



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE DERECHO**

**TESIS**

**Que para obtener el título de  
Licenciado en Derecho  
presenta**

**ARMANDO LOERA CHÁVEZ PENICHE**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

ARMANDO LOERA CHÁVEZ PENICHE

**EL PROBLEMA DE LA  
COMUNICACIÓN  
DE  
MASAS**

MÉXICO

1975

A MIS PADRES

A MIS HERMANOS

A ESPERANZA MADERO M.

A LA MEMORIA DE MI ABUELO

DR. VICENTE PENICHE LÓPEZ

A MIS AMIGOS

A los Licenciados

Leandro Azuara Pérez

y Luis Eduardo Feher,

por su dirección y consejos.

A todos mis maestros y en especial

al Lic. Raúl Navarro

al Dr. Alberto Trueba Urbina

al Lic. Jorge Moreno Collado

al Lic. Hugo Rangel Couto

al Dr. Mariano Jiménez Huerta

**Con todo mi respeto y admiración  
al Dr. Víctor Velásquez**

**A mi amigo  
Lic. Juan Velásquez**

*"...Ningún país puede hoy pretender la construcción de una nueva muralla, como la china, y ninguna persona puede aislarse del mundo mediante un foso que circunde su propiedad. Por encima de murallas y fosos, voces e imágenes viajan a la velocidad del sonido y de la luz venciendo los obstáculos de la naturaleza, cruzando sin pasaporte fronteras que las circunstancias o el capricho han impuesto a las naciones".*

**Lic. JACOBO ZABLUDOUSKY**

# C O N T E N I D O

	Pág.
Prólogo.	17
Capítulo I. Historia de la Comunicación.	
Antecedentes. Naturaleza y Función de la Comunicación. Formación y Trascendencia.	21
Capítulo II. Análisis de las Masas.	
Definición de Grupo: Las Muchedumbres. El Auditorio o Público. El Derecho de Reunión en México. Derecho Constitucional Comparado de la Libertad de Reunión.	33
Capítulo III. La Comunicación en los Países Comunistas. La Comunicación en los Países Capitalistas. La Comunicación en los Países Subdesarrollados.	55
Capítulo IV. Análisis de la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento.	71
Conclusiones.	87
Bibliografía.	91

# Prólogo

El trabajo que a continuación presentamos surgió de la inquietud por conocer el fenómeno de la comunicación humana, especialmente a nivel social, ya que éste encierra una vital importancia para la evolución y el comportamiento de cualquier grupo social, puesto que es a partir de la comunicación que los hombres se conocen, se relacionan entre sí y establecen determinados tipos de organización social para su convivencia.

Por lo anterior y considerando la actual crisis que presenta el fenómeno de la comunicación a nivel social en el mundo entero, hemos intentado esbozar una esquemática historia de la comunicación humana con el objeto de deslindar sus orígenes antes de pasar a estudiar los diversos tipos de comunicación colectiva en sistemas sociales diferentes.

Ya esbozada esta premisa, pasaremos a plantear las características básicas de las dos principales formas contemporáneas de organización social: socialista y capitalista. Todo esto con el objeto exclusivo de poder distinguir las diferencias fundamentales que caracterizan ambas formas de comunicación humana.

Por último, hemos querido desembocar este trabajo dentro de la perspectiva del derecho, ya que éste desempeña una labor normativa fundamental en el proceso de la comunicación social y sin considerarla se estaría hablando de la

comunicación a nivel abstracto puesto que no abarcarían los acuerdos o convencionalismos legales, existentes en toda sociedad para determinar macrosocialmente las relaciones humanas.

Por tales circunstancias y teniendo en cuenta que este es un estudio cuyo objeto es relacionar el proceso de la comunicación humana con el derecho, hemos desarrollado como última parte la función que desempeña el derecho dentro de la comunicación colectiva en México.

La principal dificultad con la que hemos tropezado al realizar este trabajo, es que a pesar de la importancia de este tema, pocos son en realidad los estudios sobre el mismo, por esta razón nuestra tesis se ha desarrollado en forma sumamente sencilla y con las deficiencias que caracterizan a toda investigación que se basa fundamentalmente en fuentes secundarias, ya que los dos aspectos que tratamos (comunicación y derecho), sólo en el caso del derecho hemos recurrido a las fuentes primarias.

## Capítulo I

**Historia de la Comunicación.  
Antecedentes.**

**Naturaleza y Función.**

**Formación y Trascendencia.**

Es importante en el presente estudio el hacer mención al tema histórico y ver cómo y por qué del avance en los medios de comunicación de masas; así, pues, hago referencia a continuación de una cita que encontré en el libro del maestro González Pedrero, en la cual, con sólo ver la evolución del uso de una palabra, uno puede darse cuenta perfectamente del avance tan grande que, como reflejo de la necesidad, han tenido y seguirán teniendo los medios de comunicación de masas. Este gran adelanto puede atribuirse en gran parte a dos factores: el primero de ellos, es el crecimiento demográfico en el cual el hombre se vio obligado a descubrir medios mejores para así poderse comunicar con esa gran masa humana que a medida del tiempo ha venido creciendo en forma acelerada; el segundo de estos factores, y que tiene que ver en mucho con el interés en descubrir medios mejores de comunicarse, es el de la electricidad; mi objetivo no es el de profundizar en lo que es el uso de ésta, pero sí el que quede claro la influencia que ha proyectado en los medios masivos de comunicación.

La palabra comunicación, antes de aplicarse en la edad de la electricidad al movimiento de la información, había sido ampliamente utilizada en relación con las vías terrestres y marítimas, los puentes, los ríos y los canales. Quizá no hay mejor medio de definir la época de la electricidad que viendo cómo la idea de comunicación se ha aplicado, en los comien-

zos, al transporte, para enseguida aplicarse, por la electricidad, a la información.<sup>1</sup>

Para poder apreciar la importancia del concepto de sociedad de masas en el estudio de las nuevas formas de comunicación social, es necesario examinar más detenidamente las influencias intelectuales y las circunstancias históricas que les dieron origen. Las supuestas actividades y teorías en las que se basa el análisis de una amplia gama de fenómenos masivos han afectado también las opiniones acerca de los medios de comunicación de masas más recientes (cine, radio y televisión); tres conceptos en particular — “Sociedad de Masas”, “Cultura de Masas” y “Conducta de Masas”— proporcionan la clave de una serie de conceptos inter-relacionados referentes a la sociedad moderna.

El término común a cada uno de estos tres conceptos, la palabra “Masas”, a pesar de su empleo tan difundido en la bibliografía sociológica, carece de un significado preciso y sólo resulta inteligible cuando se le utiliza en un contexto específico y se le relaciona con determinados tipos de conducta, instituciones y estructuras.

El concepto plenamente desarrollado de “Sociedad de Masas”, corriente en nuestros días, ha heredado algo de sus primitivas asociaciones. Kornhauser (1960), emplea en sus trabajos el término “Sociedad de Masas”, para referirse a un estado en el cual las instituciones democráticas se hallan amenazadas y el totalitarismo es incipiente.

En sus análisis más precisos, Daniel Bell (1961, p. 21-22), formula tres postulados básicos acerca de la “Teoría de la

---

<sup>1</sup> Enrique González Pedrero, *Los Medios de Comunicación de Masas en México*, Editado por la UNAM, 1972, p. 5.

Sociedad de Masas": a pesar de la mayor interdependencia producida por la división del trabajo, los hombres se encuentran más alejados los unos de los otros, y los lazos familiares y comunitarios se debilitan; la autoridad de las élites cultas y de los líderes espirituales se ha desgastado, y ese proceso se ha producido paralelamente con la decadencia de la fe religiosa tradicional, en una sociedad dominada por la búsqueda de status y por la ansiedad; es necesario buscar nuevos líderes y creencias.

Sin embargo, se ha objetado que en realidad no ha sido formulada ninguna teoría acerca de la Sociedad de Masas y que Bell se ha limitado a reunir una serie de elementos dispersos para construir una teoría. En efecto, las teorías referentes a la Sociedad de Masas han suscitado siempre una encarnizada polémica entre sus creadores y sus críticos, y esto a su vez ha originado ciertas consecuencias para el estudio de las Comunicaciones Masivas. Sin embargo, el análisis de períodos muy lejanos en la Historia de la Sociología se relaciona con muchas de sus inquietudes fundamentales. La más importante de éstas es la ya antigua preocupación sobre las consecuencias de la industrialización y la urbanización, del desmoronamiento de las comunidades organizadas y seguras a causa de las presiones ocasionadas por el crecimiento demográfico y el rápido cambio social. Las fábricas y la ciudad reemplazaron a la comunidad agrícola como lugar de trabajo y de vida para el hombre occidental del siglo XIX, y las instituciones que habían regulado las relaciones sociales se vieron expuestas a agudas tensiones.

En realidad, la teoría de la Sociedad de Masas se ha ocupado sobre todo de las consecuencias políticas de esas tendencias.

A causa de la decadencia de las formas tradicionales de autoridad y de la existencia de gran cantidad de individuos que carecen de vínculos sólidos y lealtades, han surgido nuevas posibilidades de explotación.

Según Kornhauser, la misma presencia de gran número de individuos, apenas organizados y unificados, requiere los esfuerzos de líderes capaces de manejarlos y movilizarlos. Mills ha señalado una tendencia al deterioro de la democracia en los Estados Unidos, a medida que se desarrollaban nuevos centros de poder económico y político.

En el estudio histórico de las formas de comunicación, han intervenido infinidad de veces fenómenos que han venido a echar por tierra tesis que se creían eran irrefutables, han afectado incluso los medios de comunicación más recientes.

Refiriéndonos al uso que se le puede dar a la palabra "Masa", aun cuando ésta sea usada en los libros de sociología, los grandes estudiosos de la materia no se han puesto de acuerdo en ella, sino sólo cuando hacen referencia a una redacción de temas muy generales, como por ejemplo a "Tipos de Comportamientos Humanos".

Los sociólogos han venido observando que a pesar de la gran dependencia que los hombres tienen entre sí, por ser éstos animales sociables por naturaleza, han ido perdiendo ciertas bases de unión que tenían muy arraigadas en otras épocas y que a medida que pasa el tiempo se han vuelto menos fuertes. Podemos poner como ejemplos clásicos la familia y la religión, los dos casos anteriores en otra época eran ideas muy tradicionales. Estoy de acuerdo en que las consecuencias de la creciente industrialización y la rápida

urbanización vienen a crear consigo el problema de falta de comunicación en las cada vez más grandes ciudades.

Este problema tiene su principio en el siglo XIX cuando la gente del campo descubre las facilidades que ofrece la ciudad y empieza a emigrar a ella. A este problema se adhiere el político, pues se van a requerir individuos con mayor preparación en los gobiernos para poder canalizar y organizar a esas grandes urbes.

## Cultura de Masas

El concepto de cultura de masas se refiere a toda una serie de actividades y objetos, tales como los entretenimientos, los espectáculos, la música, los libros, las películas; sin embargo, se le ha identificado con el sentido típico de los medios masivos de comunicación y en especial con el material espectacular de entretenimiento y ficción que proporcionan.

La "Cultura de Masas" se distingue por dos características fundamentales: amplia popularidad y un especial atractivo para las clases trabajadoras en las sociedades industriales y la producción y difusión masivas; igual importancia podrá otorgarse quizá a una tercera característica: su diferencia con respecto a la cultura de la élite educada, puesto que son las normas de esta última las que se aplican a la literatura, la música y las artes visuales a fin de distinguirla de la cultura de masas.

Esta distinción es producto de los factores que dieron origen a la teoría de la Sociedad de Masas.

Aun antes de que surgieran los medios masivos de comunicación se hablaba de los deplorables efectos que la industrialización, comercialización y popularización ejercen sobre la cultura; y la cultura ha sido criticada desde diversos puntos de vista: estético, moral, político y psicológico.

Durante el siglo XIX, Carlyle, Arnold, Ruskin y William Morris contribuyeron a sentar las bases de muchas actitudes corrientes hacia los medios masivos. En Estados Unidos, los críticos de la Cultura de Masas han sido, en todo caso, más francos; en parte quizá tienden a asumir y reivindicar los valores democráticos. La colección de artículos que Rosenberg y White (1957) editaron con el título de *Cultura de Masas* constituye una adecuada síntesis de los cargos formulados contra la cultura de masas.

Coincidiendo con la idea de que se identifique a los espectáculos, la música, los libros, las películas y a ciertas formas de entretenimiento con los medios masivos de comunicación, pues es por medio de éstos como se va a formar o a influir el criterio del público, pues llevan consigo siempre una forma de analizar o de ver las cosas. Éstos a su vez pueden ser dirigidos hacia diferentes clases o grupos de personas de acuerdo a su nivel intelectual; también pueden llevar el interés especial de dirigirse a grupos mayoritarios o a agrupaciones de mayor interés en cuanto a número se refiere.

## Conducta de Masas

Es de suma importancia el observar y estudiar el comportamiento de las diferentes agrupaciones de personas, y el saber

cuáles son sus diferentes características, como las da a continuación el sociólogo Blumer, en el libro de Denis McQuail.

El estudio del comportamiento colectivo, de la cual la conducta de masas se considera un tipo particular, ha ejercido ciertos efectos sobre la sociología de la comunicación masiva; es el acento en los elementos destructivos y malsanos en la teoría de la conducta de masas, lo que surge con mayor claridad.

Blumer distingue tres tipos de colectividades: el público, el cual consiste en un grupo de personas que se nuclean de manera espontánea alrededor de una discusión acerca de algún acontecimiento público, y llegan a una decisión colectiva; la masa, carece de algunos rasgos importantes que caracterizan a una sociedad, tales como una organización social establecida, una estructura, un liderazgo reconocido y un sistema de normas, actúan de acuerdo con los impulsos que surgen; con la muchedumbre ocurre lo mismo.<sup>2</sup>

## Importancia y Naturaleza de la Comunicación

La importancia de la comunicación en el estudio de los procesos sociales sería difícil subrayarla demasiado, debido a que la comunicación es el medio por el cual una persona

---

<sup>2</sup> Denis McQuail, *Sociología de los Medios Masivos de Comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1970, pp. 33 y 55.

influye sobre otra y es, a su vez, influida por ella, se convierte en el portador real del proceso social. Hace posible la interacción. A través de ella los hombres se convierten y se conservan como seres sociales. Sin ella los hombres no podrían unirse, emprender obras en cooperativa, ni impulsar su dominio del mundo físico. Como los inventos y descubrimientos casi siempre dependen de la acumulación de la comunicación de información y de un desarrollo gradual de los conceptos transmitidos de una generación a la siguiente, sin comunicación sólo habrían podido lograrse los inventos más elementales y los procesos de pensamiento más rudimentarios.

Imagine el lector, si le es posible, cómo se sentiría si repentinamente quedara aislado de toda comunicación con sus semejantes, la suya sería una vida completamente solitaria, puesto que es sólo a través de la comunicación que puede establecer y mantener contactos con otros individuos. Ningún mensaje de ninguna especie le llegaría. No tendría ningún sentimiento de pertenencia, de que forma parte de un grupo. No podría tener la emoción de la vida en la comunidad, ni podría, en ninguna situación, obtener ayuda, no podría servir ni ser servido, es muy probable que en poco tiempo no pudiera ni siquiera continuar existiendo.<sup>3</sup>

Es realmente difícil el poder dar una descripción más amplia de la importancia y trascendencia de la comunicación de la que nos ofrece el señor Denis McQuail.

En ella lleva la inmensa necesidad que el hombre tiene de vivir en sociedad y dentro de ella el comunicarse con sus

---

<sup>3</sup> Charles S. Steinberg, A. William Bluem, *Los Medios de Comunicación Social*, Editorial Roble, S. A., México, 1966, pp. 8 y 55.

semejantes. El ejemplo que nos da es sumamente claro y fácil de valorar. El de en un momento quedarse totalmente solo, sin poderse comunicar con nadie, sin poder tomar las experiencias de alguna otra persona, sin poder ser ayudado, es muy factible que esa persona dejara de existir.

## Capítulo II

**Análisis de las Masas.**

**Definición de Grupo:**

**Las Muchedumbres.**

**El Auditorio o Público.**

**El Derecho de Reunión  
en México.**

**Derecho Constitucional**

**Comparado de la**

**Libertad de Reunión.**

Hay un hecho que, para bien o para mal, es el más importante en la vida pública europea de la hora presente.

El hecho es el advenimiento de las masas al pleno poderío social; como las masas, por definición, no pueden ni deben dirigir su propia existencia, y menos regentear la sociedad, quiere decir, que Europa sufre ahora la más grave crisis que a pueblos, naciones, culturas, cabe padecer. Esta crisis ha sobrevenido más de una vez en la historia. Su fisonomía y sus consecuencias son conocidas. También se conoce su nombre, se llama "La Rebelión de las Masas".

Para la inteligencia del formidable hecho conviene que se evite dar desde luego a las palabras "Rebelión", "Masas", "Poderío Social", etc., un significado exclusivo o primariamente político. La vida pública no es sólo política, sino a la par y aun antes intelectual, moral, económica, religiosa, comprende los usos todos colectivos e incluye el modo de vestir y el modo de gozar. Tal vez la mejor manera de acercarse a este fenómeno histórico consista en referirnos a una experiencia visual, subrayando una fracción de nuestra época que es visible con los ojos de la cara.

Sencilísima de enumerar aunque no de analizar, yo la denomino el hecho de la aglomeración, del "lleno". Las ciudades están llenas de gente, las casas llenas de inquilinos, los hoteles llenos de huéspedes, los trenes llenos de viajeros,

los cafés llenos de consumidores, los paseos llenos de transeúntes, las salas de los médicos famosos llenos de enfermos, los espectáculos, como no sean muy extemporáneos, llenos de espectadores. Lo que antes no solía ser problema empieza a serlo casi de continuo: encontrar sitio.

Nada más. ¿Cabe hecho más simple, más notorio, más constante en la vida actual? Vemos la muchedumbre, como tal, posesionada de los locales y utensilios creados por la civilización. Apenas reflexionamos un poco nos sorprendemos de nuestra sorpresa. Pues qué, ¿no es ideal?, el teatro tiene sus localidades para que se ocupen, por lo tanto para que la sala esté llena, y lo mismo los ferrocarriles y los hoteles; pero el hecho es que antes ninguno de estos establecimientos y vehículos solían estar llenos, y ahora rebosan, queda fuera gente afanosa de usufructuarlos, ha habido un cambio, una innovación, la cual justifica, por lo menos en el primer momento, nuestra sorpresa.

Ahora, de pronto, aparecen bajo la especie de aglomeración, y nuestros ojos ven dondequiera muchedumbres. Las muchedumbres, de pronto, se han hecho visibles, se han instalado en los lugares preferentes de la sociedad. Antes, si existía, pasaba inadvertida, ocupaba el fondo del escenario social; ahora se ha adelantado a las baterías, es ella el personaje principal.

Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo en bien o en mal, por razones especiales, sino que se siente como todo el mundo y, sin embargo, no se angustia, se siente a sabor al sentirse idéntico a los demás. Imagínese un hombre humilde que al intentar valorarse por razones especiales, al preguntarse si tiene talento para esto o el otro, si sobresale en algún orden, advierte que no tiene ninguna cualidad excelente, este -

hombre se sentirá mediocre y vulgar, mal dotado; pero no se sentirá *masa*.<sup>1</sup>

El maestro Ortega y Gasset nos dice en su estudio de la rebelión de las masas que hay un hecho muy importante en la vida pública europea, y este hecho es el que las masas están teniendo importancia y poderío social.

Esto que analiza el maestro Ortega y Gasset es un problema de importancia general y no sólo para Europa, pues pienso que el problema ha venido a multiplicarse especialmente en los países de Latinoamérica, pues es ahí donde el problema demográfico ha tenido su mayor efervescencia.

El problema al que se está enfrentando la humanidad, "el del lleno", es un problema reflejo del creciente demográfico.

Hay la pregunta: ¿Qué no es ideal que todos los locales, establecimientos, medios de transportes, estén llenos? Y la respuesta es que sí, es ideal que todos esos lugares estén llenos; pero nos podemos hacer otra pregunta: ¿Por qué no lo estaban ha tan sólo unas décadas? Y esta última pregunta es la que nos puede dar la pauta del problema.

Es que la humanidad, después de haber padecido la última Guerra Mundial, se ha multiplicado en una forma sin planeación. Pero este problema, el del "lleno", no ha llegado a su punto más crítico, pues de continuar ese rápido crecimiento podría ser de tal magnitud que sería imposible el darle una solución pacífica.

---

<sup>1</sup> José Ortega y Gasset, *La Rebelión de las Masas*, Espasa-Calpe, S. A., Madrid, 1937, pp. 37 y 55.

Este dilema nos conduce irremediabilmente al de los bienes de primera necesidad (alimentos).

Pues ya no analicemos el de los "servicios", pues éste quedaría relegado a un segundo plano. Si ya en la actualidad nos encontramos con una crisis agigantada de alimentación para esa gran cantidad de personas, que se están viendo en la necesidad de consumir de una manera irracional los bienes no renovables. Ha llegado el momento en que los dirigentes de esas grandes masas se preparen para afrontar el problema con valentía y encarar un futuro que promete, de continuar esa creciente demográfica, ser muy catastrófico.

Es importante el tener una definición de lo que es grupo, tomando en cuenta que es un estudio de la comunicación de masas, y el grupo es una parte primordial en las masas, y qué mejor que la ofrecida por el sociólogo Small.

Una definición del término grupo, que suple su falta de precisión con su agudo realismo, nos fue ofrecida setenta años atrás por uno de los fundadores de la sociología americana, Albion W. Small, quien escribe: "El término *grupo* es una designación sociológica conveniente para indicar cualquier número de personas, grande o pequeño, entre las cuales se han establecido tales relaciones que sólo se puede imaginar a aquéllas como un conjunto... un número de personas cuyas relaciones mutuas son tan importantes como para que demanden nuestra atención".<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Albion W. Small, *General Sociology*, University of Chicago, 1905, p. 495.

## El Grupo Primario

En el grupo primario los miembros se hallan ligados unos a otros por lazos emocionales, cálidos, íntimos y personales; poseen una solidaridad inconsciente basada más en los sentimientos que en el cálculo. Tales grupos pertenecen generalmente a la clase de grupo pequeño, de contacto directo, espontáneos en su conducta interpersonal y orientados, aunque no necesariamente, hacia fines mutuos o comunes. Los grupos de amigos, la pandilla, y especialmente la familia se encuentran entre los ejemplos de grupos primarios más citados.

A este grupo primario no nos es muy difícil el poderlo comprender, pues en alguna época de nuestra vida hemos estado catalogados dentro de él. Todos nos hemos sentido identificados hacia un grupo de amigos o hacia instituciones de las que hemos sido parte, puedo citar el ejemplo de la Universidad Autónoma de México (nuestra Universidad) que a pesar de que todos estamos en una constante competencia, ya sea intelectual o deportivamente, nos sentimos parte de una familia en que todos colaboramos de una u otra forma.

El concepto de grupo primario recibió su formulación clásica en los escritos del sociólogo americano Charles H. Cooley, quien, en algunos de los pasajes más conocidos de su obra *Social Organization*, dice lo siguiente: llamo grupos primarios a aquellos caracterizados por asociación y cooperación íntimas y cara a cara. Son primarios en varios sentidos, pero principalmente porque son fundamentales en la formación de la naturaleza social y de los ideales de los individuos. El resultado de la asociación íntima es, psicológicamente, la

fusión de los distintos individuos en un todo común, de manera tal que, cada ser, por lo menos para muchos objetivos, constituye él mismo la vida común y el objetivo del grupo. Quizás el medio más simple para describir este todo común, es decir que constituye un "nosotros". Se vive con el sentimiento de esa totalidad y se encuentra la orientación principal de la voluntad en ese mismo sentimiento.

No debe suponerse que la unidad del grupo primario descansa meramente en la armonía y en el amor. Constituye siempre una unidad diferenciada y generalmente competitiva, que admite la autoafirmación y las pasiones propias de tal diferenciación, pero estas pasiones se hallan socializadas por la simpatía, y se subordinan o tienden a subordinarse a un espíritu común. El individuo podrá mostrarse ambicioso, pero el objeto máximo de su ambición lo constituirá cierto deseo de ocupar un lugar en la mente de los demás, y él se sentirá ideal a las normas comunes de ayuda mutua y de juego limpio.

Los grupos primarios son primarios en el sentido de que ofrecen al individuo su primera y más completa experiencia de la unidad social, y también en el sentido de que no cambian en el mismo grado que relaciones más complicadas, sino que constituyen una fuente permanente de la cual las otras surgen continuamente.

Estos grupos no son, pues, manantial de vida sólo para el individuo, sino también para las instituciones sociales. Se hallan modelados sólo en parte por tradiciones especiales y, en gran medida, son expresión de una naturaleza universal. La religión o el gobierno de otras civilizaciones podrán parecerse extraños, pero el grupo de niños o la familia están

impregnados de vida común, y podemos familiarizarnos fácilmente con ellos.<sup>3</sup>

Estos grupos primarios han ofrecido a todos el inicio del sentimiento de una vida en sociedad, en este grupo el individuo no se complica, sino, al contrario, facilita la convivencia con los seres que lo rodean en estos grupos.

Se empieza a tener un ego, al tratar de impactar en la mente de sus compañeros, también en su característica de juego limpio, es porque en estos grupos la persona no actúa con dolo, pues tiene muy arraigada la idea de compañerismo.

## Grupo Secundario

Las características del grupo secundario son opuestas y en cierto modo complementarias de las del grupo primario. Las relaciones entre los miembros son "frías", impersonales, racionales, contractuales y formales. Los individuos participan no como personalidades totales, sino sólo con relación a capacidades especiales y delimitadas; el grupo no es un fin en sí mismo, sino un medio para otros fines. Los grupos secundarios son típicamente más numerosos, y los miembros tienen entre ellos sólo contactos intermitentes, a menudo indirectamente a través de los medios gráficos más bien que de medios orales. Los ejemplos se extienden desde las asociaciones pro-

---

<sup>3</sup> Charles H. Cooley, *Social Organization*, Charles Scribner's Sons, Nueva York, 1909, pp. 23-24 y 26-28.

fesionales, pasando por las grandes corporaciones burocráticas, hasta el estado nacional mismo.<sup>4</sup>

Este último grupo nos muestra una conducta más interesada, en la que se pierde en mucho la idea fija de juego limpio y el sentimiento de compañerismo.

Esa constante relación que se tenía en el primer grupo, se viene a perder en este segundo, pues la relación que se tiene es tan sólo indirecta, el número tan grande que compone a los grupos secundarios hace imposible el conocimiento de formas de pensar entre unos y otros de sus componentes. Estas grandes diferencias son a mi parecer las que justifican la división en dos grandes grupos.

Este último grupo nos muestra una conducta más interesada, en la que se pierde en mucho la idea fija de juego limpio y el sentimiento de compañerismo.

Esa constante relación que se tenía en el primer grupo, se viene a perder en este segundo, pues la relación que se tiene es tan sólo indirecta; el número tan grande que compone a los grupos secundarios hace imposible el conocimiento de formas de pensar entre unos y otros de sus componentes. Estas grandes diferencias son a mi parecer las que justifican la división en dos grandes grupos.

---

<sup>4</sup> M. S. Olmsted, *El Pequeño Grupo*, Biblioteca del Hombre Contemporáneo, 1972, pp. 11 a 16.

## Las Muchedumbres

Las muchedumbres son agrupamientos de personas que se reúnen en un lugar, pero no con la intención de reunirse por un fin determinado en el cual ellos vayan a ser los protagonistas.

Existen dos tipos de muchedumbres: a) Muchedumbres pacíficas y b) Muchedumbres turbulentas.

La diferencia es que mientras las primeras acuden a un lugar en el cual cada una de las personas reunidas hacen sin percances lo que las llevó a ese sitio; las turbulentas, pueden ser de igual número, de igual clase social, e incluso reunirse en el mismo lugar, y por tal o cual motivo desarrollan un sentimiento de inconformidad y protesta sin tener un freno contra aquello que los provocó.

Es el más transitorio y el más inestable de todos los grupos sociales no organizados. Con esta palabra se cubren varios tipos de fenómenos sociales que caen todos ellos dentro del concepto de muchedumbre.

En el sentido lato, entiéndese por muchedumbre el hecho de la reunión o congregación transitoria e inestable de una considerable pluralidad de sujetos humanos en un lugar, en el cual, por virtud de ese coincidir en un cierto sitio, se desarrollan fenómenos de interacción y algunas formas comunes de comportamiento, sin que formen ninguna unidad colectiva.

La muchedumbre turbulenta se halla constituida por fenómenos de carácter colectivo, producidas en reuniones de

seres humanos. Pero la índole de los fenómenos integrantes de las muchedumbres turbulentas apenas tiene nada que ver con los caracteres esenciales de lo propiamente humano; tanto es así, que para explicar los fenómenos de las muchedumbres turbulentas, se acude casi siempre a la comparación con procesos y ejemplos tomados del campo de la psicología animal, verbigracia, las reacciones del rebaño ante un peligro. Desde antiguo se han hecho observaciones sobre la conducta arbitraria, irracional y violenta de las multitudes desenfrenadas, que se comportan como salvajes apasionados.

Una muchedumbre pacífica puede tornarse activa y turbulenta, en virtud de un incidente o episodio, que determina una especial concentración de la atención sobre un hecho y, a la vez, una actitud emocional y una predisposición para la acción. Por ejemplo, hay una multitud de gentes a la entrada de un teatro aguardando que se abra la taquilla a la hora comunicada, para comprar los boletos correspondientes a la segunda sesión; y cuando es la hora señalada, sale un empleado de la empresa, manifestando que no hay boletos, por que la sala está llena con público de la primera sesión, el cual, por no haberla presenciado totalmente, tiene derecho a permanecer en la sala durante parte de la segunda función, y esta noticia produce en la muchedumbre que está esperando una concentración de la atención hacia tal hecho, así como una emoción de disgusto y una actitud de protesta. En estos casos suele surgir la intervención de uno o varios conductores o líderes, el cual provoca ya directamente la actuación turbulenta, excitada, de la multitud y le imprime una determinada orientación.

Al líder o a los líderes, si su excitativa resulta eficaz, les suele seguir una parte de la muchedumbre, antes congregada pacíficamente.

El tipo de fenómeno más característico en la formación de una muchedumbre turbulenta es el hecho de una interes-  
timulación e interacción en los sujetos que la componen.

Después de leer los párrafos anteriores que fueron extraí-  
dos del libro de sociología del maestro Recassens Siches,  
podemos llegar al siguiente razonamiento sobre las muche-  
dumbres turbulentas:

- 1) De que éstas no actúan premeditadamente sino por el sentimiento de haber sido victimadas.
- 2) En éstas desaparece el comportamiento racional habitual de esas personas, y hace aparición un comporta-  
miento primitivo.
- 3) También desaparecen las diferencias sociales, pues éstos se unen a un mismo sentimiento olvidando las distintas esferas sociales a las que pertenecen.
- 4) La unidad que éstas tienen dura por poco tiempo; éstas actúan no por un problema pasado o por algo que vaya a ocurrir en un futuro, sino por algo que les ha ocurrido inesperadamente.
- 5) Cuando el ánimo de estas muchedumbres está en efer-  
vescencia suele surgir un líder el cual guiará la con-  
ducta de éstas.
- 6) Una vez que los ánimos de éstas se hayan calmado, cada uno tomará su camino, y el sentimiento de unidad desaparecerá.

## El Auditorio o Público

Desde mi punto de vista el auditorio o público lo constituyen un grupo de personas que se nuclean en un determinado lugar con el propósito de ser testigos de un acontecimiento, éstos van a actuar como receptores de aquello a que se va a dar lugar, al terminar dicho evento, ellos llevaban en su mente una idea de lo que se les quiso mostrar y decírseles en ese lugar.

Constituye un caso especial de muchedumbre pacífica, con caracteres especiales. Está circunscrito en un determinado lugar, cerrado o abierto, pero elegido de antemano para la realización del acto de que se trate. Cada uno de los componentes del auditorio están y han ido allá deliberadamente.

Los componentes del auditorio no están organizados entre sí, pero están sujetos a cierto orden, se subordinan a la organización del acto al cual concurren.

No es el auditorio el que está organizado como tal, sino el espectáculo al que acuden sus miembros.

Los integrantes del auditorio no desempeñan ninguna función grupal diferenciada ni tienen jefe, ni actúan con el propósito de realizar un fin de conjunto.

Pero los miembros del auditorio cumplen con los requisitos fijados para obtener su admiración, penetran en el recinto ordenadamente, aceptando la organización material, momentáneamente, impuesta por un grupo extraño: la empresa.

Mendieta y Núñez, señala las siguientes características del auditorio:<sup>5</sup>

- a) Está constituido por un número determinado de personas (se puede saber por estadística).
- b) Adquiere la apariencia objetiva de un conjunto perfectamente delimitado.
- c) Es un conjunto ordenado.
- d) El individuo que forma parte de un auditorio, en vez de sentirse despersonalizado, en el seno de una muchedumbre anónima, sin responsabilidad y sin frenos, tan sólo se siente hasta cierto punto cohibido por la presencia de los otros circunstantes que ejercen sobre él una coacción social, presionándole para que guarde alguna compostura.
- e) Los individuos que forman parte de un auditorio concuerdan en un propósito semejante, es decir, en sentir un interés por el acto que van a presenciar.
- f) El auditorio es un excelente medio conductor de emociones, pero canalizadas por la interacción de los circunstantes.
- g) Entre los actores del espectáculo y el auditorio se establece una corriente recíproca de acciones y reacciones psicológicas. En una presentación dramática o artística, los artistas suscitan emociones en el auditorio y emociones de éste a su vez, re-obran en los artistas exaltando sus facultades.

---

5 Lucio Mendieta y Núñez, *Ver ob. cit.* en la p. 23.

- h) A cada espectáculo o acto corresponden características específicas en el auditorio, tanto en lo que se refiere a la composición de éste, tanto en lo que atañe a su comportamiento. Así son diversos los auditorios o públicos, los de una conferencia académica, un espectáculo teatral de alta calidad, una función de circo, una corrida de toros, o un partido de fútbol.

Pienso que el maestro Mendieta y Núñez hace una clara exposición de las características del auditorio, pero yo agregaría un inciso más entre los anteriores, y es el de que el auditorio en un momento dado, impulsado por un repudio a lo que está presenciando se puede tornar en una muchedumbre violenta, con todas y cada una de las características que con anterioridad he expuesto de éstas.

Los públicos de ciertos actos, por ejemplo, de juegos deportivos, corridas de toros y actos de propaganda política, tienen la tendencia a convertirse ocasionalmente en muchedumbres turbulentas, aunque muchas veces no se actualice tal tendencia.<sup>6</sup>

## El Derecho de Reunión en México

Para que exista la reunión, pienso que se requieren los siguientes elementos:

- a) Un espacio físico ocupado por individuos.

---

<sup>6</sup> Luis Recasséns Siches, *Sociología*, Editorial Porrúa, S. A., 1956, p. 437 y ss.

- b) Corta duración.
- c) Espontaneidad.
- d) Desconocimiento del dato numérico de las personas que la integran, pudiendo aumentar o disminuir constantemente.

Y éstas las podemos dividir en públicas y privadas. Será privada:

- 1) Que se realice en un domicilio particular.
- 2) Generalmente no hay orden en las deliberaciones, ni un órgano que las presida.

Será pública:

- 1) Que tenga un carácter público.
- 2) Que generalmente exista un orden en las deliberaciones, y los organizadores asuman funciones directivas.

Y a su vez éstas se subdividen en:

*Manifestaciones.* Esta reunión es en marcha; la ocupación por la multitud de las calles, plazas marcadas en el itinerario.

*Reuniones al aire libre.* Ocupación de un lugar en donde no se interrumpe el libre tránsito de los no concurrentes a la reunión.

*Mitin.* La reunión no tiene otra función que adherirse a los discursos aplaudiéndolos o repudiándolos.

*Reunión en la vía pública.* Aglomeraciones de personas en un sitio público destinado a la circulación.

**DERECHO DE REUNIÓN.** Es la posibilidad legal de que las personas se agrupen en un lugar para cualquier fin.

La primera Constitución que se esbozó en el país, la de Apatzingán, nada dijo a propósito del derecho de reunión, de modo que dejó subsistente la prohibición consignada en la Constitución española de 1812.

El acta constitutiva y nuestra primera Constitución federal, y las siete leyes constitucionales del centralismo, tampoco hicieron innovaciones a las leyes anteriores.

En las bases orgánicas nada se dijo acerca del derecho de reunión.

La primera disposición relativa al derecho de reunión que se dictó en México aunque de origen administrativo, es obra del maestro don Crescencio Rejón. Siendo ministro de Relaciones Interiores y Exteriores, escribió la circular del 10 de Septiembre de 1846 que dada su importancia transcribo a continuación:

“Que considerando las ventajas que pueden proporcionar las públicas discusiones en las difíciles circunstancias en que se halla la nación (conflicto bélico México-Norteamericano) porque por ese medio puede hacerse cargo de los peligros que la rodean; acertar con el remedio de los males que la aquejan y desplegar para constituirse y salvarse, la energía propia de los pueblos libres, he venido en decretar lo siguiente: Los mexicanos que en adelante quieran reunirse pacíficamente en algún sitio público para discutir sobre las mejoras que a su juicio deban hacerse en las instituciones del país; modo de salvarlo en la presente guerra con los Estados Unidos; dirigir peticiones respetuosas a las autoridades, o cooperar a su mutua ilustración, podrá libremente hacerlo, sin necesidad para ello de previo permiso de ningún funcionario público”.

El acta de reformas convirtió el derecho de reunión en un derecho político y exclusivo de los ciudadanos mexicanos al decir lo siguiente:

“Es derecho de los ciudadanos mexicanos... reunirse para discutir los negocios públicos”.

En la Constitución Mexicana de 1857 encontramos reglamentado el derecho de reunión en su artículo noveno que dice:

Art. 9. —“A nadie se le puede coartar el derecho de asociarse o de reunirse pacíficamente con cualquier objeto lícito; pero solamente los ciudadanos de la república podrán hacerlo para tomar parte en los asuntos políticos del país. Ninguna reunión armada tiene derecho a deliberar”.

En la Constitución vigente, el derecho de reunión se encuentra consignado en el artículo noveno. El primer párrafo es igual al relativo de la Constitución del 57, pero se le adicionó una segunda parte, quedando como sigue:

Art. 9. —“No se podrá coartar el derecho de asociarse o de reunirse pacíficamente con cualquier objeto lícito, pero solamente los ciudadanos de la república podrán hacerlo para tomar parte en los asuntos políticos del país. Ninguna reunión armada tiene derecho a deliberar. No se considera ilegal y no podrá ser disuelta, una asamblea o reunión que tenga por objeto hacer una petición a una autoridad o prestar una protesta por algún acto, si no se profieren injurias contra ella, ni se hiciere uso de violencia o amenazas para intimidarla u obligarla a resolver en el sentido que se desee”.

La disposición de inaceptable legalidad, que pretende reglamentar el derecho de reunión, es un acuerdo publicado

en el Diario Oficial del 11 de Noviembre de 1929, y que se refiere a las reglas a que deberá sujetarse la celebración de manifestaciones, mítines u otros actos públicos.

## **Derecho Constitucional Comparado Acerca de la Libertad de Reunión**

La mayoría de las constituciones no presentan muchas variaciones sobre esta libertad, garantizan el derecho de reunirse pacíficamente y sin armas, a condición de no turbar el orden público, regulando su ejercicio por una ley.

En muchas constituciones no aparece establecido que esta libertad se ejercerá sin permiso previo, como por ejemplo: las de Checoslovaquia, Estonia, España, Grecia, Irlanda, Lituania, Polonia, Yugoslavia, Albania, China, Perú, Honduras y Venezuela.

Las constituciones de Finlandia, Polonia, Portugal y China no establecen la prohibición de llevar armas a la reunión.

Las constituciones de Honduras, Venezuela y México no establecen la regulación del ejercicio de este derecho por una ley.

Algunas constituciones diferencian las reuniones públicas de las privadas con el objeto de imponerles a las privadas ciertas restricciones.

Las constituciones de Egipto y Haití limitan en tal forma las reuniones públicas, que su garantía resulta ilusoria.

Existen constituciones que no completan en forma expresa este derecho, como ejemplo podemos citar la Constitución de Afganistán:<sup>7</sup>

El derecho de reunión debe estar garantizado en todos los países en que se tenga una Constitución y que se le respete.

El derecho de reunión es un baluarte de la libertad de los individuos y de la democracia.

---

<sup>7</sup> Luis F. Peniche L., *Derecho de reunión, primer baluarte de la libertad y la democracia*, Tesis para su examen profesional, 1949, pp. 62 a 75.

## Capítulo III

- A) La Comunicación en los Países Comunistas.**
- B) La Comunicación en los Países Capitalistas.**
- C) La Comunicación en los Países Subdesarrollados.**

## **A) La Comunicación en los Países Comunistas**

La razón de haber seleccionado como tema de trabajo el análisis de la comunicación en los sistemas de gobierno mencionados anteriormente, es por haber considerado su importancia en el desarrollo histórico del mundo contemporáneo.

El inciso "A" es un tanto difícil por lo desconocido de los sistemas comunistas. En todos los países comunistas el sistema de comunicación es muy semejante incluyendo a la Unión Soviética. En estos países los medios masivos (prensa, radio, cine, etc.) tienen claro y explícito mandato en lo que respecta a sus objetivos principales, su misión principal es la de llevar la teoría y política comunistas a las masas, conseguir el apoyo al partido y al gobierno y elevar el nivel cultural del pueblo. Esto es conseguido por el gobierno llevando un control estricto, sobre los medios de comunicación y su acción.

A continuación podemos hacer un breve análisis de los sistemas comunistas, pero que no dependa el uno del otro como podría pasar si lo hiciéramos con países satélites de

Rusia. Pienso que los dos países que más podrían interesarnos son el caso de Rusia y la China de Mao Tse-Tung.

En primer lugar trataremos de hacer el estudio de la forma de comunicación en China; siempre con una pequeña barrera por la falta de información que se tiene acerca de este país, misma que a últimas fechas ha presentado una mayor apertura hacia el mundo exterior.

Las comunicaciones de persuasión desempeñan un papel muy importante en este régimen comunista, pues los que mandan en Pekín no gobiernan a China, sólo por medio de la fuerza bruta, ellos siempre dependen del adoctrinamiento y de la propaganda activa para movilizar las metas y los esfuerzos de la población, para facilitar las labores del partido y el control de la nación. Pero esto no es un instrumento que sólo China utilice, pues es y ha sido utilizado por todos los sistemas totalitaristas.

La idea de controlar el pensamiento del pueblo no es una novedad en China, ya se encuentra un precedente en la historia de este país con respecto a la conversión ideológica de masas al cual han llegado ahora. Aunque muchos de los principios que se usan en China fueron tomados del sistema ruso para transformar el pensamiento en este país, en la actualidad no hay punto de comparación con la forma en que se lleva a cabo en China en cuanto a intensidad, alcance y habilidad se refiere.

Para comprender el papel tan importante de la comunicación de persuasión en China es necesario tener en cuenta la creencia comunista en la cual "el pensamiento determina la acción". El JEN MIN JIH PAO lo dice así: "el trabajo está hecho por el hombre y su pensamiento gobierna sus accio-

nes". Un hombre sin un pensamiento político correcto es un hombre sin alma. Si la política no toma el mando (si la ideología proletaria no toma el mando) no puede haber dirección. En cualquier trabajo que emprendamos, siempre debemos insistir en que la que manda es la política y que debe anteponerse el trabajo ideológico y político a cualquier otra cosa. Solamente cuando estemos compenetrados de nuestro trabajo político e ideológico podremos garantizar el cumplimiento de nuestra tarea.<sup>1</sup>

Los dirigentes chinos no se satisfacen con que el pueblo chino sea dócil y obediente. Esperan que ellos vean un nuevo mundo, que tengan una razón de sentirse orgullosos y que todos cumplan con China con entusiasmo, no por necesidad sino por convicción. Esto viene a ser una obra de grandes alcances, si se considera que se está realizando en un pueblo que es una quinta parte de la raza humana. Esta es una tarea que los comunistas han comenzado a hacer con su penetrante sistema de comunicación persuasiva, en esto ellos han gastado más tiempo, esfuerzo y energías que para cualquier otra actividad en su país.

En China se ha desarrollado un extraño sistema de comunicación que llega a todos los sectores de la población y controla virtualmente todos los aspectos de la mente de los chinos. La cabeza de un buen ciudadano chino funciona como un radio-receptor, como, por ejemplo, cuando alguna gran radiodifusora en Pekín transmite alguna idea importante, millones de personas la reciben y éstas a su vez la transmiten a otros millones de gentes. Este sistema de comu-

---

<sup>1</sup> *Apud.* Lucian W. Pye, *Evolución Política y Comunicación de Masas*, Ediciones Troquel, 1966, P. 318.

nicación que se ha creado en este país comunista, se debe en gran parte a que hay un alto porcentaje de analfabetismo. En este sistema de comunicación no se depende tanto de medios masivos convencionales como radio, televisión, cine y periódicos, aunque importantes no son un todo en la comunicación; los chinos dependen de dispositivos que rara vez se consideran útiles para las comunicaciones de masas, y estos métodos incluyen diarios escritos (en carteles escritos a mano), comedias representadas en la calle, danzas populares, canciones, poesías, comunicación directa por medio de agitadores orales y muchos medios de reforma del pensamiento.

A continuación trataré de dar una visión de la comunicación del sistema soviético-comunista, que forma parte del inciso "A" del presente tema ruso.

*La Radiodifusión.* En este sistema radial es donde el sistema de comunicación presenta más contrastes con el de los Estados Unidos. En 1955 había en la URSS aproximadamente 26 millones de receptores de radio, lo que equivale a uno por cada ocho personas (mientras que en los Estados Unidos había 127 millones de receptores que satisfacen casi la totalidad de sus habitantes).<sup>2</sup>

Pero menos de una quinta parte de esos receptores son como los radios comunes de los norteamericanos: aparatos capaces de recibir directamente del aire. En su mayoría son receptores conectados, comparables a los altoparlantes, que pueden ser sintonizados o no, pero que no pueden utilizarse para escuchar otros programas que los distribuidos a través de la red de aparatos conectados, llamado sistema de radio-

---

<sup>2</sup> *Apud.* Charles R. Wright, *Comunicación de las Masas*, Biblioteca del Hombre Contemporáneo, 1959.

difusión. Este sistema de radiodifusión opera con aparatos comunes, que pueden captar un programa del mismo modo que un aparato de radio americano, y luego enviarlo, por medio de conexiones, hacia los altoparlantes (aparatos conectados) o hacia los respectivos oyentes. Por lo general estos aparatos están conectados en lugares públicos a donde asisten muchas gentes (centros de recreación, almacenes, granjas colectivas, salones de lectura, etc.), en dichos lugares es posible, para los representantes del partido comunista, agitar al auditorio por medio de la interpretación y comentario de lo transmitido, como también dirigir la discusión que se suscite por lo que se comunicó. Pero este sistema es tan sólo parte en la radiodifusión soviética, hay otros dos niveles: el local y el central.

Bajo condiciones especiales, los sistemas de difusión pueden originar sus propios programas, pero la mayor parte de sus servicios consiste en la distribución, a través de conexiones, a los suscriptores, de los programas transmitidos por las estaciones locales y centrales. Las transmisiones locales están relacionadas con la red de estaciones regionales que cubren los distintos territorios y repúblicas de la Unión Soviética (éstas con frecuencia crean sus propios programas).

Estos 3 niveles de transmisión (central, local y secundario) prevén una red de comunicaciones radiales transmitidas en setenta lenguas y dirigidas a ciudadanos que ocupan una área de 8 millones de millas cuadradas. Existe un comité radial pansoviético central, éste es responsable de la organización, planteamiento y dirección operativa de todas las transmisiones radiales de la URSS, dentro de este comité pansoviético existen diversas unidades, una de las cuales planea, organiza y ejecuta los programas transmitidos por las

estaciones directamente bajo el control operativo del comité radial. Para la emisión local, esto es dentro de las distintas repúblicas, territorios, regiones y grandes ciudades, existen comités locales de radio, los que son responsables de la retransmisión de los programas centrales y de la planificación y emisión de los propios. Los sistemas de radiodifusión están dirigidos, generalmente, por los editores; pero los que pueden originar sus programas, operan bajo la dirección de centros editoriales; pero ambos (editores y centros editoriales) están bajo la autoridad suprema del comité radial pansoviético.

Es muy probable que el sistema de comunicación con altoparlante en la Unión Soviética fue creado para solucionar el problema de cómo comunicarse, en un país tan extenso y con una población de recursos técnicos y financieros limitados; además este sistema tiene sus ventajas: el aparato conectado provee de una recepción de mejor calidad que la de los aparatos comunes, pues el simple aparato de tipo inferior que provee a varios parlantes conectados es de mejor calidad que los aparatos individuales comunes; al limitar al oyente a un solo programa o cuando mucho a unos pocos programas, se aumenta el control y el poder propagandístico del sistema y también se gana la recepción de propaganda externa.

Entre las obligaciones que tiene la radio en aquel país están las siguientes: la ayuda al partido comunista en su educación bolchevique de las masas, conducir al proletariado, elevar el nivel su cultura y guiarlo hacia su destino social, económico y político, todo esto dentro de la filosofía leninista.

*La Prensa Soviética.* Ningún periódico de la Unión Soviética es de propiedad privada, éstos son publicados por el partido comunista, el gobierno o asociaciones públicas como, por ejemplo: clubes deportivos, organizaciones juveniles, fábricas y granjas colectivas. En general, la prensa consiste en periódicos publicados en distintos niveles y especializados a lo largo de varias líneas funcionales. Cada sector tiene su rol especial, por ejemplo la prensa pansoviética lleva el mensaje de las autoridades centrales, la línea del partido y, en general, es la pauta y la fuente principal de información de todos los periódicos que cumplen una función similar en los sectores provinciales y locales.

*La Cinematografía Soviética.* La responsabilidad de la industria cinematográfica corresponde al ministro de Educación, pero el partido comunista actúa diariamente en la dirección, revisión y control de este medio a través de una variedad de métodos muy parecidos a los ya mencionados en los sistemas de radio y en la prensa. Los films son considerados como otro medio de propaganda, agitación y elevación cultural de las masas.

En resumen, basado en lo anteriormente expuesto sobre las comunicaciones masivas en la Unión Soviética, podemos decir:

- 1) Que es un sistema planificado, tanto a lo que se refiere a su organización formal como al contenido de la comunicación, los periódicos, transmisoras de radio y los estudios filmicos pueden ser adecuados a las cambiantes necesidades de la sociedad, expandiéndose o contrayéndose, dirigiéndose a un sector particular del auditorio, etc.

- 2) Los medios de comunicación operan bajo una ideología fuertemente dependiente de la línea del partido comunista y de la observancia de las metas del Soviet.
- 3) Es un sistema de comunicación diferente al convencional.
- 4) Hay una gran variedad de especialización a tipos de auditorios a los que se dirigen.
- 5) La distribución de los medios soviéticos está hecha para que en su mayoría se reciba por grandes grupos (escuchar la radio en salas públicas, leer noticias en periódicos murales, ver películas proyectadas por las unidades rurales móviles, etc.).

## **B) La Comunicación en Países Capitalistas**

En los siguientes sistemas de comunicación podremos apreciar un total cambio en las formas de comunicación masivas que las que existen en los países comunistas; en los países que a continuación examinaremos veremos cómo no hay ese control tan rígido que existe en los países comunistas, a pesar de que sí hay un control hacia los medios de comunicación de masas de parte del gobierno. El control que existe en los países capitalistas es para tratar de que en los medios de comunicación se integren programas culturales que ayuden a la educación del pueblo y que no sólo se transmitan programas frívolos. Pero es muy distinta esta intervención del

gobierno capitalista a la que hacen los países comunistas mencionados anteriormente, pues su intención no es la de restringir la libertad de expresión en estos medios masivos, ni tampoco la de servir a los intereses de un partido (como podría ser en Rusia y China con el partido comunista), sino más bien cuando el gobierno interviene para aparecer en esta programación es con el fin de dar un servicio a la sociedad, el cual es de interés general.

*En Gran Bretaña.* En este país la radiodifusión opera bajo la forma de un monopolio garantizado por una carta real a la corporación Británica de Radio-Difusoras.

En tanto una corporación pública, la BBC, tiene ciertas obligaciones con el gobierno (como por ejemplo, cualquier departamento del gobierno puede exigir que la BBC transmita información considerada importante para el público), pero no es controlada ni dirigida por ninguna rama del gobierno. Son cincuenta y siete transmisoras las que suministran tres tipos de programas, cada una de ellas en su propia frecuencia. Los programas ligeros (light), los servicios para los hogares (home), ambos ofrecidos a toda la nación, y el tercer programa (third), dedicado a cerca del cincuenta por ciento de la población de Gran Bretaña. Además seis estaciones regionales (Escocia, Gales, Irlanda del Norte y Centro, Norte y Oeste de Inglaterra). Dada su proximidad con el continente, los británicos debieron lograr, al comienzo, un acuerdo internacional referente a aquellas frecuencias de radiodifusión que ellos pudieron usar en exclusividad, sin ninguna interferencia. El resultado del acuerdo fue que se limitó a dos frecuencias de radiodifusión que tuvieran poder suficiente como para cubrir las necesidades de toda la Isla. Después de que se llevó a cabo dicho acuerdo la BBC fue

puesta bajo un programa político destinado a facilitar la ilustración cultural del oyente medio. Cada uno de los tres tipos de programas (light, home y third) representa un nivel diferente en la jerarquía de cualidades culturales. Los oyentes que, en un principio, fueron atraídos por las enseñanzas que ofrecen los programas ligeros (light), eran apartados lentamente de ellos para dirigirlos a material más serio que ofrecen los hogareños (home) y por último su gusto debería ser cultivado en forma tal que buscaran los programas literarios, musicales y artísticos del tercer programa (third). Este sistema que se lleva en la Gran Bretaña es con el fin de que el auditorio no sólo reciba programación de carácter superfluo que en ningún momento ayudan al individuo a formarse un criterio y una cultura. Es por eso que el gobierno trata de que los medios de comunicación masivos ofrezcan un servicio social.

*Estados Unidos.* Hoy en día no existe otro país en el mundo con tantas comunicaciones de masas como en la Unión Americana; en lo que se refiere a periódicos existe una circulación de uno por cada dos y medio habitantes (hay casi uno por persona), y en lo que se refiere a aparatos de televisión hay un porcentaje de uno por cada dos habitantes; y millones de publicaciones y revistas de historietas circulan todos los meses.

En su mayor parte los medios de comunicación son de propiedad privada y operan como organizaciones lucrativas, pero están sujetas a cierto control gubernamental, especialmente cuando su actuación requiere el uso del dominio público o toca problemas de bienestar general. Las leyes prohíben la transmisión del material considerado libelo, y permite la censura en tiempos de guerra; también es necesario una licencia que expide el gobierno para las transmisoras.

Más allá de estas regulaciones específicas, los medios norteamericanos operan, esencialmente, bajo la ideología de la transmisora. La forma como opera la industria de radio y televisión en los Estados Unidos es la siguiente: todo aquel que desee transmitir por radio o televisión, dentro de la Unión, debe obtener el permiso del gobierno federal, a través de la Comisión Federal de Comunicaciones; ésta se encarga de entregar, controlar y renovar las licencias para radiodifusión, que estipulan la frecuencia en la que el transmisor debe permanecer, el poder y tiempo de su transmisión, así como otras características de la actividad.

Dado que por razones técnicas limitan el número de las frecuencias utilizables por la radio y la televisión, no todo aquel que la solicite puede obtener licencia. Se han implantado algunas formas de prioridad, así como fijar una cierta cantidad de posibles divisiones de una frecuencia, para llevar al máximo el servicio provisto por las distintas frecuencias. Algunas estaciones de radio pueden operar solamente durante ciertas horas del día, en el caso de que haya una pequeña posibilidad de que sus emisiones interfieran las de otras estaciones cercanas o distantes. Otras estaciones tienen la prioridad de operar con emisiones más fuertes y en diferentes momentos, para cubrir regiones del país que no podrían ser alcanzadas de otra forma. El interés mayor del gobierno federal es llevar al máximo la actuación de los servicios públicos de difusión de televisión y radio. De aquí que cada postulante a licencia debe demostrar que, si se le permite operar, va a satisfacer esas necesidades y proporcionar un servicio público. Es por estos problemas públicos que la radiodifusión está sujeta a una mayor regulación directa, por parte del gobierno nacional, que la mayoría de los otros

medios masivos norteamericanos. Pero este control es más regulatorio que restringido en sus fines y efectos.

En un principio (1922) la Corte sostenía que la Secretaría de Comercio debía conceder, a todo aquel que la solicitara, su frecuencia y su licencia, pero como los transmisores fueron en aumento comenzaron a interferirse entre sí, muchas de las estaciones se corrían de la frecuencia que se les había asignado; las de mayor poder tapaban a las más débiles y los transmisores móviles aumentaban la confusión. En este sistema de comunicación que existe en los Estados Unidos podemos observar, que el gobierno tiene muy poca intervención en sus sistemas de comunicación masiva, y esta intervención casi se limita al aspecto técnico que a la dirección de sus medios de comunicación. Existen reglamentos en cuanto a la prohibición de programación que atente contra la moral y las buenas costumbres, también en cuanto que el gobierno pueda hacer uso de ellas cuando así lo estime necesario; éstas también se ven reguladas con mayor rigidez en tiempos de guerra, pero en lo referente a la planeación de programas para el incremento de la cultura del pueblo es casi nula.

## **C) La Comunicación en los Países Subdesarrollados**

Necesitamos hacer un análisis de lo que es la extraña forma que existe en los países subdesarrollados, pues la radio, cine y en especial la televisión son los medios más genuinos de la expresión ideológica del sistema social en que vivimos los pueblos subdesarrollados. Estos medios de comunicación son

un fenómeno, en sí mismos, ideológico, son la radio y la televisión eficientes transmisores de la ideología que sustenta y justifica al sistema, y son condicionadores colectivos de máxima efectividad en la creación de valores, representaciones e imágenes, destinados a salvaguardar y justificar, en la estructura psíquica, las relaciones de explotación que tienen lugar en la estructura social. La energía y el tiempo de trabajo que pasivamente consumimos en la recepción profunda y continua de mensajes de todo tipo, en los que se nos transmite como óptima la concepción del mundo que justifica precisamente al imperio económico con el cual tenemos relaciones de dependencia y por el cual somos explotados; constituye un verdadero excedente de trabajo inmaterial, una peculiar plusvalía ideológica cuyo beneficiario directo es el sistema de dominación material. Así estos medios de comunicación constituyen un medio específico de producción ideológica que funciona como íntimo y poderoso aliado de la explotación y la dominación capitalistas. La explotación inmaterial a que contribuyen los medios de comunicación masiva en estos países engendra sumisión, esclavitud inconsciente y lealtad hacia el sistema de explotación material.

En el libro *El Huésped* de la investigadora venezolana Martha Colombina, se ofrecen algunas cifras muy significativas para apoyar lo que he expuesto con anterioridad.

En el medio urbano se comprueba que el 71.41% de los perceptores de televisión y radio asignan una alta credibilidad al mensaje de las telenovelas y radionovelas; el 60.22% convierten a éstas en "Consejeros de Vida"; el 5.6% piden programas instructivos; el 2.7% exigen más espacios noticieros; el 1.3% se quejan del exceso de propaganda y, final-

mente, como remate, el 90.4% se declaran "satisfechos" con la televisión.<sup>3</sup>

Todos estos datos nos hacen ver el triunfo actual de la ideología capitalista-subdesarrollada en países como Venezuela. Pienso que este problema se agrava con la población marginalizada, por la sencilla razón de que ésta tiene las 24 horas del día para poder ver la televisión y oír la radio, para estar asimilando perfectamente la ideología que al sistema político existente le conviene que se tenga.

Con todo esto, lo que se debe pensar es que los dirigentes de los países oprimidos económicamente, deben tener siempre fija la idea patriótica de no dejar que por medio de sus comunicaciones masivas acaben con su propia ideología, para ir adaptando estos países a intereses ajenos que van en contra de los principios de estos pueblos. Es necesario que los pueblos que empezamos a surgir y que estamos luchando para tener un papel más digno y decoroso en el mundo en que vivimos hagamos uso de lo que nos brinda la nueva tecnología electrónica (radio, TV, cine, etc.) para lograr entre nuestra gente una idea de dignidad y orgullo de sus propias costumbres y así poder superar los traumas que a través de una historia de total dominación se han profundizado; asimismo hacer estudios para formar planes educativos y culturales e irse trazando metas para ver si estos planes van logrando sus objetivos.

---

<sup>3</sup> *Apud.* Ludovico Silva, *Teoría y práctica de la ideología*, Editorial Nuestro Tiempo, 1973, p. 207.

## Capítulo IV

# Análisis de la Ley Federal de Radio y Televisión y sus Reglamentos

## Ley Federal de Radio y Televisión

En la exposición de motivos de esta ley, nos dice el famoso comentarista Jacobo Zabloudousky,<sup>1</sup> los legisladores manifiestan cómo el avance de la técnica iba haciendo obsoletos los reglamentos y disposiciones legales que, desde el nacimiento de la radiodifusión comercial al principiar la segunda década del siglo, se ponían en vigor. Puede decirse que en esta materia el trámite legislativo es más lento que el ingenio y la habilidad de los científicos y, en ocasiones, más tarda en nacer una ley que en modificarse la situación que viene a regir. La radio, la televisión y los sistemas de comunicación de masas, por medio de satélites, obligan a una continua reforma y adición de las leyes. Dice la exposición de motivos: los progresos de la ciencia y de la técnica, cuando se inspiran en principios de servicios 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 expansión se ha incorporado, con notable influencia, en el progreso y el ritmo de

---

<sup>1</sup> Jacobo Zabloudousky K., *La Libertad y la Responsabilidad en la Radio y Televisión Mexicanas*, México, D. F., 1967.

la vida actual la radiodifusión. Su trascendencia está indudablemente en relación con la misión que cumple, el servicio de los derechos fundamentales del hombre y de la colectividad.

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 y la distribución de su población, presenta enormes problemas para incorporar y mantener a un mismo ritmo de evolución todas las comunidades de su territorio.

A continuación expondré un breve estudio práctico de las violaciones que se hacen a diario de algunos de los artículos enunciados en la Ley Federal de Radio y Televisión:

**Artículo 5.**—La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto al través de sus transmisiones procuran:

- 1) Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- 2) Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- 3) 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.

- 4) Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

En el presente artículo se hacen cuatro exigencias para las transmisoras, y en ninguno de los cuatro casos se cumple debidamente con el mandato de la ley. En el primero de ellos que hace referencia a la moral social, la dignidad humana y a los vínculos familiares; yo no sé cómo existiendo un precepto, como éste que es tan claro, se puedan (como por ejemplo en el Canal 2) transmitir telecomedias en las cuales inequívocamente el tema son divorcios, pleitos familiares de los más rebuscados, adulterios y otros temas que en ningún momento tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la familia. Realmente si se hace un análisis de este tipo de programas no creo que estén cumpliendo con la "función social" mencionada y menos si se ve el horario en el cual se transmiten éstos, pues es de 5 de la tarde a 8 de la noche, horario que se supone está dedicado a los niños.

Al respecto del segundo inciso de este artículo, el gobierno, por medio de la Secretaría de Gobernación y haciendo caso a lo que dijera el Lic. Echeverría en su IV Informe de Gobierno referente a la mala influencia que ofrecían muchos programas de televisión, se suspendieron 26 de estos programas, todos ellos extranjeros, pero creo que en la actualidad lo único que resultó de dicha medida, fue una renovación del mismo tipo de films (dañinos no sólo a la niñez y a la juventud sino a cualquier tipo de personas) que el gobierno había suspendido.

El inciso cuatro es violado por cada uno de los programas cómicos; porque tal parece que nuestros cómicos sólo saben hacer chistes a base de echar a perder el idioma y de vulgaridades.

Artículo 14.—Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos. Si se tratare de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

En este artículo el legislador trató de que nuestros medios de comunicación masivos quedaran en manos de mexicanos y creo que es muy noble esa idea, pero, al mismo tiempo, es desvirtuada al permitir que todo tipo de programación extranjera sea transmitida por nuestras radiodifusoras; estamos permitiendo una intervención intelectual que para mí es peor que si se permitiera a los extranjeros tener inversiones de capitales en nuestros medios de comunicación.

Artículo 59.—Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Este tiempo, al que el gobierno tiene derecho, sería perfecto si se destinase a transmisiones de carácter social o a mensajes de interés general y no a mensajes demagógicos, los

cuales no le interesan a nadie, como sucede en la mayoría de las veces que el gobierno hace uso de ese tiempo.

Artículo 60.— Los concesionarios de estaciones radiodifusoras comerciales y los permisionarios de estaciones culturales y de experimentación, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia:

- 1) Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o la defensa del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública.
- 2) Los mensajes o cualquier aviso relacionado con evacuaciones a aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.

Artículo 61.— Para efectos del Art. 59 de esta ley, el Consejo Nacional de Radio y Televisión oírán previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos, fijará los horarios a que se refiere el citado artículo.

Artículo 62.— Todas las estaciones de radio y televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

Es perfecto que el gobierno esté apoyado en una ley como ésta para así poder obligar a todas las emisoras a encadenarse en un momento crítico para la nación o simplemente

para hacer llegar al pueblo mensajes de interés general, creo que es un artículo con alcances realmente de intereses sociales.

Artículo 63.—Quedarán prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje, y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o el crimen; se prohíbe también todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

En este artículo se presenta uno de los casos en que una ley es ignorada por completo durante todos los días del año, pues a diario se presentan programas como el de Los Polivoces, Ensalada de Locos, El Chavo del 8, en los cuales tal parece que lo que se trata de hacer es violar la primera parte de este artículo en lo que se refiere a "corrupción del lenguaje, expresiones maliciosas, frases y escenas de doble sentido". Ahora bien, en lo referente a "la apología de la violencia o del crimen", tal vez en sí mismos los films de policías, detectives, agentes secretos, etc., no constituyan una apología a la violencia porque al final de todos éstos siempre la justicia gana, pero el número y la frecuencia con la que estos programas son presentados a diario, sí son de influencias nocivas en el televidente.

Artículo 65.—La retransmisión de programas desarrollados en el extranjero y recibidos por cualquier me-

dio por las estaciones difusoras, o la transmisión de programas que patrocina un gobierno extranjero o un organismo internacional, únicamente podrá hacerse con la previa autorización de la Secretaría de Gobernación.

**Artículo 75.**—En sus transmisiones, las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al español, íntegra o resumida, a juicio de la propia Secretaría.

Yo no sé cómo se puede otorgar un permiso para un "CABLEVISIÓN" donde todas las transmisiones son en inglés y no son traducidas al español, y en donde el gobierno no puede decir si tal o cual programa no se considera como conveniente a los intereses nacionales.

A continuación examinaremos algunos artículos del "Reglamento" de la Ley Federal de Radio y Televisión referentes a la propaganda.

**Artículo 41.**—La propaganda comercial que se transmita por radio y televisión deberá mantener un prudente equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación.

**Artículo 42.**—El equilibrio entre el anuncio y el conjunto de la programación se establece en los siguientes términos:

I. — En estaciones de televisión:

- A) El tiempo destinado a propaganda comercial, dentro de programas y en cortes de estación, no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total del tiempo autorizado para propaganda comercial.
- B) A partir de las veinte horas hasta el cierre de estación los comerciales no podrán exceder de la mitad del tiempo total autorizado para propaganda comercial.
- C) Los cortes de estación tendrán una duración máxima de dos minutos y podrán hacerse cada media hora, salvo en los casos en que se transmita un evento o espectáculo, que por su naturaleza sea inconveniente interrumpir.
- D) La distribución de propaganda comercial dentro de los programas deberá hacerse de acuerdo con las siguientes reglas:

**PRIMERA:** Cuando se trate de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas, teleteatros grabados y todas aquellas transmisiones cuyo desarrollo obedezca a una continuidad natural, narrativa o dramática, las interrupciones para comerciales no podrán ser más de seis por cada hora de

transmisión, incluyendo presentación y despedida, y cada interrupción no excederá de dos minutos de duración.

**SEGUNDA:** Cuando se trate de programas que no obedezcan a una continuidad natural, narrativa o dramática, las interrupciones para comerciales no podrán ser más de diez por cada hora de transmisión, incluyendo presentación y despedida y cada interrupción no excederá de un minuto y medio de duración.

## 11. — En estaciones de radio:

- A) El tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión.
- B) La primera distribución de propaganda comercial dentro de los programas deberá sujetarse a las siguientes reglas:

**PRIMERA:** Cuando se trate de radio-novelas, eventos deportivos, comentarios informativos y todas aquellas transmisiones cuyo desarrollo obedezca a una continuidad natural, dramática o narrativa, las interrupciones no podrán ser más de doce por cada hora de transmisión, incluyendo presentación y despedida, y cada interrupción no excederá de un minuto y medio de duración.

**SEGUNDA:** Cuando se trate de programas que no obedezcan a una continuidad natural, dramática o narrativa, las interrupciones no podrán ser más de quince distribuidas en una hora de transmisión, y cada interrupción no excederá de dos minutos de duración.

**Artículo 45.**—La publicidad de bebidas alcohólicas deberá:

- 1) Abstenerse de toda exageración.
- 2) Combinarse dentro del texto o alternarse con propaganda de educación higiénica o del mejoramiento de la nutrición popular.
- 3) Hacerse a partir de las 22 horas de acuerdo con la fracción III del artículo 23. En el anuncio de bebidas alcohólicas queda prohibido el empleo de menores de edad. Asimismo queda prohibido en la publicidad de dichas bebidas, que se ingieran real o aparentemente frente al público.

Cualquier persona que tenga la afición de ver la televisión y aparte de tener esta afición conozca los dos anteriores artículos y posea un reloj, podrá comprobar que en un 75% de los programas pasados en la televisión y en un 60% en la radio se cometen abusos en cuanto al equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación mencionada en el artículo 41 y aclarado por el artículo 42 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. Es injusto que el público tenga que soportar el

abuso que cometen los señores que manejan la radio y la televisión.

Los legisladores trataron de proteger al público, pero tal parece que las autoridades encargadas de hacer valer estos artículos no están de acuerdo en llevarlos a la práctica, o tal vez lo que no esté muy de acuerdo sea el contenido de la ley con los intereses de estas autoridades.

**Artículo 45.**—No podrá hacerse propaganda comercial al tabaco en el horario destinado para niños.

Podemos agregar a los comentarios anteriores, el criterio del Lic. Jacobo Zabloudsky al respecto de nuestra legislación.

Nuestra legislación está a la misma distancia del "laissez faire-laissez passer" que del totalitarismo. Mediante la concesión previa para el uso del espacio territorial, cuyo dominio directo corresponde a la nación, se establece un derecho a favor de un particular, por un plazo determinado y bajo condiciones precisas, de naturaleza contractual y reglamentaria, predominando siempre el interés público sobre el particular del concesionario. El Estado se reserva el derecho, que ejerce por conducto de algunas de sus instituciones, de promover la transmisión de programas en canales concesionados sobre divulgación de temas de orientación social, cultural y cívica. Fija los factores técnicos para la operación de las emisoras; vigila el contenido de las transmisiones para que se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden o la paz públicos; interviene para proteger los derechos de autor y, entre otras cosas, autoriza cierto tipo de propaganda.

Observamos en la legislación el deseo de limitar, por un lado, los abusos del derecho que tiene el Estado para restringir la libre expresión, y, por el otro, la posibilidad de un abuso del derecho que el particular tiene para expresar sus opiniones. El problema es complejo porque los derechos y las obligaciones deben establecerse en función de las necesidades de que las grandes masas deriven un beneficio concreto y constante. El auditorio también tiene un derecho: el de que se le informe honestamente, de alcanzar un más alto nivel cultural, de que la niñez sea protegida de las influencias que pueden lesionar su mente, de mejorar sus condiciones y costumbres sanitarias, de ratificar los errores, de tener acceso a la planeación y detalle del contenido de los programas.

La atención de las funciones educativas de la radio y la televisión debe conducir a una postura sensata que tome lo mejor de los puntos de vista opuestos en que generalmente se colocan los estudiosos del problema; en un extremo se encuentran quienes afirman que la radio y la televisión deben servir exclusivamente a la educación; en el otro se ubican quienes creen que son medios primordialmente de esparcimiento y de propaganda comercial. Es conveniente escuchar lo que dice Sington.<sup>2</sup> "El grueso de los que ven la televisión y leen los periódicos tabloides de 1962 en la Gran Bretaña, no forman una generación que se han desbarrancado culturalmente del nivel que ocupaban sus antepasados".

Hace ochenta años, la mayor parte de la clase trabajadora estaba agobiada por el trabajo y las cargas familiares (sin tener en cuenta a los analfabetos) y no leía los libros que

---

<sup>2</sup> Derrick Sington, *Libertad de Expresión*, Editorial F. Trillas, S. A., México, 1964.

había entonces a su alcance. Por lo tanto, hay que poner en el activo la ganancia social que representa el que muchos millones de personas permanezcan frente a sus aparatos de televisión hoy, en lugar de ir a desahogarse a la taberna como lo hacían sus abuelos. Aunque la televisión sirva de entretenimiento, despierta también nuevos intereses y difunde información, si bien sólo incidentalmente.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Jacobo Zabłudousky K., *ob. cit.*, p. 44.

# CONCLUSIONES

1. — A través de la Historia —que es lo que se analiza en el primer capítulo— se puede observar el cambio que ha sufrido la palabra comunicación atendiendo a su sentido original.
2. — Por medio de la comunicación el hombre puede llegar a un pleno contacto con sus semejantes y lograr un mejor entendimiento del que ahora tiene, eliminando prejuicios, abatiendo discriminaciones y falsos conceptos.
3. — La comunicación significa también ley, responsabilidad, educación y sentido humano; pero estos factores han sido ignorados por particulares y gobierno, la mayoría de las veces.
4. — En el capítulo II analizamos las masas y su relación directa con la comunicación; de ello podemos concluir que por medio de la comunicación se podría acercar más a todos los grupos y tratar así de resolver los problemas y necesidades de éstos; el desconocimiento lleva y crea confusiones.
5. — Es por medio de la comunicación con la cual el hombre puede hoy día cruzar el abismo, que con los distintos sistemas de gobierno lo ha separado peligrosamente de sus congéneres de otras latitudes.
6. — La comunicación debería ser utilizada por los gobiernos de los países, para lograr educativa y constructivamente

zanjar antiguas diferencias, pues sólo así se podría iniciar el camino hacia una paz duradera.

7. — En el capítulo IV hablamos de la Ley Federal de Radio y Televisión, de la cual podemos decir, que es una ley de grandes alcances sociales, en la que se pretende la educación, información y ayuda al público.
8. — Hasta ahora a las autoridades respectivas se les ha imposibilitado controlar de una manera efectiva que las distintas emisoras de radio y televisión respeten lo establecido en la propia Ley Federal de Radio y Televisión, en lo relativo a programación y publicidad.
9. — Estimo que debería agregarse a la referida ley un capítulo que limite el exceso de programas extranjeros, especialmente los nocivos y atentatorios a nuestra genuina manera de ser o bien que exalte la violencia o haga apología de otros hechos que podrían considerarse como delitos o infracciones a nuestras leyes.
10. — La comunicación debe ser regulada por el estado mediante una planificación en la que intervengan todos los sectores interesados, haciendo hincapié en los aspectos educativos, técnicos y culturales como condición indispensable para su actualización.

# **BIBLIOGRAFÍA**

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 1917.*
- Cooley Charles, H.: *Social Organization*, Nueva York, 1909.
- De Pina, Rafael: *Diccionario de Derecho*, Editorial Porrúa, S. A., México, 1965.
- González Pedrero, Enrique: *Los Medios de Comunicación de Masas en México*, Editado por la UNAM, 1972.
- Ley Federal de Radio y Televisión, *Diario Oficial*, 19 de enero de 1960. México.
- McQuail, Denis: *Sociología de los Medios Masivos de Comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1970.
- Ortega y Gasset, José: *La Rebelión de las Masas*, Espasa-Calpe, S. A., Madrid, 1937.
- Olmsted, M. S.: *El Pequeño Grupo*, Biblioteca del Hombre Contemporáneo, 1972.
- Peniche López, Luis F.: *Derecho de Reunión, Primer Baluarte de la Libertad y la Democracia*, México, 1949.
- Pye, Lucian W.: *Evolución Política y Comunicación de Masas*, Ediciones Troquel, 1966.
- Recasséns Siches, Luis: *Sociología 6*, Editorial Porrúa, S. A., 1956.
- Schramm, Wilburg: *La Ciencia de la Comunicación Humana*, Editorial Roble, México, 1966.
- Silva, Ludovico: *Teoría y Práctica de la Ideología*, Editorial Nuestro Tiempo, 1973.
- Small, Albion W.: *General Sociology*, University of Chicago, 1905.
- Sington, Derrick: *Libertad de Expresión*, Editorial F. Trillas, S. A., México, 1964.
- Stenberg Charles, A. William Bluem: *Los Medios de Comunicación Social*, Editorial Roble, S. A., México, 1966.
- Zabludousky K., Jacobo: *La Libertad y la Responsabilidad en la Radio y Televisión Mexicanas*, México, 1967.