que les imponga adecuación regularidad y uniformidad."^{12/}

Atendiendo a los criterios expuestos, puede establecerse que los elementos esenciales que constituyen la noción de Servicio Público son:

- A. Es una creación del Estado.
- B. Satisface necesidades de interés general.
- C. Dicha satisfacción debe asegurarse de una manera regular, permanente y continua y mediante la aplicación de un régimen jurídico especial.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LA RADIODIFUSION

TECNICOS.

La radiodifusión técnicamente consiste en un servicio de emisiones a través de ondas hertzianas, destinadas a ser recibidas por el público en general. Tiene su origen en las investigaciones — realizadas en el siglo pasado (1864), por el matemático James Clark — Maxwell quien prevee por primera vez, la existencia de las vibraciones etéreas invisibles al ojo humano, así después de varios intentos para probar su existencia y utilizarlas en beneficio de la humanidad, lo consigue gracias a la colaboración de los estudios del profesor — Henry Hertz quien logró producir una chispa al momento de descargar — un condensador comprobando con esto la existencia de las ondas llamadas en su honor ondas hertzianas.

Posteriormente, Guillermo Marconi, descubre que las ondas del éter influyen sobre un cohesor colocado a distancia, lo que — dió lugar al descubrimiento de su maravilloso invento "el receptor telegráfico", con el que llegó a transmitir señales hasta una distancia de mil metros. Con base en su invento se establece la Wireless Telegraph Signal Co., que fue la primera empresa telegráfica al servicio del público. Esta empresa logró cubrir distancias de 350 Kmts. de — transmisión.

En nuestro país la aplicación del descubrimiento de — Marconi, comenzó a rendir frutos en 1902, cuando en Cabo Haro, Son.,

se instaló la primera planta telegráfica, que efectuó sus transmisiones a través de un generador productor de corrientes, marcando con -- ello una nueva etapa en las comunicaciones inalámbricas.

En 1913, en Chapultepec, se instaló un equipo telegráfico, que proporcionó un eficiente servicio durante tres años al cabo de los cuales, los ingenieros Gustavo Reuths y Eugenio Driancorelwy, instalaron una potente planta telegráfica que funcionaba mediante un nuevo sistema conocido como la "chispa sonora", que a su vez sirvió -- de base a los experimentos de un grupo de aficionados de las telecomunicaciones que en 1923, lograron difundir el primer mensaje a través de su estación denominada J. E. dando con ello lugar al nacimiento de la radiodifusión en México.^{13/}

A partir de este momento, la radiodifusión en nuestro país, abrió nuevos horizontes, no solo en cuanto a comunicaciones, si no también al mundo de la economía, toda vez que se comenzó a utilizar por diferentes firmas que patrocinaron las transmisiones en una forma comercial, experimentando así lo positivo de este nuevo sistema publicitario, al incrementarse notablemente las ventas y servicios ofrecidos, con lo que se consiguió un aumento en el desarrollo económico social. Años más tarde, aparece el descubrimiento del siglo "la televisión", la que técnicamente consiste en la reproducción a distancia de imágenes, mediante ondas hertzianas, considerándose desde este momento como el más completo medio de comunicación y publicidad, ya que -- permite recibir simultáneamente, mensajes en audio y video.

Así, la radio y la televisión juegan hoy por hoy un im

portantísimo papel en el desenvolvimiento económico y social de los - pueblos.

JURIDICOS.

La importancia de esta materia se advierte en el campo internacional, en virtud de la imposibilidad de limitar el uso de las ondas hertzianas a un determinado territorio, por lo que jurídicamente fue regulada por primera vez en el convenio de Berlín efectuado en - - 1903, y en el que aprobaron las primeras normas de carácter general - que establecieron la forma de aprovechar y utilizar con mayor beneficio, las ondas electromagnéticas, sin que dicho convenio haya tenido mayor relevancia. Posteriormente le siguió una segunda conferencia, también en Berlín (1906) y la cual tuvo una importancia mayor para el desarrollo y aprovechamiento de las ondas mencionadas, toda vez que - en dicha conferencia, se aprobó la creación de un Organismo Interna- cional, encargado del estudio y resolución de los problemas que sur- gieron respecto a la telegrafía y radiocomunicación, dicho organismo se denominó "Unión Radiotelegráfica", la cual estableció los princi- pios generales de validez internacional, para los países contratantes, en las primeras normas reguladoras de la materia.

En 1938, se efectuaron nuevas conferencias que tuvieron como sede El Cairo y que revistieron una singular importancia, debido entre otras cosas, a la relevancia que ya para esa fecha había adquiri- do la radiodifusión, en el hámbito internacional, fue tal la importan- cia de estas conferencias, que sin duda, sirvieron de base a las dispo- siciones establecidas años mas tarde en los convenios de Atlantic -

City, que marcaron una nueva etapa en los lineamientos reguladores — de la materia, al crear la "Unión Internacional de Telecomunicaciones", actualmente es el organismo encargado de fijar los lineamientos generales que regulan la radiodifusión, así como de resolver los conflictos que con tal motivo surgen entre los países que suscribieron dichos Convenios.^{14/}

La mencionada Unión, tiene entre sus tareas más importantes, la de convenir al mejor uso y aprovechamiento de las frecuencias radio-eléctricas, así como de señalar las diferentes bandas que se establezcan para los también diferentes servicios, lo cual establece uniformidad internacional en la prestación de servicios radiofónicos. Sin embargo, lamentablemente, no existe en dicho organismo un conjunto de normas que regulen jurídicamente esta materia, no obstante la urgencia y necesidad de una legislación internacional al respecto.

SISTEMAS DE OPERACION (monopolio).

Por otra parte, en esta materia, existe una situación sui-generis, en cuanto a la explotación del servicio, toda vez que en algunos países, el Estado es quien lo presta directamente, cubriendo los gastos a través de impuestos, bien sean generales o especiales, en este último caso, se establecen sobre los receptores en uso, de esta suerte el Estado obtiene un ingreso que le permite llevar a cabo la prestación de dicho servicio. En algunos otros países por ejemplo, — en Estados Unidos, la radiodifusión no se presta por el Estado, sino

por particulares directamente, a este sistema se le ha denominado de no monopolio, en contraposición al primero llamado de monopolio o -- control.

J. Kergin ha hecho una clasificación de los diferentes sistemas que han seguido algunos países en esta materia, de la siguiente manera:

- A. Gobiernos que constituyen un monopolio de la radiodifusión, poseyendo y controlando absolutamente las emisoras y sus programas.
- B. Gobiernos que se asocian a monopolios previamente establecidos, -- ejerciendo un control directo, bien a través del capital de la em pra za o mediante su administración.
- C. Gobiernos que establecen una corporación distinta al Estado, controlando todas las cuestiones relativas a la materia.
- D. Gobiernos que permiten la coexistencia del sistema monopolico y -- no monopolico.

Ahora bien, atendiendo a las características esenciales de los sistemas seguidos, tenemos entre los principales países -- que han seguido el sistema de monopolio, la URSS, en el que la radiodifusión se encuentra plenamente bajo la supervisión y control del Es ta do, el cual cuenta con un departamento de radio que se encarga del control y administración de cada una de las emisoras, además en la -- Unión Soviética, la radiodifusión tiene una doble finalidad, toda vez que por lo general aún cuando se encuentra destinada a la educación y cultura, también sirve de instrumento informativo y recreo, incluyen-

do en estas últimas transmisiones, propaganda de tipo comercial, desde luego que severamente censurada por el departamento estatal.

De lo que se desprende que la Unión Soviética otorga una gran importancia a la radiodifusión en todos sus aspectos.

LA RADIODIFUSION EN LA GRAN BRETAÑA.

La British Broadcasting Corporation, conocida mundialmente como la B.B.C., es una organización que representa al pueblo inglés y que a su vez administra y controla las transmisiones de radio y televisión no comerciales de Inglaterra, esta organización, no obstante que cuenta con algo mas de 300,000 empleados, es un organismo autónomo al servicio público.

En efecto, a partir de 1927 la B.B.C., se constituyó como una institución pública independientemente del Gobierno Británico, efectúa una labor informativa, cultural y artística.

En cuanto al régimen financiero de este organismo, tenemos, que dicha institución se originó en las Compañías Inglesas fabricantes de aparatos transmisores y receptores de radio, las cuales se unieron para formar el organismo de referencia, con el principal objeto de hacer que la radiodifusión fuera un servicio público sostenido con los ingresos de ventas de aparatos receptores, así como también con los ingresos obtenidos con motivo de las licencias expedidas para su uso. La B.B.C., inició sus operaciones según las conclusiones del Comité Gubernamental y de acuerdo a las condiciones técnicas y administrativas para el funcionamiento de las radiodifusoras, prohi

biéndose la transmisión de anuncios comerciales y programas patrocinados por personas o sociedades que buscan algún lucro. Aún cuando técnicamente, el Gobierno Británico tiene plena autoridad sobre la B.B.C. es de hacerse notar que desde el origen de ésta, no ha intervenido ni ejercido sus facultades sobre cualquiera de las transmisiones efectuadas a través de dicha organización. No obstante lo anterior, el gobierno británico, supervisa todas las informaciones proporcionadas, evitando que se difundan criterios políticos que favorezcan a determinado partido o bien que externen su propia opinión en cuanto a asuntos de política en general.

Respecto a la televisión, se inició en forma experimental en 1932, utilizando el sistema descubierto por John Logie Baird, que aprovechó maravillosamente las experiencias obtenidas anteriormente y concluyó con su sistema electrónico de televisión (1934). Posteriormente, en el año de 1939, se encontraban funcionando aproximadamente 20,000 receptores solamente en Inglaterra, lo cual produjo un rápido desenvolvimiento de este medio de comunicación y publicidad.

La B.B.C. en la actualidad, tiene una notable importancia en la vida económica del pueblo inglés, toda vez que transmite una gran variedad de programas en cuatro frecuencias de onda media y larga, además dichos programas se difunden en mas de cuarenta idiomas, los cuales a su vez se transmiten en onda corta internacional, contando además con una gran variedad de programas de televisión que mediante estaciones repetidoras cubren el 98% de territorio británico, esta variedad en sus transmisiones ha producido a Inglaterra un notable de

desarrollo y extensión de sus mercados, lo que constituye una positiva ventaja económica.

Además de los programas difundidos por la B.B.C., el gobierno inglés ha autorizado un canal de televisión comercial operado por una empresa privada y que tiene un funcionamiento ajustado a las normas de publicidad comercial existentes en los países en los que la radiodifusión se encuentra en manos de particulares, con lo que se puede decir que la B.B.C. es una institución que anhela proporcionar al pueblo inglés los mejores servicios radiofónicos.^{15/}

LA RADIODIFUSION EN JAPON.

En Japón la radiodifusión es considerada como un servicio público, constituido por estaciones estatales y comerciales, mismas que a su vez están incorporadas a la "Corporación Radiodifusora del Japón". (N.H.K.) que es un organismo encargado de controlar a todas las radiodifusoras y organizarlas en tal forma que sea posible la prestación de un doble servicio, esto es regional y general, correspondiendo a este último, la difusión de noticias y comentarios a diferentes partes del mundo, por su parte el regional está dirigido especialmente a la difusión de América Latina, América del Norte, Hawái, Nueva Zelanda, Asia Oriental, África y parte de Europa y la Unión Soviética.

De lo expuesto se desprende la importancia que reviste esta industria para el Japón, el cual además ha concedido principal -

importancia, a la difusión internacional de sus programas.

Respecto al financiamiento de la radiodifusión se efectúa a través de un sistema tributario, impuesto a los propietarios de aparatos de radio y televisión, de tal suerte que las personas que posean algún aparato capás de captar las transmisiones de la corporación pagarán una cuota anual por concepto de tenencia.

Además en las radiodifusoras japonesas existe la costumbre del intercambio de programas, lo que representa un importante renglón en la promoción y mutua comprensión internacionales, propiciando también el desarrollo de actividades socio-económicas. Actualmente la radiodifusión comercial en Japón se encuentra en manos de compañías comerciales que operan en grupos, fusionando a un total de 102 estaciones de radio y 35 de televisión, dichas agrupaciones forman a su vez una asociación radiodifusora, que opera simultáneamente con otras extranjeras, lo cual representa un elevado ingreso por concepto de patrocinadores extranjeros, tal que el último año produjo 70 millones de dólares aproximadamente.

En cuanto al aspecto de la educación a través de la radiodifusión, el Estado ha otorgado especial importancia a este renglón, constituyendo una corporación radiofónica de onda corta y larga destinada únicamente a la difusión y fomento de la Educación, lo que demuestra el interés estatal tanto en propiciar el aumento del nivel cultural, tanto del empleo de este medio, para la consecución de dicho objetivo.

LA RADIODIFUSION EN HOLANDA.

La radiodifusión holandesa encuentra su mas remoto antecedente en una fábrica de receptores radiofónicos para uso militar, establecida en Hilversum a principios del presente siglo, sin embargo la utilidad de este antecedente es sólo en el aspecto técnico, toda vez que fue hasta 1920 cuando se instaló la primera difusora comercial, que fue utilizada por la bolsa comercial de Amsterdam, para la difusión de boletines financieros.

Posteriormente, un grupo de empresarios holandeses se iniciaron en la fabricación de aparatos receptores de Radio, lo cual produjo que en 1925 se constituyera la "Nederlansche Radio Unie". (— (Unión de Radio Holandesa), organismo encargado actualmente de proteger y regular los intereses comunes de las difusoras así como la formación de los servicios técnicos. Dicho organismo además recibe un subsidio del Estado para el logro de su objetivo, el cual a su vez — proviene de cuotas que pagan anualmente los propietarios de aparatos receptores.

Respecto a la televisión holandesa, esta se inició en 1940, siguiendo un proceso análogo al de la radio, con lo cual también se excluye todo aspecto publicitario comercial y lucrativo en la televisión. No obstante esta situación, se han motivado acaloradas discusiones en el parlamento, con el objeto de comercializar parte de la programación y así obtener un ingreso que a la postre redunde en beneficio de instalaciones y mejoramiento de equipos. ^{16/}

Los países anteriormente expuestos siguen como hemos visto al sistema de monopolio o control a diferencia de los países en los que la radiodifusión opera bajo el sistema de no monopolio, entre los que podemos mencionar principalmente:

LA RADIODIFUSION EN ESTADOS UNIDOS (Sistema de no monopolio).

La organización del actual sistema americano, tuvo su origen en 1934, al crearse la (Federal Communications Commission). Organismo que estableció tendencias generales para la reglamentación de la radiodifusión, implantando un sistema de control estatal concierne únicamente al contenido de la programación o sea que dicho organismo se encarga de supervisar y controlar los programas, evitando la difusión de ideas que en alguna forma puedan alterar la paz pública o contrariar las buenas costumbres.

A partir de 1942, la radiodifusión norteamericana adquiere importancia internacional, al crearse en Washington la estación con siglas V.O.A. que inició sus transmisiones con una explicación a nivel internacional de las causas que motivaron la segunda con-
tienda mundial.

Actualmente la legislación norteamericana, otorga a la F.C.C. Facultades para la constitución y funcionamiento de las radiodifusoras, otorgando inclusive las licencias para su explotación.

En cuando a la calidad jurídica y financiera de las ra

diodifusoras, existe una dependencia notable del Estado, toda vez que otorga libertad en cuanto a contratación y explotación de las difusoras, desde luego que dentro del marco legal vigente.

Además la radiodifusión norteamericana, cuenta con una agrupación de estaciones, que forman redes, que a su vez se sujetan a las disposiciones establecidas por la F.C.C. Entre las principales - redes que operan actualmente están, la A.B.C. (American Broadcasting Company), la N.B.S. (National Broadcasting System), etc.

En cuanto al aspecto financiero, tenemos que todos los gastos originados por las radiodifusoras con motivo de las transmisiones, corren por cuenta de las redes que son las que contratan directamente con los anunciantes, señalando las modalidades que convengan a sus representadas, no ha sido poco frecuente que las redes traten de monopolizar el mercado, pero esto no ha sido posible gracias al sistema seguido de Anti-trust.^{17/}

SISTEMA MIXTO

En contraposición de los sistemas señalados, tenemos - la existencia de un tercero, que a mi juicio es el que proporciona mayores beneficios, tanto para la propia radiodifusión, cuanto para el comercio en general. Este sistema se ha denominado mixto, en él - - coexisten los dos anteriormente señalados. En el sistema mixto, el - Estado cuenta con un conjunto de estaciones de radio y televisión a su servicio, y por otra parte, la iniciativa privada cuenta con un número de radiodifusoras comerciales, que operan con cierta dependencia - sin que se lleguen a sobrepasar de los lineamientos establecidos por -

las leyes al respecto.

Entre los principales países que ha seguido este sistema, podemos citar a México y Canadá.

LA RADIODIFUSION EN CANADA

La radiodifusión canadiense, actualmente cubre el 98.6% de la población, lo cual demuestra la importancia de esta industria en un país de tan grande extensión y tan limitada población.

Los lineamientos que rigen el sistema de la radiodifusión en este país, son establecidos por el acta parlamentaria, bajo la dirección y control de un consejo de Ministros de la radiodifusión.

Actualmente en Canadá existen 286 estaciones de amplitud modulada, de las cuales 31 pertenecen a Radio Canadá (Organismo autónomo encargado de la administración de las radiodifusoras) y las restantes son estaciones particulares que operan mediante permiso o licencia.

En cuanto al régimen financiero, tenemos que las estaciones particulares sufragan sus gastos con los ingresos provenientes de las empresas patrocinadoras, mientras que las estatales se incluyen en el presupuesto estatal, el cual a su vez establece un sistema de compensaciones fiscales.

De lo expuesto se desprende que el régimen de radiodi-

fusión en Canadá constituye el prototipo del sistema mixto.^{18/}

LA RADIODIFUSION EN MEXICO.

Debido a que la legislación mexicana en esta materia - es objeto de análisis posterior, basta por ahora establecer que nuestro país sigue también el sistema mixto, e sea que por un lado el Estado cuenta con un conjunto de estaciones de radio y televisión, que cubren el territorio nacional y por otro lado, existe la radiodifusión en manos de la iniciativa privada, que opera con sus singulares características.

CAPITULO III.

RADIODIFUSION Y ECONOMIA

LIBERTAD DE EXPRESION.

Tanto el individuo como la sociedad requieren de la existencia de un régimen de libertad, para lograr su plena realización, la libertad de pensamiento constituye un atributo de la calidad humana y encuentra su necesario cause y verdadero contenido en el inviolable derecho de manifestar sus propias ideas.

Antiguamente, la libertad de expresión no era considerada plenamente, hasta antes de la Revolución Francesa, los detentadores del poder permitían la manifestación del pensamiento en cuanto les era indiferente, pero en cuanto constituyera una protesta o alguna petición justa, quien la hacía era vilmente callado por los medios más severos. En 1789, la Revolución Francesa otorga a la libertad de expresión toda su plenitud, convirtiéndolo en un derecho, la "Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano." elevan a calidad inherente al hombre la libertad de expresión posteriormente auspiciada por la Sociedad de las Naciones, se inicia un movimiento a favor de la libertad de expresión, teniendo como principal objeto el que en todo tipo de información prevaleciera la verdad, esto trajo como resultado que en 1932, se estableciera la siguiente resolución, "es necesario que se lleve a cabo un estudio del difícil problema de informaciones falsas, que puedan llegar a amenazar la paz y el buen entendimiento entre las naciones."

Fruto de su historia azarosa y valiente, nuestro pueblo empeñado en la consolidación de sus libertades sociales, consagra a la libertad de expresión un acentrado culto, cuyo cumplimiento tiene lugar en todos los órdenes, a través de la prensa, la radio y la televisión.

Concretamente, la radiodifusión, para lograr su finalidad, precisa de un régimen de libertad que la garantice. Al efecto - nuestra Constitución, en su artículo 6, consagra tal libertad de la siguiente forma: "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición, judicial o administrativa, sino en el caso de que - ataque la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público".

Acorde con esta disposición la Ley Federal de Radio y Televisión, establece en su artículo 58.- "El Derecho de información, de expresión y de recepción mediante la radio y 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".

De lo expuesto, se desprende que nuestra legislación - tiende a proteger ampliamente la libertad de expresión, salvaguardando los intereses humanos.

LA RADIODIFUSION EN LA EDUCACION Y LA CULTURA.

Ningún medio de difusión, ha abierto tantas y tan efec

tivas posibilidades para extender el mensaje del espíritu humano, como la radiodifusión. Hoy en día es muy común y corriente ya no solo oír sino también ver el instante mismo en el que se suceden algunos acontecimientos, en cualquiera de los Continentes. Esto hace que ningún país sea lejano, pudiéndose afirmar que nada de lo humano nos es ajeno. El interés que despierta la televisión para llevar a cabo la labor cultural, ha sido ampliada acorde a los progresos técnicos, que han hecho realidad la expansión del video, proporcionando una gran utilidad al aspecto didáctico.

En nuestro país, la actividad llevada a cabo por el Estado para encaminar este medio de difusión hacia fines culturales, se inicia en el año 1948 cuando el Instituto Nacional de Bellas Artes, efectúa un minucioso estudio, sobre las características de la radiodifusión educativa, en Estados Unidos, Inglaterra y Francia, con el objeto de aplicar tales métodos en nuestro país, como resultado, se crea la comisión de Televisión, encargada de la estructuración de los mensajes tendientes a fomentar este medio de difusión en el aspecto educativo, además de hacer un estudio sobre las condiciones del auditorio en general, resultando de tal, que la radio y la televisión son los medios de difusión que más alcanzan a todas las capas sociales, además considera que estas asumen teóricamente, la forma de una pirámide, en cuya ancha base se encuentra la máxima población poco ilustrada, en el centro se encuentra el término medio de la cultura, y en su cúspide se sitúa a la élite, la proporción de estas tres capas es: — "50, 40 y 10". A este estudio siguieron otros que trajeron como resultado, que el Estado concediera de gran importancia a este renglón,

destinando parte de sus actividades al estudio y fomento de la educación audiovisual.

La política que en materia educativa ha seguido nuestro país, en los últimos años es del todo halagadora, toda vez que el Estado ha demostrado un gran interés por la elevación del nivel educativo nacional y en virtud de que la radiodifusión constituye un eficaz medio para la consecución de dicha tarea ha dictado varias disposiciones entre las cuales, dada su importancia, tenemos el decreto — del 2 de agosto de 1969, que establece que el canal 11 de televisión sea utilizado bajo el control de la Secretaría de Educación Pública y que a la letra dice: Artículo I. "La Secretaría de Educación Pública a cuyo servicio se encuentra el canal 11 de televisión en el Distrito Federal, utilizará éste para la transmisión de todos aquellos programas educativos, culturales y de orientación social que estime conveniente, así como los demás que ordene el Ejecutivo Federal".

Artículo II. "La Secretaría de Comunicaciones y Transportes se hará cargo de la operación técnica del sistema transmisor de televisión para el canal 11., construido por el Gobierno de la — Unión en el cerro del Chiquihuite, en los límites del Distrito Federal y el Estado de México, con todos los bienes e instalaciones y — equipos que constituyen dicha transmisora".

Artículo III. "La Secretaría de Comunicaciones y — Transportes, con la intervención de la Secretaría del Patrimonio Nacional, recibirá los bienes a que se refiere el artículo anterior, de

conformidad con los inventarios que existen o que sea procedente elaborar".

Artículo IV. "Para producir y reproducir sus programas, la Secretaría de Educación Pública, tendrá sus propios equipos de estudio y grabación".

Posteriormente y acorde con dicha disposición, el 6 de agosto del mismo año, se dictó un nuevo acuerdo presidencial, por el que se estableció la Red Federal de Estaciones difusoras en todo el territorio nacional, para uso exclusivo del poder Ejecutivo Federal, dedicados a la difusión de programas culturales, educativos, de capacitación e información de acontecimientos de interés general, dicho decreto establece que: La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, establecerá y operará las estaciones de televisión correspondientes a dicha red.

Como complemento de las medidas anteriores, el 21 de agosto de 1959, se crea la Comisión Intersecretarial de Radiodifusión que tiene como función principal el utilizar para fines culturales, educativos y de interés general, el tiempo de transmisión de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales.

Atendiendo a lo anterior, se desprende que la intervención del Gobierno Federal ha aumentado notablemente en el uso y aprovechamiento de estos medios, lo cual significa un beneficio a la co-

lectividad, si consideramos además que el Estado es el único capaz de llevar educación a grupos sociales de diferentes esferas sociales, y que si dicha tarea estuviera únicamente en manos de la radiodifusión comercial, sería nula o sumamente deficiente.

RADIO UNIVERSIDAD.

Por otra parte, tenemos también la labor efectuada a través de Radio Universidad, estación clasificada dentro del grupo de emisoras culturales.

Radio Universidad, se fundó el 14 de junio de 1937, — siendo rector el Lic. Luis Chico Goerne. En sus comienzos la emisora trabajaba únicamente cuatro horas diarias y contando con un modesto equipo técnico de 5,000 watts de potencia.^{19/} Tuvieron que pasar varios años para que la emisora Universitaria adquiriera una mayor — importancia y lograra considerables mejoras; aumento de personal; — adquisición de discos y equipo; cambio de ubicación de sus estudios a la Ciudad Universitaria y principalmente, la adquisición de su actual planta transmisora de 50,000 watts de potencia, lo que marca — una nueva etapa en la difusión cultural.

El propósito principal de la estación universitaria — ha sido la difusión cultural llevando a los mas oídos posibles enseñanzas y diversiones notables, con el propósito de formar un público que prefiera a Mozart de la cursilería; Chejov a los vodeviles y los últimos adelantos de la ciencia a noticias sin importancia. En 1964, el entonces rector Dr. Ignacio Chávez, señala como principal objetivo de Radio Universidad, "El hacer llegar nuestro mensaje de cul-

tura a los mas variados estrados de la poblaci3n de M3xico y pueblos hermanos."

Actualmente, Radio Universidad dedica 17 horas diarias de programaci3n a la difusi3n de aproximadamente 130 programas musicales y 110 hablados, todos ellos tendientes a ampliar la cultura en general, dichos programas comprenden la interpretaci3n de m3sica cl3sica, folkl3rica y las expresiones mas recientes dentro de la cultura, adem3s su programaci3n se encuentra enriquecida por temas de literatura, filosof3a, historia y arte, 3ltimamente ha difundido cursos elementales y adelantados de las lenguas alemana, francesa e inglesa, not3ndose que el auditorio muestra gran inter3s por este tipo de difusi3n.^{20/}

En cuanto a la potencia de Radio Universidad ha logrado cubrir los Estados de Michoac3n, Guerrero, Quer3taro, parte de -- Aguascalientes, Veracruz, Puebla y Oaxaca, en onda larga y Brasil, Canad3, Francia, Espa3a, Argentina y otros, en onda corta de banda internacional. Radio Universidad, actualmente tiene el prop3sito, de -- Establecer una "Semana Cultural", dedicada a la difusi3n de los principales aspectos culturales de diferentes pa3ses, tratando de fomentar la comunidad internacional, adem3s se ha previsto que en materia, educativa a nivel universitario se tomen como gu3a, las difusiones y el material utilizado para el mismo fin, por difusoras, experimentadas al respecto, tales como la B.B.C. de Londres, la R.T.F. de Francia y otras. As3, Radio Universidad pretende dar a conocer al mundo la imagen de M3xico a trav3s del esfuerzo cultural de nuestra alma mater.

LA RADIODIFUSION COMO INCENTIVO DE PRODUCCION Y CONSUMO.

El comercio precisa hacer del conocimiento del consumidor, las características de los productos ofrecidos, de ahí la importancia que en ello juega la publicidad, la cual al ser una expresión de las comunicaciones humanas, ha utilizado para sus interrelaciones comerciales, los mas variados medios de difusión.

Lo anterior se advierte si nos detenemos un momento a pensar en la importancia que se ha concedido a la publicidad en todos los tiempos, rico en connotaciones emocionales resulta el evocar las antiquísimas ferias que teniendo su origen en la lejana Arabia, encontraron en América, su recíproca equivalencia, en el pintoresco tian-guis, ya en nuestros días, a las exigencias cada vez mayores de un mundo creciente, que importa una mayor cohesión social, responde la técnica como el medio idóneo de la publicidad, constituido por la radiodifusión.

Efectivamente, un somero análisis del funcionamiento de los mercados nos lleva a la conclusión de la importancia que reviste este renglón en la vida económica de los pueblos.

En el estudio de un mercado, los entendidos de la materia, consideran que este es un lugar determinado en el que se llevan a cabo transacciones comerciales, pero tal como dice Wolfgang Heller, este tipo de mercados tienen el inconveniente de excluir una serie de operaciones de compra-venta que no se realizan en el lugar mismo don-

de se efectúan dichas operaciones, tal ocurre con el comercio de objetos que provienen de lugares lejanos, y que por diferentes razones no se centralizan en lugar determinado.

Atendiendo a lo anterior, Wolfgang Heller, considera que los mercados constituyen el conjunto de actos de compraventa, de bienes económicos determinados y una pluralidad de sujetos, con el deseo de comprar y vender ciertos bienes. De acuerdo con W. Heller, la función primordial de los mercados, es poner en contacto, a oferentes y demandantes, regulando las corrientes tanto de bienes como de servicios y dinero, labor que se realiza a través de la formación de los precios.

La oferta por su parte se regula mediante modificaciones a los planes de las empresas en su desarrollo, considerando como determinante los precios de sus productos. Ahora bien, tomando en cuenta que el mercado se encuentra constituido por el conjunto de oferentes y demandantes de bienes, resulta lógico suponer que en dichas masas se encuentran contratantes de diferentes capacidades de cambio, por lo cual para la publicidad, resulta difícil dicha situación, toda vez que requiere que el oferente haga del conocimiento de los consumidores, las características y precios de sus productos.

Medio publicitario idóneo para tal efecto, resultó serlo la radiodifusión, al constituir un sistema de propaganda capaz de ser captado por las diferentes capas económicas de demandantes.

De lo anteriormente expuesto, se desprende el papel — tan importante que juega la radiodifusión, en los medios de comercialización de los productos que el hombre día con día, utiliza en su — basto estadio actual de civilización, tal se pone de manifiesto si — consideramos que tan solo en nuestro país en los inicios de su desarrollo industrial, existen 502 radiodifusoras y 52 teletransmisoras comerciales.^{21/}

La televisión por su parte como factor de integración cultural, social y económica, ha sido puesta de relieve en innumerables ocasiones, tal se desprende del hecho de que hace apenas cinco años, llegaba la imagen televisada a tres y medio millones de mexicanos y actualmente ese servicio lo reciben mas de 30 millones de personas en todo el país.

Nuestra precisa de lo expuesto, lo constituye el análisis de distribución de aparatos de radio y televisión en 45 ciudades de nuestro país, según cuadro No. 1.

SITUACION ACTUAL DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO.

Una de las bases para analizar la situación actual de la radiodifusión en México, es la Ley Federal de Radio y Televisión, que en su artículo "2" establece, "El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior mediante canales para la difusión, de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expansión, sólo podrá hacerse previo concesión o permiso que el Ejecutivo Fede-

RADIO Y TELE-HOGARES
ANÁLISIS DE 45 CIUDADES CON MÁS DE 50,000 HABITANTES

CIUDADES	No. hogares (Miles)	No. radio hogares. (miles)	radio ho gares %.	No. tele- hogares (miles)	Tele hogares %
1. Distrito Federal	1332.6	1252.6	94.0	972.8	73.0
2. Guadalajara	247.5	216.3	87.4	108.9	44.0
3. Monterrey	117.8	159.1	89.5	124.5	70.0
4. Cd. Juárez	97.3	84.7	87.1	66.6	68.4
5. Mexicali	73.0	59.9	82.1	60.9	83.4
6. Puebla	71.0	59.9	84.4	42.0	59.2
7. Tijuana	61.0	53.7	88.1	52.8	86.5
8. León	54.9	49.4	89.9	22.8	41.5
9. Chihuahua	43.8	37.9	86.6	21.1	48.2
10. Torreón, Cd. Lerdo, Gómez Palacio	41.8	37.1	88.7	21.5	51.5
11. Veracruz	40.8	33.1	81.1	22.8	55.8
12. Aguascalientes	40.4	34.8	86.1	20.4	50.5
13. Mérida	39.3	33.8	86.0	18.1	46.0
14. Matamoros	33.2	29.4	86.6	13.0	39.1
15. San Luis Potosí	32.7	29.8	91.1	16.3	49.7
16. Hermosillo	31.6	26.2	83.0	18.5	58.5
17. Tampico-Cd. Madero	30.9	26.9	87.0	15.6	50.5
18. Morelia	28.2	24.3	86.0	8.6	30.4
19. Reynosa	28.3	24.3	85.9	10.7	37.8
20. Nuevo Laredo	27.7	23.0	83.1	15.8	57.2

CIUDADES	Número hogares (miles)	No. radio hogares (miles)	radio hogares %	No. tele- hogares (miles)	Tele- hogares %
21. Durango	25.5	21.9	85.9	8.7	34.3
22. Saltillo	23.2	21.0	90.5	3.4	14.7
23. Culiacán	23.0	19.8	86.0	12.2	52.9
24. Cd. Obregón	22.5	20.2	90.8	11.4	51.2
25. Irapuato	21.7	19.0	87.6	9.5	43.8
26. Mazatlán	21.7	19.6	90.4	7.8	35.9
27. Oaxaca	20.9	19.0	91.1	.6	2.9
28. Tepic	19.4	17.0	87.6	.4	2.0
29. Toluca	19.2	17.4	90.7	12.0	62.4
30. Querétaro	17.8	15.7	88.1	9.6	54.0
31. Orizaba	17.7	14.6	82.7	5.1	28.7
32. Jalapa	17.4	14.5	83.6	8.3	47.8
33. Oaxaca	16.3	13.1	80.2	8.3	51.2
34. Morelia	15.4	14.0	91.2	2.1	13.6
35. Cd. Victoria	15.1	13.2	87.7	1.0	6.8
36. Acapulco	15.1	14.3	94.8	7.9	52.2
37. Villahermosa	13.9	11.6	83.8	1.9	13.6
38. Piedras Negras	12.1	10.3	85.3	2.6	21.6
39. Colima	11.5	9.4	81.8	2.1	18.4
40. Tuxtla Gutiérrez	11.3	9.7	85.9	.1	1.3
41. Tapachula	10.9	9.2	84.6	.7	6.0
42. Campeche	10.5	9.1	86.9	.4	3.9
43. Morelia	9.5	8.3	87.2	5.7	60.0
44. Cuernavaca	8.6	7.0	81.4	4.2	49.3
45. La Paz	7.0	6.0	85.6	.6	9.1

ral otorgue en los términos de la presente Ley". Ahora bien, el Gobierno Federal ha otorgado grandes facilidades a la iniciativa privada para la explotación de la industria radiofónica, esto ha permitido que se desarrolle a un ritmo acelerado, pues además las condiciones para ello han sido favorables en el medio comercial.

Estas circunstancias determinaron que actualmente el servicio de radiodifusión sea explotado por la iniciativa privada, con el respectivo control estatal y que la mayoría de las radiodifusoras, sean comerciales, (aproximadamente el 97%). Es decir la publicidad comercial es su principal fuente de ingresos. El 97% abarca 502 radiodifusoras y 52 televisoras, haciendo un total de 554 unidades, las 502 radiodifusoras, representan aproximadamente el 95% del total de las unidades, de las cuales, la mayor parte son comerciales, siguiéndole las culturales que son las mínimas. De lo que se deduce que las radiodifusoras, siguen siendo cuantitativamente comerciales y además superan en gran parte a las televisoras, de estos dos aspectos principales se desprende la pauta a seguir para un análisis al respecto.

Según señalan las estadísticas las cifras correspondientes al total de radiodifusoras establecidas en la República Mexicana, se pueden analizar desde dos puntos de vista:

- A.- Distribución Geográfica de las radiodifusoras (por entidades federativas).
- B.- Distribución por bandas de frecuencia (de carácter técnico).

En cuanto a la primera forma de distribución, las radiodifusoras, se ordenan como sigue:

Entidad.	Estaciones de radio en banda normal.	Estaciones de televisión.	Estaciones de radio en banda f. m.
Agascalientes	4	0	0
Baja California	30	5	3
Campeche	5	1	0
Coahuila	33	3	3
Colima	5	1	0
Chiapas	14	2	0
Chihuahua	34	4	3
Distrito Federal	31	6	11
Durango	6	1	0
Guanaajuato	23	1	1
Guerrero	15	0	2
Hidalgo	4	0	0
Jalisco	34	2	8
México	3	0	0
Michoacán	27	1	0
Morelos	3	0	1
Nayarit	8	0	0
Nuevo León	20	4	4
Oaxaca	12	0	0
Puebla	12	1	0
Querétaro	5	1	0
Quintana Roo	2	0	0
San Luis Potosí	11	0	0
Sinaloa	23	5	0
Sonora	37	6	0
Tabasco	9	1	0
Tamaulipas	37	3	2
Tlaxcala	1	0	0
Veraacruz	43	2	3
Yucatán	8	3	1
Zacatecas	6	0	0

23/

Respecto a la distribución de las radiodifusoras, -- por bandas de frecuencia, tenemos que, las radiodifusoras de onda larga forman el 90.3% del total de las comerciales, las radiodifusoras de onda corta forman el 5.7% y las de frecuencia modulada constituyen el 4%, restante. En consecuencia, en México han evolucionado mas las

radiodifusoras de onda larga, esto se debe sin duda a los adelantos técnicos, toda vez que éstos tardan mas para que sean de uso general, y relegue a los ya conocidos por el público, tal se prueba con la proporción de ventas existentes en nuestro mercado, donde predomina la venta de receptores adaptados para escuchar radiodifusoras que transmiten en onda larga. Además, las radiodifusoras de onda larga, ejercen mayor influencia en el sector comercial, que en el cultural; sucediendo lo contrario en las de onda corta y frecuencia modulada, cuya influencia es mayor en el sector cultural.

De lo expuesto se desprende que la radiodifusión comercial, ha progresado a base de radiodifusoras de onda larga, — mientras que la radiodifusión cultural ha encontrado su desarrollo, — en las de onda corta y frecuencia modulada, esto se explica porque — los empresarios de la radiodifusión comercial, prefieren usar por sus múltiples ventajas, la banda mas accesible al público y solo en contadas ocasiones operan en otras bandas.

Otro aspecto importante al respecto, lo constituye la situación económica interna de las estaciones y su relación con la economía general del país, así, las inversiones en equipos y edificios de las estaciones de radio y televisión, tanto comerciales como culturales ascienden a mas de 275.000.000 de pesos, los ingresos de la industria radiofónica representan aproximadamente el 0.55% del valor de la producción industrial, el 0.70% de los ingresos del comercio, el 6.4% de los ingresos de las empresas de transportes y el de las empresas de servicios.^{24/}

Precisa decir que junto a la actividad radiofónica, existen otras actividades conexas de considerable importancia: — agencias de publicidad, empresas armadoras de equipos, grabadoras, — etc. Así mismo, desarrolla y fomenta entre otras, las actividades artísticas.

En cuanto al contenido en sí de la programación — puede establecerse lo siguiente:

La radio y la televisión constituyen dos medios — de difusión que penetran hasta el seno de miles de hogares mexicanos, en los que sus miembros le han destinado a la programación gran parte de su tiempo, olvidándose en muchas ocasiones de sus labores o tareas encomendadas, por lo que se puede decir que no obstante lo provechoso que pueden resultar estos medios de difusión, principalmente la televisión, cuando su programación no es correctamente dirigida, también puede y de hecho, produce resultados negativos. En nuestro país, debido a que la radiodifusión se encuentra en manos de la iniciativa — privada, la programación ha sido enfocada principalmente hacia el aspecto comercial, por lo tanto, la televisión resulta en gran parte — responsable de la orientación que pueda tener la infancia en su aspecto cultural. Además de que también ha influido notablemente en la decadencia que ha tenido el tradicional diálogo familiar, que en cual—quier forma resulta provechoso para la formación de los hijos orien—tándolos y ayudándolos en su desarrollo, con relación a éste particu—lar cabe hacer mención al notable y trascendental, discurso pronunciado por el Lic. Don Luis Echeverría que, a la letra dice:

"Los maravillosos, los asombrosos medios de comunicación, que proliferan, hacen que nos aislemos mas, somos siempre muy pasivos ante el aparato de televisión, nos sentimos ensimismados ante un aparato de radio y asimismo una familia reunida ante un televisor, lo mas frecuente es que cada uno sea una soledad consigo mismo: se ha hablado del tercer pariente "la televisión", que inclusive por los cambios de canal mas que hacer que los jóvenes y los niños tengan una actitud amistosa, frecuentemente los hace pelear por el cambio de canal".^{25/}

Acorde con tan certera opinión, existe la situación generalizada, de que los niños destinan mas tiempo a la televisión que a sus tareas, por lo que resulta plenamente acertada la política que en esta materia ha seguido nuestro Gobierno, toda vez que se ha preocupado por el contenido e ideología de la programación, evitando la deformación de los elementos esenciales de nuestra idiosincrasia y difundiendo ideas que contribuyan a la integración nacional, excluyendo también los programas, cuyo contenido constituyan apologías de la violencia, el odio, el crimen, la guerra, etc., que lejos de ser provechosos a la formación de las nuevas generaciones van impregnando en las mismas la idea de traición y violencia.

CAPITULO IV

LEGISLACION MEXICANA VIGENTE

1. NATURALEZA JURIDICA DE LA RADIODIFUSION.

La radiodifusión, como anteriormente se explica, constituye una telecomunicación, cuyas transmisiones están destinadas a ser recibidas por el público en general, con el único requisito de poseer un aparato receptor.

Ahora bien, jurídicamente se plantea el problema referente a la determinación de la clase de servicio que constituyan las transmisiones de radio-televisión. Se ha dicho que se trata de servicios de interés público, pero es pertinente exponer el por qué de esa clasificación.

No obstante las innumerables definiciones que se han dado sobre el concepto de "servicio público", no existe a la fecha un criterio uniforme, o una definición unánimemente aceptada; — otro tanto puede decirse del servicio de interés público. Debe advertirse que el Reglamento de radiocomunicaciones, define a la radiodifusión como "un servicio destinado a ser recibido por el público — en general", o sea que el radiodifusor presta un servicio que pueda beneficiar a toda la población, toda vez que en el momento que el radiodifusor emite una señal (informaciones, noticias, esparcimiento, etc.), apta para captarse por cualquier persona que posea un receptor. Este último será quien reciba el servicio, sin que por ello —

exista una relación jurídica entre el radiodifusor y cada uno de los radioescuchas o televidentes.

En efecto, del estudio de las diferentes relaciones jurídicas que se establecen a propósito de la radiodifusión, destacan principalmente dos, a saber:

- a.- La relación existente entre el Estado y el concesionario directamente, tomando en cuenta que el Estado constituye el titular del derecho y que al asignarle a una persona particular su explotación, debe velar por el buen uso y aprovechamiento del mismo.
- b.- Las relaciones que se establecen entre los contratantes de los servicios de la empresa radiodifusora y ésta.

Para el objeto de establecer la naturaleza de la radiodifusión, únicamente nos ocuparemos de la primera clase de relaciones, o sean las existentes entre el Estado y el concesionario, para lo cual debemos considerar el amplio ámbito de influencia que la actividad radiofónica va despertando en la colectividad y en el interés que el Estado tiene de legislar en forma propicia al bienestar colectivo y evite cualquier peligro o amenaza social.

Considerando ahora los elementos comunes a las definiciones que se han dado de servicio público, tenemos que éstos son principalmente:

- a.- Se trata de una organización técnica destinada a la prestación individual y concreta de un servicio.

- b.- Este servicio tiene por objeto, la satisfacción continua de necesidades inaplazables comunes, a toda la población.
- c.- El servicio deberá prestarse sin un ánimo preponderantemente lucrativo.

Ahora bien, al tratar de tipificar estos elementos comunes del servicio público a la radiodifusión, nos encontramos las siguientes diferencias:

- a.- En cuanto a la organización técnica, tenemos que esta sí es coincidente para ambos. No obstante, la radiodifusora no está destinada a la prestación individual y concreta de un servicio, toda vez que una de las características de mayor relevancia de la radiodifusión comercial, la constituye precisamente el que sus transmisiones están destinadas a ser recibidas por el público en general.
- b.- El servicio que se presta tienen por objeto la satisfacción regular y continua de una necesidad común a la población. A este respecto, la necesidad que satisface la radio y la televisión, es en forma regular y continua; además, reviste una gran importancia, pero no llega a adquirir el rango de inaplazable.
- c.- Que el servicio sea prestado sin ánimo preponderantemente económico. En materia de radiodifusión, no es aplicable esta característica, cuando menos en nuestro sistema, debido a que el servicio se encuentra en ma-

nos de particulares, quienes desde el momento de comenzar la operación lo hacen con un interés lucrativo.

Por lo tanto, la radiodifusión en nuestro país, - se separa de las características generales aplicables a los servicios públicos, para caer dentro del ámbito de una categoría diferente que es la de servicios de interés público.

2.- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.

Las telecomunicaciones en nuestro país, desde el punto de vista de su proceso histórico, surgieron y comenzaron a desarrollarse a partir de 1910, cuando el Estado comenzó a preocuparse -- por coordinar los sistemas para lograr un óptimo aprovechamiento de -- los servicios, con el objeto de ponerlos a tono con el desenvolvimiento económico de la nación.

Sin embargo, el desarrollo de la radiodifusión, -- durante los últimos lustros, exigía planear y reorganizar los siste-- mas existentes, a efecto de satisfacer la demanda generada por el pro-- greso y afianzar así una sólida y dinámica expansión futura. El le-- gislador mexicano, atento a los progresos que se llevaban a cabo en -- nuestro país en la materia, dictó, en 1926, las primeras normas que -- la regularon concretamente. A éstas, siguieron varias disposiciones legislativas sin mayor trascendencia. En 1940, el Congreso de la -- Unión promulgó la actual Ley de Vías Generales de Comunicación, la -- que, de acuerdo con la legislación anterior, otorga al Gobierno Fede--

ral, jurisdicción y competencia exclusiva en materia de radiodifusión; tal se desprende de la lectura del artículo 3o. de dicho ordenamiento, que deposita en el Ejecutivo la facultad de otorgar permisos y concesiones, así como la de clasificar, modificar y cancelar las mismas.

La Ley de Vías Generales de Comunicación de 1940, que consideraba a la radiodifusión como un servicio público, otorgaba al Secretario del Ramo la facultad de fijar las tarifas de las estaciones radiodifusoras comerciales, dándole amplios poderes para dictar las disposiciones que a su juicio estimara pertinentes, para corregir y mejorar el servicio, así como para suspender cualquier servicio que juzgara ineficaz; además, se le confería autoridad suficiente para la imposición de sanciones por infracciones a los reglamentos reguladores de la materia.

Por otra parte, la mencionada Ley de Vías Generales de Comunicación, no permitía a los extranjeros ser propietarios o ejercer algún control sobre estaciones radiodifusoras; asimismo, tampoco era enajenable la propiedad o el control de dichos servicios sin la previa aprobación del Secretario del Ramo.

En cuanto a la programación de la radiodifusora, en la Ley de referencia existían innumerables restricciones; por ejemplo, señalábase prohibiciones expresas en contra de programas que en alguna forma pudieran alterar la paz pública u ofender las leyes vigentes, la moral o las costumbres. En cuanto al aspecto comercial de la programación, la Ley permitía los anuncios comerciales, sólo que -

sujetos a los reglamentos y disposiciones dictadas al respecto por el Secretario del Ramo; además, se exigía que las estaciones transmitieran sin costo alguno, mensajes relacionados a embarcaciones o aeronaves en peligro o referentes a la defensa nacional y conservación del orden público.

El rápido desarrollo de la radiodifusión mexicana en las décadas de 1940 y 1950, provocó la inquietud de muchos técnicos en la materia, así como de estudiosos del derecho, de dictar disposiciones acordes a tal desarrollo. Con tal motivo, los juristas de la época, consideraron que la Ley de Vías Generales de Comunicación, resultaba inadecuada para la reglamentación de esta dinámica materia.

Esto motivó que en 1959, el Congreso de la Unión considerara urgente la reforma legislativa concluyendo la Cámara de Diputados que era inaplazable tal legislación, como se demuestra con los siguientes párrafos de la exposición de motivos del proyecto sometido a la consideración de dicha Cámara.

"Los progresos de la ciencia y de la técnica, cuando se inspiran en principios de servicio para con los altos intereses de la humanidad, son recibidos como nuevos motivos de esperanza por la contribución — que significan para el bienestar individual y social. En el desarrollo de los medios de expresión, se ha incorporado con notable influencia en el progreso y el ritmo de la vida actual, la radiodifusión. Su trascendencia está indudablemente en relación con la misión que cumple al servicio de los derechos fundamentales del hombre y la colectivi—

dad".

"La radiodifusión como vehículo informativo, como medio de expresión del pensamiento y de difusión de cultura, es un factor decisivo para contribuir al progreso del pueblo y para estrechar a la comunidad nacional, sobre todo en países como el nuestro que, por su extensión geográfica, su accidentada orografía y la distribución de su población, presenta enormes problemas para incorporar y mantener a un mismo ritmo de evolución a todas las comunidades de su territorio".

"En octubre del año pasado fue turnada, para su estudio y dictamen, a la Comisión de Industria de la Radio y Televisión de esta H. Cámara de Diputados, la iniciativa presentada el 12 de julio de 1954, por el diputado Juan José Oecrio Palacios, conteniendo un proyecto de Ley Federal de Radiodifusión. Teniendo en cuenta el tiempo transcurrido entre la fecha de la iniciativa mencionada y el momento en que se sometió a estudio, así como el avance de la técnica, el desarrollo de ese medio de expresión, su creciente aprovechamiento en nuestro país, así como la necesidad de legislar también sobre la televisión, se estimó de absoluta necesidad la redacción de un nuevo proyecto que contemplara todos esos progresos".

"En un lapso de treinta años, la radiodifusión mexicana ha alcanzado un notable desarrollo, el número de estaciones que operan en la República ascendió a 334 en 1958. Según daba entonces ocupación a 43 210 personas y el número de radio-receptores y de televisores llegó en el presente año, a la cifra de 4,291.594, todo ello para cubrir un auditorio aproximado de 16 millones entre la población nacional. Este de

sarrollo exige un estatuto adecuado que al garantizar tanto el medio de transmisión como el de recepción, fomente su desenvolvimiento y lo vincule estrechamente a los supremos intereses de la patria".

"Hasta el momento, la radiodifusión mexicana está regulada solamente por los trece artículos del Capítulo VI de la Ley de Vías Generales de Comunicación, reformada en su parte relativa por decreto del 30 de diciembre de 1950 y de la que se deriva el reglamento en vigor, que considera a la propia radiodifusión simplemente como una vía de comunicación, asimilándola a los sistemas de comunicaciones y transportes e ignorando la misión de orientación social y de contribución cultural que le corresponde cumplir. Se estimó, por lo tanto, que la legislación que regula esta importante actividad de interés público, debe ser especial y autónoma y contemplar íntegramente los complejos factores que convergen en su función, así como los particulares aspectos que reviste".

"La Comisión estimó conveniente realizar un estudio detenido y completo de la materia y, convencida de la urgencia de que México cuente con una Ley de Radio y Televisión, se entregó a la tarea de elaborar, con la colaboración de la Comisión de Estudios Legislativos, el proyecto que somete a la consideración de nuestra soberanía, después de haber hecho una amplia auscultación por medio de consultas públicas en que se escucharon los puntos de vista de los sectores oficiales y privados que, por su íntima conexión con las actividades radiofónicas así como por su experiencia, estaban en capacidad de brindar aportaciones valiosas".

"La industria radiodifusora, por muchos años clamó por la falta de la legislación, tanto mas, cuanto que las normas contenidas en la Ley de Vías, son todas ellas encaminadas a regular verdaderos servicios públicos y así lo establece expresamente en múltiples preceptos, cuyo régimen le resultaba inadecuado a la radiodifusión y le imponía muchos controles y restricciones artificiales e innecesarios."

Como corolario de los estudios y proyectos señalados, el Congreso de la Unión aprobó la Ley Federal de Radio y Televisión en enero de 1960 y fue promulgada por el entonces Presidente de la República, Lic. Adolfo López Mateos. La nueva Ley Federal de Radio y Televisión cambia el criterio sustentado por la antigua Ley de Vías Generales de Comunicación, debido a lo cual la radiodifusión es considerada como un servicio de interés público, como lo señala el artículo 4o.

La actual Ley considera a la radiodifusión de acuerdo a su propia naturaleza, como se desprende cuando dice que las ondas electromagnéticas corresponden al dominio público y sólo pueden emplearse por concesión o permiso otorgado por el Ejecutivo Federal. Además, establece que la radio y televisión están investidos de interés público y que el Estado debe vigilar el cumplimiento de su función social. En estas condiciones, los medios de difusión han de observar los siguientes puntos:

- a.- Transmitir programas que enaltezcan el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- b.- Evitar programas que produzcan influencias nocivas y perturbado-

ras en el desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

- c.- Contribuir a elevar el nivel cultural de la población, conservar las costumbres tradicionales y características nacionales y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana y
- d.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

Además, la Ley hace notar que el Estado tiene interés en la consecución de estos objetivos y que el Jefe del Ejecutivo, a través de las dependencias gubernamentales a nivel federal, de los gobiernos estatales y municipales, quedan obligados a promover programas que contribuyan al bienestar nacional, social, cultural y cívico. También se requiere que el Estado proporcione facilidades a las radiodifusoras para que puedan ser captadas en el extranjero, a fin de que otras naciones obtengan informes acerca de la vida y la cultura mexicanas, así como para estimular el turismo y el intercambio comercial internacional.

3.- REGIMEN DE CONCESION

La radiodifusión comercial ha sido considerada en la actual Ley Federal de Radio y Televisión como el servicio de transmisiones efectuadas con el objeto principal de obtener un lucro. Esto se explica claramente si observamos las relaciones existentes entre los concesionarios, los patrocinadores y el público en general; de esta relación tripartita se desprende que por un lado el concesionario pretenderá obtener un beneficio de su relación con el anunciante o —

patrocinador, quien a su vez obtendrá el beneficio del servicio prestado por el radiodifusor, al hacer esta último del conocimiento de los radio-escuchas o televidentes, las propiedades o características del productor o distribuidor, según el caso. En cuanto a la relación existente entre el radiodifusor y el público, tenemos que es únicamente de hecho.

La radiodifusión comercial, constituye el tipo radiofónico tradicional que requiere para su explotación el previo otorgamiento de la concesión, en nuestro país, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; tal disposición se encuentra establecida en la Ley de la materia, como sigue:

Artículo 1o.- Corresponde a la nación, el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

Artículo 2o.- El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión, solo podrá hacerse previo concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley.

El ordenamiento anterior encuentra su justificación, en cuanto a que el Estado ha sido considerado como el titular de los bienes que por su propia naturaleza son inalienables e imprescriptibles, dentro de los cuales se encuentra el espacio aéreo; el Estado, considerado como representante de los intereses generales de

la comunidad, es el encargado de administrarlos y regularlos jurídica y convenientemente, evitando que su uso provoque conflictos.

El aire y la luz existen en nuestro planeta en tales cantidades, que pueden ser aprovechados por todos los habitantes en forma ilimitada, pero en cuanto a su aprovechamiento con fines técnicos, esto es, cuando se utiliza como medio de propagación de frecuencias radiofónicas, surgen problemas, toda vez que las ondas si no se encuentran debidamente canalizadas, sufrirán interferencias; por lo tanto, el Estado tiene que asegurar el número de distribución de canales que satisfagan las necesidades de los concesionarios, además de reservarse las necesarias para el uso propio de la Nación.

El Estado, a través de la concesión, asigna a los particulares el uso y aprovechamiento de determinados canales radiofónicos, pero, además, debido a que la radiodifusión constituye un servicio destinado a ser recibido por el público en general, hay una doble misión que el Estado debe cumplir, o sea que por un lado el Estado deberá asignar el canal radiofónico, velando porque quien lo reciba sea un concesionario suficientemente capaz de prestar el servicio, — ofreciendo la garantía de que las transmisiones sean eficientes y de acuerdo a los ordenamientos y disposiciones existentes al respecto, y por otra parte, deberá velar porque los intereses de la colectividad sean satisfechos en forma adecuada, contribuyendo al bienestar y a la elevación de la convivencia social.

El régimen de concesión puede variar según el --

país, pero siempre deberá contener las garantías necesarias para el bienestar colectivo, o sea que deberá establecer la norma objetiva legal que ampara y define el establecimiento de las garantías y seguridades sociales.

Por otra parte, el hecho de que la radiodifusión constituya un servicio destinado a ser recibido por la población en general, la convierte en un vehículo de información y expresión del pensamiento que constituye actualmente el medio más útil y eficaz a tal efecto.

Debido a que la concesión constituye un acto complejo por su propia naturaleza, tanto por sus diferentes facetas como por sus efectos, la Ley Federal de Radio y Televisión señala, por una parte, los requisitos fundamentales que debe contener y las garantías de que reviste cada una de sus características y, por otra parte, determina las obligaciones impuestas al concesionario, además de establecer también las franquicias de que goza por realizar una actividad de interés público.

El artículo 21 de la Ley Federal de Radio y Televisión, dispone expresamente que las concesiones contendrán, cuando menos, los siguientes requisitos:

- a) Canal asignado.
- b) Ubicación del equipo transmisor.
- c) Potencia autorizada.
- d) Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas.

- e) Horario de funcionamiento.
- f) Nombre, clave o indicativo.
- g) Término de su duración.

Según la Ley, estos son elementos mínimos indisponibles que debe contener un título de concesión, sin que ello implique en ninguna forma que sean los únicos.

No obstante las características mencionadas, tenemos que debido a la elevada importancia que ha adquirido este medio de comunicación durante los últimos años, el Estado se ha visto precisado a intervenir en una forma más directa, tanto en su funcionamiento como en la calidad de sus transmisiones, e inclusive disponiendo que sean transmitidos determinados programas de carácter educativo, social y de orientación en general para determinado auditorio; para tal efecto, el Acuerdo Presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10. de julio de 1969, establece un nuevo sistema a seguir en la autorización que hace la Secretaría de Comunicaciones y Transportes al expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión. Los considerandos sobre el particular son muy significativos:

PRIMERO.- Que la radiodifusión que comprende a la radio y a la televisión, constituye una actividad de interés público y que corresponde al Estado protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

SEGUNDO.- Que la radiodifusión debe contribuir al fortalecimiento de

la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, por lo cual debe afirmar el respeto a los principios de moral social, dignidad humana y vínculos familiares; evitar toda clase de influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud; contribuir a la elevación cultural del pueblo y a conservar las características y valores de nuestra nacionalidad, así como las costumbres del país, sus tradiciones, la propiedad del idioma, al igual que fortalecer las convicciones democráticas y la amistad y cooperación con los demás países.

TERCERO.- Que la libertad de expresión que el Estado garantiza, debe ser ejercitada por los concesionarios de las estaciones de radiodifusión con un pleno sentido de responsabilidad social conforme a las leyes.

CUARTO.- Que de acuerdo con lo establecido por la Ley Federal de Radio y Televisión, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorga concesiones a los particulares, para la prestación de este servicio de interés público, reservándose las facultades de vigilancia y supervisión de los aspectos técnicos, administrativos de programación y en general, las necesidades para garantizar la positiva contribución que la radiodifusión debe prestar en beneficio colectivo.

QUINTO.- Que la radiodifusión comprende como actividades fundamentales: la cultura, la informativa, la recreativa o de esparcimiento y la de fomento económico y en todo caso, estas tres últimas actividades

deben subordinarse a la cultura, para que no contraríen o destruyan a ésta y a las normas fijadas por las leyes y demás disposiciones administrativas aplicables.

SEXTO.- Que en el aspecto cultural, la radiodifusión debe contribuir a elevar el nivel del pueblo, a fortalecer las tesis mexicanas fundamentales y los valores de nuestra nacionalidad; debe, asimismo coadyuvar a resolver, en un plazo y costo menores que el que se requeriría por otros medios tradicionales, diversos aspectos de la educación, de la capacitación y de la instrucción y debe servir para mejorar y uniformar el lenguaje nacional o bien para enseñarlo a las comunidades que no hablan español.

SEPTIMO.- Que la radiodifusión es un medio fundamental de información para el pueblo, por lo que debe ofrecer todas las noticias en forma veraz, objetiva, sin distorcionar los hechos e implicar situaciones contrarias al orden público, a las buenas costumbres, a la seguridad del Estado, a la respetabilidad o estabilidad de las instituciones, o a los intereses del país. Asimismo, deberá evitar que se cause alarma o pánico y en los casos de calamidades públicas o acontecimientos nefastos, las informaciones se orientarán hacia el propósito de prevenir daños mayores a la población y a remediar los ya causados.

OCTAVO.- Que la radiodifusión debe ofrecer esparcimiento gratuito, sano y adecuado, y en todo caso, cumplir con el propósito cultural y superación moral del pueblo.

NOVENO.- Que en el aspecto económico, la radiodifusión debe contribuir al desarrollo del país, fomentando las actividades que estimulen la producción nacional y su diversificación en atención a la demanda interna y de los mercados internacionales; coadyuvar a la adopción el abatimiento de los precios y favorecer el uso mas adecuado de los recursos del país, con el fin de contribuir al crecimiento equilibrado en bien de la nación.

DECIMO.- Que el Estado y los concesionarios deben contribuir en la realización de los objetivos expresados, en los considerandos anteriores y que para ello, en los términos del Acuerdo de esta misma fecha dirigido a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el propio Estado podrá disponer de tiempo adicional de transmisión, lo que aunado a las modalidades que deban introducirse, conforme a las disposiciones que siguen, en nuevas concesiones, propiciará el logro de aquellos objetivos concurrentes.

De aquí que el Acuerdo respectivo contenga los siguientes puntos principales:

PRIMERO.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes podrá expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión, estas concesiones se otorgarán por un término de diez años, adicionado del tiempo que falte por transcurrir hasta el vencimiento de las que serán substituidas, con la salvedad de que la duración total no excederá de veinte años?

SEGUNDO.- En los nuevos títulos se incluirán las siguientes condiciones, así como las demás necesarias para satisfacer el interés pú-

blico y los derechos del Estado.

- a.- El compromiso del concesionario de que su programación cumpla - los objetivos señalados en los considerandos segundo a noveno - de este Acuerdo y de que no se infrinjan las prohibiciones de - la Ley Federal de Radio y Televisión y demás disposiciones apli cables.
- b.- Que la concesión podrá ser renovada en caso de que la Secreta-- ría de Comunicaciones y Transportes lo estime pertinente, siem pre que el concesionario hubiere cumplido con las obligaciones derivadas de la concesión y las que le impongan las leyes y re glamentos aplicables, y acepte los nuevos requisitos y condicio nes que se estime conveniente fijarle, teniendo preferencia, en igualdad de circunstancias, respecto de terceros.
- c.- Que el Gobierno Federal tendrá los derechos preferentes a que - se refiere el artículo 116 de la Ley de Vías Generales de Comu nicación, y que al término de la concesión podrá adquirir las - instalaciones y equipos necesarios para la continuación del ser vicio.
- d.- Que para cumplir, en su caso, con los artículos 128 y 129 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, la sociedad tendrá un re gistro de acciones nominativas y considerará como dueño de las mismas a quien aparezca inscrito como tal en el referido regis tro.

Para enajenar o adjudicar acciones de la sociedad, se ob-- servará el siguiente régimen.

- 1.- El accionista notificará por escrito a la sociedad, la operación de que se trate, solicitando su inscripción en el registro.
- 2.- La sociedad, antes de efectuar la inscripción y dentro de los siete días siguientes a la fecha en que se haya recibido la notificación a que se refiere la fracción anterior, la hará del conocimiento del C. Secretario de Comunicaciones y Transportes, acompañando la documentación pertinente para que este funcionario pueda verificar: que la enajenación se realice en favor de persona o personas de nacionalidad mexicana; que la enajenación no constituya un acaparamiento de empresas de radiodifusión comercial, partes sociales o acciones de las mismas, en perjuicio del interés social a que se refiere la fracción II del artículo 16 de la Ley General de Bienes Nacionales y que la enajenación no constituye un lucro o especulación con los derechos derivados de la concesión o concesiones de que sea titular la sociedad, ya que éstas se otorgan gratuitamente por el estado.
- 3.- En caso de que la respuesta del C. Secretario de Comunicaciones y Transportes, sea en el sentido de que la enajenación no contraviene lo dispuesto en la fracción anterior, o transcurridos sesenta días sin haber recibido, la sociedad procederá a la inscripción respectiva en el registro de accionistas.
- 4.- En caso de que la resolución del C. Secretario de Comunicaciones y Transportes, sea en el sentido de que con la pretendida enajenación se contraviene uno o varios de los incisos contenidos en la fracción II de la sociedad, no la inscribirá en el registro de accionistas o certificados provisionales.

Este régimen deberá incluirse en la escritura social, así como en los títulos e certificados de acciones que emita el concesionario.

5.- Que el Estado tendrá la facultad de practicar inspecciones para la vigilancia y supervisión de los aspectos técnicos, administrativos y de programación, de acuerdo con la Ley, para verificar y monitorear la operación de la estación. El pago de los derechos correspondientes será a cargo del concesionario, quien además pondrá a disposición del personal de inspección el equipo de grabación necesario para verificar la programación de la difusora. El personal de inspección tendrá la facultad de suspender toda transmisión que a su juicio viole flagrantemente -- cualesquiera de las prohibiciones que en materia de programación establecen las leyes, sus reglamentos y la concesión.

El Gobierno Federal, podrá además, hacer revisiones periódicas para comprobar si el concesionario ha hecho un buen uso en bien del dominio directo de la Nación, que constituye el canal de radiodifusión concesionado, en relación con la satisfacción del interés público a que se refiere la Ley Federal de Radio y Televisión y en especial el cumplimiento de la función social que su artículo 5o., -- asigna a las estaciones radiodifusoras.

6.- Cuando el concesionario requiera el uso de enlaces de comunicación para el envío o recepción de señales fuera de su zona de servicio, usará el sistema nacional de telecomunicaciones que está encomendado a la Secretaría de Comunicaciones y Transpor--

tes, pagando los derechos correspondientes y con sujeción a las normas que rijan su operación.

- 7.- Que además de las causas de revocación que señala la Ley Federal de Radio y Televisión, la concesión podrá ser revocada cuando el concesionario no cumpla con las condiciones que le impone el mismo título de concesión.

TERCERO.- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público recibirá de los concesionarios de radio y televisión el pago de los impuestos en la forma autorizada.

De los anteriores considerandos, se desprende el alto sentido social, que guía al Estado en esta materia, representando al mismo tiempo la madurez que norma las decisiones de nuestro gobierno, renovador, que sabe imprimir el carácter amoral de los elementos tecnológicos en el valor de la justicia y el ímpetu de superación humana de integración cultural nacional.

4.- ATRIBUCIONES A LAS DIFERENTES SECRETARÍAS DE ESTADO.

Otro de los aspectos más sobresalientes de la Ley Federal de Radio y Televisión, consiste en la separación que hace de las competencias de las diferentes Secretarías, encomendándoles diversas atribuciones. Podemos señalar, en forma general, las siguientes:

Secretaría de Gobernación.

- A. Vigilar que las transmisiones tanto de radio como de televisión,

se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, que además no lesionen los derechos de terceros, ni provoquen delitos o alteren la paz o el orden público.

- B. Vigilar y coordinar el funcionamiento de las estaciones radiodifusoras, pertenecientes al gobierno federal.
- C. Vigilar que las estaciones de radio y televisión, efectúen transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos diarios, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.
- D. Imponer las sanciones que de acuerdo a su competencia le correspondan, así como denunciar los delitos que se cometan en agravio de la propia Ley.
- E. Efectuar las demás disposiciones que imponga la propia Ley. Tales como la creación y funcionamiento del Consejo Nacional de Radio y Televisión, que tiene como atribuciones:
 - a) Coordinar las actividades de la propia Ley Federal de Radio y Televisión;
 - b) Promover y organizar las emisiones del Poder Ejecutivo Federal;
 - c) Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de todas las transmisiones que se lleven a cabo.
 - d) Conocer y dictaminar los asuntos que se someten a su estudio por las diferentes dependencias y departamentos de estado, e bien instituciones o personas relacionadas con esta industria, para determinar su procedencia.

Secretaría de Educación.

La política educativa seguida en los últimos años por nuestro país, ha consistido en fortalecer la enseñanza elemental y media, dejando que el proceso de desarrollo impulse los niveles superiores así como de capacitación en el trabajo. Este proceso ha modificado cualitativamente a la población, así como mejorado su preparación técnica para el desempeño de actividades económicas, elevando la productividad del trabajo y facilitando la absorción de avances tecnológicos.

Por tanto, la Ley Federal de Radio y Televisión, encomienda por su parte a la Secretaría de Educación, promover en forma mas amplia y efectiva, la utilización del radio y la televisión para fines educativos en general. En su artículo II dispone que dicha Secretaría deberá:

- A. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- B. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- C. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;
- D. Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor;
- E. Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participen en las transmisiones;

- F. Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado con el propio artículo once.

Además, la Secretaría de Educación Pública, tiene la responsabilidad de autorizar todo el personal de locutores empleado por las difusoras.

Secretaría de Salubridad y Asistencia.

A esta Secretaría compete, según lo dispuesto por la Ley que se comenta:

- A. Autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina y sus actividades conexas.
- B. Autorizar la propaganda de comestibles, bebidas, medicamentos, - insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamiento y artículos de higiene, embellecimiento y en general prevención o curación de enfermedades.
- C. Promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo.

De lo expuesto, se desprende el interés del Estado en proteger la salud del pueblo, además de fomentar el uso de medicamentos bajo prescripción médica, lo que evita un gran número de trastornos.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Cabe mencionar, que compete a esta Secretaría, la mas

amplia y diversa labor dentro de las actividades radiofónicas, toda vez que las solicitudes para el funcionamiento de la estación, se — llevan a cabo en todo su procedimiento ante esta Dependencia y, una vez que se encuentra funcionando en toda su plenitud también compete a esta Secretaría, vigilar su correcta operación, tanto técnica, cuanto administrativa, como se desprende de la lectura del artículo 9º, que a la letra dice: "A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes corresponde:

- A. Otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión, asignándoles la frecuencia respectiva;
- B. Declarar la nulidad o la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlas en los casos previstos en esta Ley;
- C. Autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento y operación de las estaciones y sus servicios;
- D. Fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales;
- E. Intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras.
- F. Imponer las sanciones que correspondan a la esfera de sus atribuciones y,
- G. Las demás facultades que le confieren las Leyes."

5.- REGIMEN FISCAL.

Así como las personas que para su propia existencia — requieren, entre otros elementos, del económico, así, el Estado lo — necesita para la consecución de sus propios fines, variando únicamente su forma de obtención.

En materia de radiodifusión, el sistema seguido hasta antes del 31 de diciembre de 1968, era el comúnmente operante para toda la industria, pero a partir de esta fecha, la política fiscal - seguida en esta materia, toma senderos diferentes, al establecerse - en la Ley de Ingresos de la Federación, para el ejercicio fiscal - - 1969, lo siguiente:

Artículo I.- "El impuesto a que esta Ley se refiera grava el - importe total de los pagos que se efectúan por los servicios presta- dos por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales, - para el uso de bienes de dominio directo de la nación, cuando la ac- tividad del concesionario este declarada expresamente de interés pú- blico por la Ley. El objeto del impuesto comprenderá:

- A.- Los pagos al concesionario.
- B.- Los pagos a la empresa que por arreglos con el concesionario -- contratan los servicios y presten los que sean complementarios.
- C.- Los pagos a cualquier otra persona que intervenga entre el que cubra el costo total del servicio y el concesionario."

Artículo II.- "Son sujetos del impuesto las personas que hagan los pagos que se mencionan en el artículo I. Las personas que reci- ban pagos responderán solidariamente, del cumplimiento de las obliga- ciones establecidas en esta Ley y deberán recabar el impuesto a car- go de los sujetos".

Artículo III.- "Sólo estarán exentos del impuesto de la Federa- ción, los sujetos señalados en las fracciones I y II, del artículo - 16 del código Fiscal de la Federación, las exenciones o limitaciones

respecto de impuestos federales, establecidas en otras leyes quedarán derogadas en lo que tocan al pago del impuesto a que esta ley se refiere."

Artículo IV.- "La base del impuesto será el monto de los pagos en efectivo o en especie que se hagan por los conceptos señalados en el artículo I de esta Ley".

Artículo V.- "El impuesto se determinará aplicando la tasa del 25% a la base señalada en el artículo que antecede."

Artículo VI.- "Los responsables solidarios deberán presentar de claraciones mensuales en las que determinarán el monto del impuesto, utilizando al efecto las formas que apruebe la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Las declaraciones deberán presentarse en la oficina receptora correspondiente, dentro de los veinte días siguientes al mes en que se hubieran recibido los pagos."

Artículo VII.- "Los responsables solidarios, deberán enterar al presentar la declaración a que se refiere el artículo VI de esta Ley."

Ante tal situación tributaria, que exigía pagar un impuesto del 25% sobre los ingresos totales de la Radiodifusora, los concesionarios manifestaron su inconformidad, solicitando una inmediata reconsideración.

Como consecuencia, medio año mas tarde, se publica el acuerdo presidencial en el que se establece el régimen actual de concesiones, autorizando a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de radio y televisión, el pago del im-

puesto "con tiempo de transmisiones." Esto significa que la radiodifusión pone a disposición del Ejecutivo Federal, el 12.5% del tiempo diario de transmisiones de cada estación, como se establece en el -- acuerdo siguiente:

Primero.- Se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto en la siguiente forma:

A).- Los concesionarios que en su calidad de obligados solidarios al pago de dicho impuesto y por tanto como terceros interesados en cumplimiento de esa obligación, lo toman a su cargo, solicitando se les admita el pago de su importe con el DOCE Y MEDIO por ciento del tiempo diario de transmisión de cada estación. El Estado hará uso de ese tiempo para realizar las funciones que le son -- propias de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial cuando el ejecutivo realice campañas de interés colectivo, promoviendo el mayor consumo de bienes y servicios, lo hará en forma genérica, en tanto que la industria de la radiodifusión se ocupará de la publicidad y propaganda de marcas, servicios o empresas específicos.

Estos tiempos de transmisión no serán acumulables ni -- su uso podrá diferirse aún cuando no sean utilizados, pues se entenderá que el concesionario cumple con su obligación con solo poner dicho tiempo a disposición del Estado. Si el Ejecutivo Federal no utiliza -- re, total o parcialmente, deberá hacerlo el concesionario para sus --

propios fines, a efecto de no interrumpir el tiempo de transmisión.

B).- Los tiempos de transmisión mencionados serán distribuidos proporcional y equitativamente dentro del horario total de transmisiones, por conducto del órgano que se designe, el cual será previamente al Consejo Nacional de Radio y Televisión. En todo caso se cuidará de no poner en peligro la estabilidad económica de las estaciones.

Segundo.— Con el pago a que se refieren los incisos A y B que anteceden, quedará cubierto íntegramente el impuesto.

De lo anteriormente expuesto, se desprende que la política fiscal que en esta materia ha seguido el gobierno, tiende a proteger y fomentar el desarrollo de la radiodifusión comercial, considerando, además, de la importancia que ésta reviste para la nación, la que tiene para el propio Estado, el cual dispone de parte del tiempo de la transmisión de cada difusora para utilizarlo en la forma que — mas convenga al interés nacional.

6.- REGIMEN TARIFARIO.

Anteriormente, el sistema que fijaba las tarifas para las radiodifusoras comerciales, era el emanado de la Ley de Vías Generales de Comunicación, consistente en un complicado procedimiento semejante al utilizado en los servicios telefónicos, de autotransportes, de ferrocarriles y demás medios de comunicación. Dicho estudio se — efectuaba en forma individual para cada difusora, conjugándose varios

elementos, tales como la inversión efectuada, los costos de operación y mantenimiento, gastos de administración y proyección estimada en ventas; dicho procedimiento, además de inadecuado, resultaba impropio para este tipo de industria.

A partir de la vigencia de la actual Ley Federal de Radio y Televisión, se faculta a las empresas radiodifusoras para la fijación de sus propias tarifas, imponiéndoseles únicamente la obligación de estructurarlas sobre los mínimos previamente fijados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, como se desprende del contenido del artículo 9 de la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a fijar los mínimos sobre los cuales las radiodifusoras comerciales estructurarán sus tarifas.

Para la fijación de los mínimos, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a través de su Dirección General de Tarifas, Maniobras y Servicios Conexos, practica un estudio de cada difusora, el cual contiene los siguientes datos:

A.- Potencia.

B.- Número de habitantes en la localidad.

C.- Número de estaciones existentes en la zona,

con estos elementos se hace una puntuación, a la cual permite establecer la calidad de la difusora. En seguida se hace un muestreo, que consiste en la elaboración de encuestas, tanto en poblaciones donde el número de difusoras es mínimo como en ciudades donde existen problemas de saturación. Así con este resultado, se obtiene una nueva puntuación, que permite considerar la magnitud de la empresa radio

difusora.

Posteriormente se efectúa un estudio contable, que consiste en la obtención tanto de costos como de ingresos mínimos por segundo, tomando en cuenta los costos de operación, mantenimiento, administración, venta, financiamiento, etc. Con este estudio se obtiene el dato sobre ingreso necesario de subsistencia favorable de una radiodifusora, lo cual permite fijar los cobros mínimos.

Una vez establecidos éstos, cada radiodifusora elabora libremente sus propias tarifas, las cuales, a partir de este momento, quedan sujetas únicamente a las leyes de oferta y demanda. Sin embargo, una vez elaboradas, se presentan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para su registro y control, debiéndose aplicar desde este momento, estrictamente, sin modificarlas, salvo los casos previamente establecidos en sus propias reglas de aplicación.

Lo anterior demuestra, por una parte, la libertad que en materia tarifaria se ha dado a la radiodifusión y, por otra, hace resaltar una vez más que no se trata de un servicio público.

7.- ASPECTOS MAS SOBRESALIENTES DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.

Entre los puntos mas sobresalientes de la Ley Federal de Radio y Televisión, se pueden citar los siguientes:

- 1.- La función social que se otorga a la radiodifusión de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, procurando a través de sus

transmisiones:

- A.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
 - B.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud;
 - C.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana, y
 - D.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales .
- 2.- Separa las competencias de las Secretarías de Estado.
- 3.- Libertad de las estaciones para fijar sus tarifas, este es uno de los aspectos en que alejándose por completo la nueva Ley del sistema establecido por la de Vías Generales de Comunicación, reconoce que no tratándose de servicios públicos, el Estado no tiene por qué prestar su aprobación tarifaria.
- 4.- Establece, por otra parte la obligación de las estaciones de transmitir hasta por media hora diaria, los programas y materiales que le proporcionen las diversas Dependencias Federales.
- 5.- Además, la Ley Federal de Radio y Televisión crea las escuelas radiofónicas, con lo que se incorporan a los sistemas de enseñanza, estos nuevos instrumentos de la técnica que tanta ayuda pueden significar en el esfuerzo educador de nuestro país.

6.- Por otra parte crea el Consejo Nacional de Radio y Televisión - que es un organismo permanente que depende de la Secretaría de Gobernación y que dicho organismo constituye un cuerpo encargado del estudio de los problemas de la radiodifusión, en el más amplio sentido, para orientar las actividades de las emisoras, elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las - -- transmisiones; servir de órgano de consulta del Ejecutivo Federal y coordinar las actividades y organizar las emisoras que de termine el Estado dentro del horario que tiene derecho a disponer dentro de las estaciones.

Este Consejo tiene como antecedente la Comisión Consultiva de Radiodifusión Comercial que funcionó mas o menos desde la vigencia de la Ley de Vías Generales de Comunicación de 30 de diciembre de 1939, sólo que el nuevo Consejo, por su composición y facultades cumple mas eficazmente con su cometido.

7.- La Ley, por último, simplifica y corrige los antiguos, defectuosos e ilegales sistemas antiguos de inspección.

8.- Finalmente en cuanto al capítulo de infracciones y sanciones, la Ley considera dos categorías de infracciones:

- a) Las de mayor gravedad que configuran verdaderos delitos, pre vistos y castigados por el Código Penal y,
- b) Las infracciones de menor entidad, que se sancionan administra tivamente.

CAPITULO V.

CONCLUSIONES Y PROPOSICIONES

1. Los adelantos científicos logrados en la radiodifusión, han sido ampliamente aprovechados por las modernas técnicas comerciales, notándose, además, en los últimos tiempos, un sensible progreso en la difusión de la cultura.
2. Con las limitaciones que impone el Derecho Internacional, el espacio en que se propagan las ondas electromagnéticas es del dominio directo de la nación, debido a que dicho espacio constituye una vía general de comunicación.
3. La radiodifusión, en nuestro país, se reguló inicialmente en la Ley de Vías Generales de Comunicación y posteriormente con notable progreso en la actual Ley Federal de Radio y Televisión.
4. El Estado Mexicano, ha mostrado a través de sus disposiciones, la preocupación e interés que tiene en el desarrollo de este medio de comunicación.
5. Considero que el mejor sistema de organización y funcionamiento de la radiodifusión, es el mixto; ya que en el coexisten tanto radiodifusoras estatales, cuanto particulares, encontrándose todas ellas sometidas a un adecuado régimen jurídico.

6. La Ley Federal de Radio y Televisión, introduce un concepto preciso de lo que debe entenderse por radiodifusión, haciendo resultar notablemente el aspecto social que debe tener, para lo cual impone algunas disposiciones tendientes a su cabal funcionamiento y desarrollo.
7. La actual Ley Federal de Radio y Televisión, también concede singular importancia a la educación y la cultura, imponiendo a las radiodifusoras la obligación de transmitir programas tendientes a elevar el nivel cultural del pueblo mexicano.
8. En virtud de que los radioescuchas y televidentes en nuestro país, pertenecen a diferentes niveles culturales, es necesario establecer programas adecuados a dichos niveles, es decir, de tipo diferencial, a efecto de que esta industria cumpla con la función social que tiene encomendada, debiéndose en todo caso, este aspecto también debe reglamentarse.
9. Las estaciones culturales, tanto de la Universidad como del Politécnico, deben coordinar su programación, procurando que en todo caso, sus transmisiones resulten complementarias unas de otras, con el objeto de elevar el nivel cultural de los estudiantes y del auditorio en general.

10. El Estado a través de la Secretaría de Gobernación y - directamente mediante el Consejo Nacional de Radio y - Televisión, debe ejercer un mayor control sobre el con-
tenido de la programación, prohibiendo la propagande -
de aquellos artículos nocivos a la salud, así como de
los que crean necesidades superfluas, además de todo -
programa que de cualquier manera deforme la mentalidad
del auditorio, muy en especial de la niñez y la juven-
tud, pues no debe olvidarse el aspecto formativo, edu-
cativo y de sano esparcimiento que debe tener esta in-
dustria.

11. La Ley de Vías Generales de Comunicación, anterior a -
la actual Ley Federal de Radio y Televisión, otorgaba
facultades a la Secretaría de Comunicaciones y Trans-
portes para estructurar las tarifas de las radiodifuso-
ras, a diferencia de la actual Ley, que deja dicha fa-
cultad a las propias difusoras. Considero que esta for-
ma no se ajusta a la naturaleza del propio servicio, de-
bido a que éste puede compararse a otros medios de comu-
nicación similares, en los que la fijación tarifaria es-
tá a cargo del Estado. Por otra parte, dada la natura-
lesa del servicio que requiere la autorización del Esta-
do para su explotación, debe sujetarse también a régi-
men tarifario; característica de los servicios concesio-
nados.

- 12.- En materia fiscal, la política seguida por el Estado Mexicano, consistente en aceptar el pago tributario con tiempo de transmisiones. Estimo que no resulta equitativo, toda vez que las estaciones son de diferente categoría económica, de aquí que las más débiles se encuentren en situación desventajosa, pues — mientras su mercado es reducido y sus ingresos bajos, tienen sin embargo, la misma obligación que las grandes empresas, o sea proporcionar al Estado parte de su tiempo por concepto de pago tributario, en estas condiciones se impone la necesidad de estudiar la posibilidad de establecer un régimen fiscal más equitativo, o sea, que las radiodifusoras no solo paguen — al fisco con servicio, sino también en dinero, mediante tasas diferenciales de acuerdo con la capacidad de cada empresa, elaborándose en ambos casos, la reglamentación respectiva.
- 13.- La Legislación sobre el particular debe propiciar la aplicación de esta industria en los métodos audiovisuales de la enseñanza.
- 14.- Desde el punto de vista cultural principalmente, no — pasa desapercibida la posibilidad de utilizar el beneficio que reportan los satélites artificiales.

- ORDEN DE LAS CITAS -

- 1.- Wolfgang Heller.- "DICCIONARIO DE ECONOMIA POLITICA".- Editorial Labor, S. A., 3a. ed., pp. 145, 146.
- 2.- José Luis Fernández.- "DERECHO DE LA RADIODIFUSION".- Editorial Olympe, 1a. ed., 1960.- pp. 23, 25.
- 3.- Wolfgang Heller.- Op. cit. pp. 357.
- 4.- Wolfgang Heller.- Op. cit. pp. 358.
- 5.- Wolfgang Heller.- Op. cit. pp. 312.
- 6.- Frederic Benham.- "CURSO SUPERIOR DE ECONOMIA".- Fondo de Cultura Económica, México, 1962. pp. 261-268.
- 7.- Andrés Serra Rojas.- "DERECHO ADMINISTRATIVO".- Editorial Porrúa, S. A., 1954, pp. 614.
- 8.- Gabino Fraga.- "DERECHO ADMINISTRATIVO".- Editorial Porrúa, S.A., 1960, pp. 258.
- 9.- Gabino Fraga, op. cit. pp. 259.
- 10.- Wolfgang Heller.- Op. cit. pp. 359.
- 11.- Andrés Serra Rojas.- Op. cit. pp. 122.
- 12.- Gabino Fraga.- Op. cit. pp. 22.
- 13.- Boletín de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística.- México, 1964. pp. 272-273.
- 14.- José Luis Fernández, op. cit. pp. 24-25.
- 15.- Boletín Radiofónico, México, 1963.
- 16.- Boletín Radiofónico, México, 1963.
- 17.- Boletín Radiofónico, México, 1963.
- 18.- José Luis Fernández, op. cit. pp. 44-45.
- 19.- Anuario, Radio Universidad, 1963. pp. 3-4.
- 20.- Anuario, Radio Universidad. 1963. pp. 4-5.
- 21.- Directorio de medios publicitarios mexicanos.- México, 1970. pp. 206-209.

- 22.- Directorio de medios publicitarios mexicanos.- Op. cit. pp. 206.
- 23.- Datos obtenidos directamente del Departamento de Tarifas de Telecomunicaciones de la Dirección General de Tarifas, Maniobras y Servicios Conexos, de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- 24.- Datos obtenidos directamente en la Dirección General de Telecomunicaciones, Depto. de Radiodifusión, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- 25.- Revista "Pensamiento Político".- México, enero de 1970.

- - - - -

- - BIBLIOGRAFIA - -

- 1.- ANUARIO "RADIO UNIVERSIDAD", 1963.- Dirección General de Difusión Cultural.- U.N.A.M.
- 2.- BOLETIN RADIOFONICO, 9a. semana de la Radiodifusión.- México, 1963.
- 3.- BOLETIN RADIOFONICO, 10a. semana de la Radiodifusión.- México, 1964.
- 4.- BOLETIN DE LA SOCIEDAD MEXICANA DE GEOGRAFIA Y ESTADISTICA.- México, 1964.
- 5.- BREVE HISTORIA DE LAS DOCTRINAS ECONOMICAS.- Moisés Gómez Granillo, Editorial Esfinge, S. A., 2a. edición.- México, 1970.
- 6.- CODIGO FISCAL DE LA FEDERACION.- Ed. Porrúa, 12a. edición.- México, D. F., 1965.
- 7.- CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.- Ediciones Andrade.- México, 1965.
- 8.- CURSO SUPERIOR DE ECONOMIA.- Frederic Bauhan.- Fondo de Cultura Económica.- México, 1962.
- 9.- DERECHO ADMINISTRATIVO.- Gabino Fraga.- Editorial Porrúa.- México, 1960.
- 10.- DERECHO ADMINISTRATIVO.- Andrés Serra Rojas.- Editorial Porrúa.- México, D. F., 1960.
- 11.- DERECHO DE LA RADIODIFUSION.- José Luis Fernández.- Editorial - Olympe.- México, 1960.
- 12.- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION.- Fechas de: 10. de julio de 1969; 2, 6, 21 de agosto de 1969 y 9 de abril de 1970.
- 13.- DICCIONARIO DE LA ECONOMIA POLITICA.- Wolfgang Heller.- Editorial Labor, México, 1965.
- 14.- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.- Secretaría de Gobernación.- México, 1960.
- 15.- LEY DE SECRETARIAS Y DEPARTAMENTOS DE ESTADO.- Editorial Liasa, México, 1967.
- 16.- LEY DE VIAS GENERALES DE COMUNICACION.- Ediciones Andrade.- México, 1960.