



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Derecho

**“Los Medios Masivos de Comunicación y el Deporte como Freno
al Desajuste Social”**

T E S I S

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN DERECHO

p r e s e n t a:

JOSE MARIO MARQUEZ SALAS

México, D. F.

1976



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.

A mis Padres: Miguel y Ma. Elena.
Con cariño y agradecimiento.

A mis hermanos: Miguel, Manuel, Melesio, Ma. Elena,
Marco Antonio. Afectuosamente.

A mi esposa Male, por su ayuda y
comprensión.

A mis hijos Dianita y Mario Ivan,
Por mi amor hacia ellos.

A mi amigo Lic. Humberto Barbosa López,
Con admiración y respeto.

INDICE :

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y EL DEPORTE COMO FRENO AL DESAJUSTE SOCIAL.

CAPITULO I

ALGUNAS CONSIDERACIONES REFERENTES A LA SOCIEDAD MODERNA Y LA COMUNICACION MASIVA.

- I.- Características de la Sociedad Actual.
- II.- Características de los medios masivos de comunicación.
- III.- Consecuencias para los medios masivos de comunicación y la sociedad moderna.

CAPITULO II

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN EL DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL.

- I.- La situación jurídica de los medios de comunicación y breves antecedentes.
- II.- La Ley Federal de Radio y Televisión de 19 de -- Enero de 1960, comentario.
- III.- Las organizaciones de comunicación masiva.
- IV.- Importancia de la información.
- V.- Derecho a la información.

- VI.- *Sujetos de la información.*
- VII.- *El deporte, su importancia y sus efectos en el medio social y el porqué de conjugarlos con la Comunicación Masiva.*

CAPITULO III

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CIUDADANOS Y DEL ESTADO EN RELACION CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS.

- I.- *La información, el bien común y el desarrollo.*
- II.- *El ocio y los medios de comunicación.*
- III.- *Los medios de comunicación y la opinión pública.*
- IV.- *Obligaciones del Estado.*
- V.- *Derechos del Estado.*
- VI.- *Obligaciones de los ciudadanos.*
- VII.- *Derechos de los ciudadanos.*

CAPITULO IV

CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFIA.

JOSE MARIO MARQUEZ SALAS.

MEXICO, D. F., A _____ DE 1976.

P R E F A C I O .

Nuestra época vive bajo el signo del cambio. De un cambio que atañe a la vida del hombre y de la sociedad en todos los campos: económico, social, cultural, político y religioso. De un cambio acelerado que en una década trae más transformaciones que las registradas en varios siglos en épocas anteriores.

El proceso se revela particularmente explosivo en el campo de las Comunicaciones Sociales. El ritmo vertiginoso de las invenciones electrónicas y la forma como ellas afectan la vida del hombre alcanza transformaciones tan profundas que la palabra adecuada para calificarlas parece ser mutación más bien que cambio. Las expresiones "hombre nuevo", "cultura nueva", "cultura de la imagen", "cultura de masas" que involucran una mutación van pasando ya de las discusiones de especialistas y de las revistas científicas a las publicaciones de divulgación y adquieren derecho de ciudadanía en el pensamiento moderno. Y no sin razón, ya que los cambios producidos por los Mass-Media afectan al hombre más aún que las condiciones externas de la vida humana, transformando sus categorías mentales, su escala de valores, su comportamiento y su participación en la vida de la sociedad.

El que convenga o no el término *Mutación* para designar esta nueva situación de la humanidad, no merece que nos detengamos en una discusión estéril e irrelevante. Sin embargo, la realidad de los hechos mencionados y la gravedad de la situación que ellos vienen creando reclaman la especial atención de todos los que estamos comprometidos en la educación y la formación del hombre, como también de los que tenemos un particular interés en conocer el comportamiento social y el grado de participación en la vida de la comunidad, y que nos entraña, por nuestra misma condición de ciudadanos del mundo difícil en que viviremos.

Por otra parte, creemos que entre los tres o cuatro problemas que, con urgencia, tiene que resolver la sociedad actual está en configurar y promover la ética específica de las comunicaciones de masas. La influencia decisiva de tales medios sobre los individuos y las comunidades apremian aquella urgencia. Interesa sobre manera que estén al abrigo de un Código Jurídico acertado en sus normas y vigilante de que ellas se cumplan al pie de la letra, para librarles del manejo y la utilización pervertidos y centrales en su fin: obtener un mejor conocimiento mutuo entre los hombres y una mayor unidad del género hu-

mano al contemplar y juzgar juntos los acontecimientos; acostumar a las comunidades humanas a razonar juntas alrededor de esta inmensa mesa común de los Medios de Comunicación, facilitar en -- uros, una cultura base; en otros, el mantenimiento de una acción cultural permanente, facilitar la diversión que la higiene mental y el buen uso del tiempo libre se exige para la salud de la sociedad industrial, técnica o científica.

Si por la falta lamentable de ética en los profesionales de los medios, la noticia del acontecimiento está desnaturalizada o manipulada al servicio de individuos, o grupos o comunidades o si los temas propuestos por los medios son degradantes, pasionales o antisociales, ni se logran aquellos fines, ni estos instrumentos de comunicación obedecen al progresivo desarrollo humano se frustran los propios planes de bienestar social en esta fase de la historia humana.

Estamos inmersos dentro de leyes físicas, biológicas y sociológicas. Pero por encima de ellas están la inteligencia y la voluntad, que son las facultades racionales con que podemos controlar y determinar la dirección de cada uno de nuestros actos.

Nuestra voluntad coexiste con todas esas fuerzas que bullen en la intimidad y todas esas otras que giran en --

torno nuestro. La función de la libertad no es otra, sino la de dar un sentido correcto y armónico a todas esas fuerzas, sea que pertenezcan al plano físico, biológico, psicológico o sociológico.

A la luz de la inteligencia, el hombre puede determinarse libremente a seguir este instinto o esa costumbre social, a rechazar ese hábito ese impulso deformante.

Por otra parte, es innegable que, en la actualidad, una subersión moral sacude al mundo. Al mundo de los adultos y los jóvenes. Ellos, se alimentan, como si fuera pan de cada día, de alcohol, violencia, pornografía, drogas, sexo, ¿el resultado? la amoralidad.

Sobre este particular, y en relación a los propósitos que nos proponemos en este trabajo, cabe señalar aquí, la importancia que tienen tanto los medios masivos de difusión cuanto el deporte en su ámbito y relacionados entre sí de la mejor manera posible para constituir un freno una cohesión en todo el ámbito social.

El deporte entendiéndose primordialmente como un ejercicio físico, pero desde luego con sus efectos psíquicos. Todo lo físico que se guste, pero sin exclusividad. Si el depor-

tista ejercita preferentemente los músculos, no menos ejercita la reflexión, el ingenio, la autodeterminación. Encausándosele por los espectáculos que les permitan la participación activa en el deporte, para la comunicación y transmisión de su ánimo, salvaguardando su libertad de acción, frente a las estructuras sociales que lo masifican.

CAPITULO I.

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREFERENTES A LA SOCIEDAD MODERNA Y LA -- COMUNICACION MASIVA.-

Empecemos por considerar que jamás generación alguna fue más privilegiada que la nuestra. Nos habrían envidiado los hombres de cualquier otra época si tan sólo hubieran podido soñar con los portentos del siglo en que vivimos. Y nosotros no cambiaríamos la ignorancia de hoy por la ciencia siquiera de los "siglos de oro", ni nuestros adelantos por sus atrasos. Pocos héroes del pasado, a quienes veneramos por su sublimidad, tuvieron tan buenas vías de acceso a tan elevadas cumbres como las que estimulan nuestro valor, resolución y tenacidad. Por todo -- eso la humanidad actual podría muy bien exclamar con el poeta hebreo: ¡"Es hermosa la heredad que me ha tocado"¡.

Muy por el contrario, sin embargo, nunca como ahora reinó en todo el mundo tanto temor, tanta angustia que se alimentan en la realidad actual de muchas crisis. Y en ciertos lugares y en determinados momentos, ese miedo se torna pánico, -- pues se vuelve evidente que lo que hace tenebroso el provenir es la sombra inconfundible de una guerra bacteriológica, atómica o --

cósmica, o de un envenenamiento atmosférico o la carencia de alimentos, más reales éstos en la actualidad.

Por eso, y de tiempo atrás, entre las cuatro libertades humanas fundamentales propuestas en la Carta del Atlántico - que originó la Organización de las Naciones Unidas (ONU) - figuraba la libertad del temor. Pero la libertad del temor implica la seguridad de la paz, y ésta no puede siquiera concebirse en medio de los recíprocos insultos, recriminaciones y amenazas que día a día intercambian ruidosamente las potencias, y que van desde el aterrador efecto psicológico por la existencia de armas portentosas, hasta el racionamiento o no entrega de alimentos básicos para la subsistencia de otros pueblos así sojuzgados.

Por desgracia, ni el hogar, ni en lo recóndito de la conciencia se puede ofrecer la seguridad, único antídoto contra el temor. Al contrario, la incertidumbre empaña cada vez más las perspectivas de mayor número de millones de seres humanos y de no pocas naciones enteras. Esto se revela por todas partes de diversas maneras, y especialmente a través de la conducta extraña y las esperanzas absurdas de mucha gente.

Podríamos señalar por otra parte, algunas consideraciones referentes a algunas falsas vías de escape, por ejem

plo: Los fabricantes de píldoras anticonceptivas o para dormir, amasan fortunas a pesar del daño que ocasiona su producto; prosperan las compañías tabacaleras, aunque la ciencia ha demostrado la relación del cáncer del pulmón y las enfermedades coronarias con el hábito de fumar; y las cantinas tienen más parroquianos que las bibliotecas o las lecherías, como si el alcoholismo no fuera una de las causas más abominables de miseria.

En muchas ciudades, como las nuestras, abundan también de una manera asombrosa los vendedores ambulantes y establecidos de loterías, quinielas y otros juegos por el estilo. Cada vez es más general que se juegue por dinero en ruedas de amigos en domicilios particulares, clubes, etc. Las casas de juego clandestinas por supuesto están llenas y burlan a la autoridad o solapadas por ésta se proliferan. En lugares más elegantes, como hoteles de lujo, hay casinos o salones donde la gente distinguida se entrega al juego entrañando una morbosidad ya "moral o psicológica".

Aspecto lastimero y lamentable ofrece la gente que engevecida frente a una máquina ve desaparecer su fortuna, ingeniosos aparatos ideados de manera tal, que el empresario, según el muy preciso cálculo de probabilidades, nada tenga que arriesgar; aún la certeza del cálculo matemático es nula ante es-

tas máquinas, y ante ellas se está condenado a perder, malgastando su dinero.

¿Qué quiere la gente acallar con el estupor artificial de los barbitúricos y otras drogas, cubrir tras el humo del cigarro, ahogar en licores u olvidar con costosas diversiones en antros o salones, según se trate?. ¿Porqué tan en aumento por todas partes del mundo el número de personas que actúan y se acogen a estas maneras tan contrarias a su propio bien e interés?.

Es indudable de que las incertidumbres cada vez más serias acerca del provenir crean una indeseable realidad. Para huir de ella, muchos se escapan por las diversas vías anchas y abiertas del vicio, al cual en muchos círculos se oculta con extravagancias de ser la moda o se justifica con racionalizaciones absurdas.

Gran parte de la juventud no quiere ver el porvenir. Para muchos sólo importa el presente, un presente sin - - ideales, sin valores, esos jóvenes adultos del mañana, interesados en lo tangible, lo físico y lo material se hacen auto-ignorantes de la necesidad del futuro de la humanidad.

La gente hoy en día bebe, fuma, juega y viola las leyes en forma alarmante, más que nunca, y simplemente porque

vive en un mundo cada vez menos estable. Actúa bajo el ponsoñozo acicate del temor, esa emoción que surge cuando se halla frente al peligro; cuando lo amenaza la muerte; cuando lo rodean circunstancias adversas, de las cuales parece no haber escapatoria o a las que no logra adaptarse; cuando ve delante de sí sólo un callejón sin salida. ¿Alguien se ha visto o ha observado a otro, dominado por el recelo de un daño inminente?. Pues así, precisamente en esta forma, está viviendo un enorme crítico sector de la población mundial.

Bajo ese angustioso estado de ánimo llamado temor, el ser humano suele perder todo dominio sobre sí mismo. Se torna incoherente, ve lo que no existe, una rana que se mueve al viento en la noche se le asemeja una fiera que ataca, aún las mejores intenciones de los demás las juzga como una amenaza o traición. Con justa y aplicada razón decía el poeta norteamericano - Robert Frost: "No hay nada que yo tema más que a la gente asustada". (1)

Mucha gente vive hoy temerosa de una guerra, - de los posibles desastres económicos - como el actual - de las graves enfermedades cada vez más frecuentes derivadas de la propia actualidad, como el cáncer, los ataques al corazón, la leucemia,

Los disturbios mentales y aún en esta época de tecnología insospechada las fatídicas epidemias. Para colmo, no faltan los oportunistas que explotando los temores del prójimo le ofrece remedios ineficaces o soluciones impracticables, y que en sí vienen a ser otra grave causa de temor. Aunque en el ámbito propio de cada ser ésta situación es altamente seria, se suele el que los poderosos, llámense empresas, personas, etc., conflagrados o no con el estado o él mismo, validos de los recursos aportados por la ciencia de la psicología, siembran en propio beneficio, el temor en un mundo muy propenso a él.

Los que explotan los temores públicos generalmente señalan a otros (sus opositores) como las causas de los problemas de las masas, para apoyarse en éstas y luego desencadenar tumultos, revoluciones o guerras; pues según Emerson, "el temor es... el heraldo de todas las revoluciones".

Los pueblos atemorizados se pliegan a cualquier "-ismo" que alguien pueda presentarles con suficiente energía como promesa de seguridad. Y el lenguaje preferido con expresiones de autoconfianza, alardes de mucho poder y amenazas terribles. ¿No es común este estilo en las luchas políticas?. En algunos casos, por lo menos, es evidente que esa postura arrogante

es un simple disfraz de un gran temor. Sobre este particular citaremos algunos ejemplos:

Los padres que temen perder el afecto de sus hijos suelen tratar de mantenerlos en sujeción, para lograrlo los amedrentan, mostrándoles peligros reales o imaginarios. El profesor que teme no tener suficiente autoridad sobre sus alumnos, dice fanfarronadas para exhibir el poder que le da el estar "del otro lado" de la mesa examinadora. El patrón que teme la posible competencia de su empleado, exagera delante de éste la seguridad que le ofrece y los peligros de la competencia a fin de que no se atreva a independizarse y, por el contrario, quede como su subordinado. Pero a su vez el temor del hijo, el estudiante o del subalterno de quedar siempre aplastado, les da atrevimiento para faltar el respeto, sublevarse o declararse en huelga.

Así el temor provoca desequilibrios en la persona, conflictos en los hogares, desórdenes en la sociedad, anarquía en las universidades, luchas en las empresas productivas, y desquicio hasta en el pensamiento, las artes, la política, la religión y las buenas costumbres.

Lo mismo sucede en las naciones. El temor induce a algunas potencias a asustar y hasta subyugar a los pueblos

débiles que las rodean, y a tratar de infundir temor en las - - -
otras naciones fuertes para prevenir que las ataquen. A fin de -
lograr esto último, hacen esfuerzos titánicos y sacrificios in- -
creíbles para probar su poderío, invulnerabilidad y determinación
bélica. Esa es la base de la gran estrategia de la actual guerra
fría.

Vivimos, pues, sumergidos en un torbellino - -
que llena el mundo de terror, porque proviene del miedo que se --
mezcla en las interacciones de los individuos y en las relaciones
internacionales. Con razón, la famosa Carta del Atlántico se pro-
ponía lograr para la humanidad, entre otros derechos básicos, la
libertad del temor. No obstante, a pesar de ese programa de paz,
la propaganda de guerra tuvo y ha tenido mayor éxito y, valiéndose
de "la psicología del miedo", difundió y difunde mil clases de
temores por todo el mundo.

Consideramos que es paradójico que en una - -
época de increíble desarrollo científico y técnico sin precedente
abunde esa psicosis del temor y la miseria.

Quien no se encuentra a menudo con personas -
excesivamente emocionales, que no pueden adaptarse a la conviven-
cia social, que se comportan de modo extraño y cuyas actitudes --

van de lo simplemente inoportuno hasta lo peligroso?. La mayoría de ellas son incapaces de amar al prójimo y de trabajar para su propio bienestar. Esos seres infelices son los que sufren de enfermedades mentales y trastornos psíquicos, y cuyo creciente número constituye la más dolorosa evidencia de la crisis contemporánea, la enajenación del hombre.

Sobre este particular, los abogados podrán defender a más criminales y reos de todas clases al comprobar que no son mentalmente anormales. Por otra parte, en todos los países del mundo los hospitales resultan pequeños, los presupuestos reducidos y el personal insuficiente para atender a tantos esquizofrénicos, paranoicos, psicópatas, maniáticos, histéricos, - - - alcohólicos crónicos, toxicómanos, homosexuales y dementes de varios tipos que aumentan sin cesar.

He ahí una de las manifestaciones más trágicas de la crisis actual y del temor que ésta infunde en número creciente de nuestros contemporáneos.

En relación a las características de nuestra sociedad actual lo podemos resumir en la siguiente manera:

Se dice que un espectro anda al acecho entre nosotros y sólo unos pocos lo han visto con claridad. No se tra-

ta del viejo fantasma del comunismo o del fascismo, sino de un nuevo espectro: una sociedad completamente mecanizada, dedicada a la máxima producción y al máximo consumo de materiales, y dirigida por máquinas computadoras. En el consiguiente proceso social, el hombre mismo, bien alimentado y divertido, aunque pasivo y a la vez temeroso apagado y poco sentimental, está siendo transformado en una parte de la máquina total. Con la victoria de la nueva sociedad, el individualismo y la privacidad desaparecerán, los sentimientos hacia los demás, serán dirigidos por condicionamiento psicológico y otros expedientes de igual índole, o por drogas, -- las que también proporcionarán una nueva clase de experiencia introspectiva. Como Zbigniew Brezezinski lo indica: "En la sociedad electrónica, el rumbo al parecer lo marcará la suma del apoyo individual de millones de ciudadanos incoordinados que caerá fácilmente dentro del radio de acción de personalidades magnéticas y atractivas, quienes explotarán de modo efectivo las técnicas más recientes de comunicación para manipular las emociones y controlar la razón. (2)

Quizá el aspecto más ominoso de lo anterior -- sea hoy que parecemos perder el control de nuestro propio sistema. Cumplimos las decisiones que los cálculos de nuestras computadoras elaboran para nosotros. Como seres humanos no tenemos más fi

(2) Citado por Erich Fromm, en *Revolución de la Esperanza* Ed - - FCE. pág. 13.

nes que producir y consumir más y más. No queremos nada ni dejamos de querer algo. Las armas nucleares amenazan con extinguirnos y la pasividad -que nuestra exclusión de las decisiones responsables engendra-, con matarnos internamente. (3)

Cabe que nos preguntemos: ¿Cómo fué que ocurrió? ¿Cómo llegó el hombre, en la cúspide de su victoria sobre la naturaleza, a ser prisionero de su propia creación y estar en grave peligro de destruirse a sí mismo?.

En su búsqueda de la verdad científica, el hombre dio con el conocimiento que podía utilizar para dominar a la naturaleza y tuvo en esto un éxito formidable. Pero el hincapié unilateral que el hombre puso en la técnica y en el consumo material hizo que perdiera el contacto con él mismo y con la vida. Al perder la fe religiosa y los valores humanistas ligados a ella, se concentró en los valores técnicos y materiales y dejó de tener la capacidad de vivir de experiencias emocionales profundas y de sentir la alegría o la tristeza que suelen acompañarlas. Las máquinas que construyó llegaron a ser tan poderosas que desarrollaron su propio programa, el cual determina ahora el pensamiento mismo del hombre.

(3) op.cit.

Uno de los más graves síntomas actuales de nuestro sistema es el hecho de que la economía descansa en la producción de armas (a más del mantenimiento de todo el complejo defensivo) y en el principio del máximo consumo. Poseemos un sistema económico que funciona bien a condición de que produzcamos cosas que nos amenazan con la destrucción física, de que transformemos al individuo en un cabal consumidor pasivo para, en esa forma, terminar con él, y de que hayamos creado una burocracia que haga sentirse impotente ante ella al individuo. (4)

Sin embargo, la vida es siempre un hacer algo concreto, positivo o negativo, pues si bien cabe eso que se llama no hacer nada, eso en definitiva también es un hacer vital, es decidirse por una de las posibilidades que el contorno ofrece, por la no actividad y por dejarse llevar por la corriente (5), pero cuando esto sucede por la libre determinación del hombre, está bien, sin embargo las cosas no son así, ya que aquél es manipulado y dirigido por fuerzas extrañas a su propia conciencia.

Por tanto, ¿Que alternativa hay entre la guerra y el robotismo?. De modo más fundamental, la respuesta podría darse tal vez tomando la frase de Emerson: "las cosas tienen las riendas y manejan a la humanidad? e invertirla para que -

(4) op.cit.

(5) Recasens S. Luis. Sociología, Ed. Porrúa, 1965 pág. 116.

diga: "Dad las riendas a la humanidad para que maneje a las cosas". Es otra manera de expresar que el hombre debe superar la imaginación, que lo convierte en un impotente e irracional adorador de ídolos. En la esfera psicológica eso significa que debe vencer las actitudes pasivas y orientadas mercantilmente que ahora lo dominan, y elegir en cambio una senda segura, madura y productiva. Debe volver a adquirir un sentimiento de ser él mismo; debe ser capaz de amar y de convertir su trabajo en una actividad concreta y llena de significado. Debe emerger de una orientación materialista y alcanzar un nivel donde los valores espirituales -amor, verdad y justicia- se conviertan realmente en algo de importancia esencial. Pero cualquier tentativa de cambiar sólo una acción de la vida, la humana o la espiritual, está condenada al fracaso. En verdad, el progreso que tiene lugar en una sola esfera atenta contra el progreso en todas las otras esferas. (6)

Así como el hombre primitivo era impotente ante las fuerzas naturales, así como el hombre moderno está desamparado ante las fuerzas económicas y sociales que él mismo ha creado. Adora la obra de sus propias manos, reverencia los nuevos ídolos, y sin embargo jura por el Dios que le ordenó destruir todos los ídolos. El hombre sólo podrá protegerse de las consecuen

(6) Erich Fromm. La Condición Humana Actual. Ed. Paidós. II Ed. 1970. Pág. 14, 15.

cias de su propia locura creando una sociedad más sana y cuerda, ajustada a las necesidades del hombre (necesidades que se nutren en las condiciones mismas de su existencia); una Sociedad en la cual los hombres estén unidos por vínculos de amor, en la cual -- se hallen arraigados por lazos fraternales y solidarios más que -- por ataduras de sangre y suelo; una sociedad que le ofrezca la posibilidad de trascender la naturaleza mediante la creación antes que por la destrucción, en la cual cada uno tenga la sensación de ser el mismo al vivirse como el sujeto de sus poderes antes que -- por el conformismo, donde exista un sistema de orientación y devoción que no exija la deformación de la realidad y la adoración de ídolos. (7)

La construcción de una sociedad tal significa emprender la etapa siguiente: significa el fin de la historia -- "huminoide", la fase en la que el hombre no ha llegado todavía a ser plenamente humano. No significa el "fin de los días", el -- "completamiento", el estado de armonía perfecta donde el hombre -- está libre de conflictos y problemas. Por lo contrario, es destino del hombre que su existencia se halle acosada por contradicciones que está obligado a enfrentar, sin poder resolverlas jamás. -- Una vez que haya superado el estado primitivo del sacrificio humano, sea en la forma ritualista de las inmolaciones humanas de los

(7) Op. Cit.

aztecas o mayas o en la forma secular de la guerra, cuando haya sido capaz de regular su relación con la naturaleza de manera razonable en lugar de ciegamente, cuando las cosas se hayan convertido verdaderamente en sus servidores y no en sus ídolos, entonces tendrá ante sí los conflictos y problemas verdaderamente humanos; deberá ser temerario, valiente, imaginativo, capaz de sufrir y gozar, pero sus fuerzas estarán al servicio de la vida, no de la muerte. La nueva fase de la historia humana, si es que llega a ocurrir, no será un final sino un nuevo comienzo. (8)

Se ha dicho y se dice hasta el cansancio, que los medios masivos de comunicación, son deformadores y manipuladores de la conciencia social, es decir, que si por la falta lamentable de ética en los profesionales de los medios la noticia del acontecimiento está desnaturalizada o manipulada al servicio de individuos, o grupos o comunidades o si los temas propuestos por los medios son degradantes, pasionales o antisociales, no se logran los fines a que hemos hecho mención en párrafos precedentes, ni estos instrumentos de comunicación obedecen al progresivo desarrollo humano; así se frustran los propios planes de bienestar social en esta fase de la historia humana. (9)

(8) Op. Cit.

(9) Luis Echeverría Álvarez. IV Informe Presidencial. Primero de Septiembre de 1974.

Hemos señalado las características de la sociedad actual. Ahora pasaremos a señalar las que se refieren a los medios masivos de comunicación a efecto de tener desde ya, una -- idea clara de la realidad concreta de estos medios masivos y su -- influencia positiva o negativa dentro de la conciencia humana.

Así pues, consideramos que las característi- - cas de la comunicación masiva, son entre otras, las siguientes:

I.- Por lo general, las comunicaciones masi- - vas requieren organizaciones formales complejas. La publicación de un periódico o la producción de un programa televisivo exige -- el uso de recursos de capital y, por consiguiente, control finan- - ciero; demanda de gran cantidad de personal y cuerpo directivo al -- tamente especializado, y supone la aceptación y aplicación de con -- troles normativos y consiguientemente de un mecanismo de rendi- - ción de cuentas, tanto ante la autoridad exterior como ante el -- público, lo cual en nuestro caso se encuentra fundamentado en los artículos primero y quinto de la Ley Federal de Radio y Televi- - sión, de 19 de enero de 1960. Debe haber una estructura jerárqui- - ca interna que asegure continuidad y cooperación. Estos requeri- - mientos sólo pueden cumplirse si existe una organización formal; en consecuencia, las comunicaciones masivas deben distinguirse de la comunicación informal, no estructurada e interpersonal.

II.- Los medios masivos se dirigen a públicos amplios. Esto es una consecuencia de su economía y de la aplicación de una tecnología montada para la producción masiva y la difusión global. No es posible determinar con exactitud las dimensiones del público que da origen a la comunicación masiva, pero - éste debe ser mayor que la audiencia de otros medios de comunicación (como, por ejemplo, la que asiste a una conferencia o a una obra teatral) y a la cantidad de emisores. No se trata solamente de que el tamaño de una colectividad pueda constituir una dimensión sociopsicológica importante (10), sino que, además, un público numeroso implica la existencia de ciertas tendencias hacia la estandarización y la estereotipia en lo que respecta al contenido - de los medios masivos.

III.- las comunicaciones masivas son públicas, es decir, su contenido está abierto a todos y su distribución es relativamente inestructurada e informal. Por esta razón, no pueden considerarse medios masivos la prensa, el cine, la radio o la televisión cuando se utilizan exclusivamente en forma privada o - al servicio de organizaciones cerradas. Sólo en escasas oportuni-
dades es posible lograr acceso totalmente abierto, pues existen -

(10) Brom R. Manual de Psicología Social. Bs. As. Ed. Paidós, - -
1967. Pgs. 833-873.

limitaciones impuestas de modo deliberado o determinadas por la estructura social. La disponibilidad se puede controlar de manera formal mediante una variedad de recursos, tales como la fijación de nuevos precios, la distribución limitada de los aparatos receptores, el uso de redes de retransmisión, que reemplacen a las radioemisoras, las prohibiciones legales, en particular en el campo de las comunicaciones internacionales. Las limitaciones naturales son las que surgen de las diferencias del lenguaje, cultura, ingresos, educación, clase social; por otra parte, existen también limitaciones técnicas. El uso más frecuente de los medios audiovisuales, los progresos técnicos logrados en la comunicación a larga distancia y la difusión de la lectura y la escritura deben contribuir a generar una tendencia hacia una mayor apertura. Puesto que la comunicación humana se basa en la posibilidad de compartir significados y expectativas (11), la comunicación abierta implica la existencia de normas y valores comunes a emisores y público.

IV.- El público de los medios masivos de comunicación es heterogéneo. Es posible que esto sea por la consecuencia de la combinación de dos factores: la existencia de un público numeroso y la tendencia hacia una mayor apertura de acce-

(11) Mead G. H. *Espritu Persona y Sociedad*, Bs. As., Ed. Paidós, 1965. Pgs. 253 y sigs.

so, tanto la observación que confirman pruebas empíricas con respecto al público como su congruencia con proposiciones teóricas acerca de la naturaleza de la "masa" considerada como colectividad. Se puede considerar, que "la masa está integrada por miembros heterogéneos pues incluye personas que viven en condiciones muy diferentes, en culturas muy variadas, que provienen de diversos estratos sociales, tienen distintas ocupaciones y, por lo tanto, posee intereses, modos de vida y grados de prestigio, poder e influencia que difieren entre sí". A pesar de que se ha demostrado que el público lector de periódicos se estructura en gran medida de acuerdo con criterios económicos y educacionales, la investigación acerca de la radiofonía confirma el postulado de heterogeneidad. Se ha demostrado que la radio más que cualquier otro medio, llega a todos los grupos de la población de modo uniforme. Estudios más recientes acerca de la televisión han demostrado también que grupos socialmente diferentes suelen interesarse por el mismo tipo de material televisivo, en iguales cantidades. Una paradoja relacionada con la aparente heterogeneidad del público de los medios masivos de comunicación consiste en que cualquier agrupamiento de audiencia debe compartir un cierto interés por esos medios por determinados temas y aspectos y poseer un bagaje común de valores y convenciones naturales. El hecho de que en estos aspectos, la homogeneidad sea más o menos significa-

tiva que la variedad de antecedentes y circunstancias individuales es un interrogante aún sin respuesta.

V.- Los medios masivos pueden llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras. La radio y la televisión logran este resultado de un modo más completo que los distintos tipos de impresos, puesto que es posible que éstos se lean en momentos diferentes y sean usados de manera más selectiva. En relación con este contacto inmediato y simultáneo, podemos mencionar dos características significativas: en primer término, ello hace posible una mayor velocidad en la difusión y en la respuesta; y en segundo lugar, la simultaneidad permite una mayor uniformidad en la selección e interpretación de los mensajes. En ausencia de comunicaciones masivas, sólo los mensajes muy simples se transmitirán sin alteración de una persona a otra, y de esta manera aumenta considerablemente la posibilidad de una reinterpretación y una percepción y evocación selectiva (12). Los medios masivos no eliminan la selección y la interpretación de los mensajes en el proceso de comunicación, pero tales actividades quedan relegadas casi exclusivamente a la fase de "codificación", cuando los emisores los elaboran y transmiten. Sin embargo, si nos ate-

(12) Schramm, W; Lylej Parker. La Televisión en la vida de nuestros hijos. Universidad de Oxford, 1964, Pág. 77.

nemos a las pruebas disponibles acerca de la percepción, la interpretación y el recuerdo selectivo por parte del público, sería erróneo suponer que existen una absoluta uniformidad en lo que respecta al impacto de los medios masivos de comunicación.

VI.- En los medios masivos de comunicación, la relación entre el emisor y el público es impersonal, puesto que - personas a las que sólo se conoce en su función pública de emisores se dirigen a una audiencia anónima. El carácter impersonal surge en cierta medida de la tecnología de la divulgación masiva y de algunas exigencias de la función de emisor público. Entre estas exigencias podemos mencionar, por ejemplo, la necesidad de ser objetivo y de no estar personalmente comprometido en la selección de las noticias ni en el manejo de los contenidos que tienen significación normativa.

Los medios masivos que se hallan organizados para permitir que la comunicación fluya en una dirección y la relación entre la emisión y la recepción por parte del público es muy grande. Hay, sin embargo, mecanismos formales, en particular la investigación de la audiencia la correspondencia, la verificación de la demanda y los éxitos de taquilla, que reducen la ambigüedad de la relación emisor-público. Existen también procesos -

informales que se relacionan con una definición más clara de la función de los emisores y con la tendencia de éstos a aludir a individuos del público a los cuales pueden conocer o que son importantes para ellos. Aún así, la ausencia de mecanismos totalmente eficientes para determinar la respuesta del público es, en la actualidad, un elemento intrínseco de las comunicaciones masivas.

VII.- Por último, podemos decir que el público de los medios masivos de comunicación es una colectividad característica de la sociedad moderna que presenta varios rasgos distintivos. Es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, que observan un comportamiento idéntico y orientan su acción hacia fines comunes; sin embargo, no se conocen entre sí, tienen sólo un grado limitado de interacción; no rientan sus acciones los unos hacia los otros y no se hallan organizados, o bien su organización es demasiado laxa. La composición del público varía constantemente y no existen liderazgos ni sentimientos de identidad. Son esos rasgos distintivos los que han inducido a los investigadores de la conducta colectiva a considerar al público como un ejemplo de "masa". A pesar de que se ha cuestionado esta caracterización de la audiencia de los medios masivos de comunicación.

Después de haber considerado, aún cuando a --
grosso modo, las características de los medios masivos de comuni-
cación, pasamos ahora a referirnos a las consecuencias de estos
medios y sus efectos en la sociedad moderna:

Teniendo presentes estas consideraciones, po-
demos comenzar a analizar las consecuencias que pueden tener pa-
ra la sociedad las modalidades de comunicación en las que predom-
inan estas características, que vienen a reemplazar otras for-
mas de comunicación más privadas, personales y lentas. Las ob-
servaciones que exponemos a continuación constituyen, desde lue-
go, simples hipótesis y no descubrimientos consumados, pero to-
das ellas tienen alguna base empírica de sustentación.

En primer término, los medios masivos de comu-
nicación dan origen a nuevos complejos de actividad "relacionada
con la manipulación de símbolos" (13). Esto se incluye en la --
propaganda, las relaciones públicas la investigación de mercado
y de audiencia, y quizá, aún más importante todo lo que se rela-
ciona con la opinión pública. Los medios masivos proporcionan -
la base común para cierto tipo de noticias e información que per-
miten a las encuestas de opinión convertirse en una significati-
va, y a la vez, mediante la difusión de los datos escogidos, con

[13] Larsen O. N. Efectos Sociales en la Comunicación de Masas.
Chicago 1964. Pág. 351.

ñeren mayor autoridad y difusión a los hallazgos de tales encuestas. Dichos medios adquieren inevitablemente status y autoridad y ejercen cierto grado de control sobre las fuentes de información y sobre la opinión pública; es frecuente que puedan otorgar o negar prestigio y legitimación, y tienen considerable influencia sobre la conducta en lo que respecta al entretenimiento, el ocio y el consumo personal. Finalmente, tienden a constituir por sí mismos un campo institucional, con su propia estructura de autoridad, sus normas y controles independientes.

Una consecuencia adicional consiste en la adaptación de los órdenes institucionales existentes a estos medios masivos, que pueden prescindir de los canales de comunicación y las estructuras de autoridad propias de las esferas de la política, la religión, la educación, la familia y la economía, pues establecen un contacto "directo" con los individuos. Por ejemplo, gracias a los medios masivos, es posible difundir ideas políticas o religiosas sin control institucional, y en el campo de la educación y la socialización, los padres y maestros no pueden impedir el temprano acceso de los más jóvenes al contenido de los medios de comunicación para adultos. Si bien al comienzo la introducción de los medios de comunicación en las esferas propias de las instituciones existentes tropiezan con gran resistencia,

fieren mayor autoridad y difusión a los hallazgos de tales encuestas. Dichos medios adquieren inevitablemente status y autoridad y ejercen cierto grado de control sobre las fuentes de información y sobre la opinión pública; es frecuente que puedan -- otorgar o negar prestigio y legitimación, y tienen considerable influencia sobre la conducta en lo que respecta al entretenimiento, el ocio y el consumo personal. Finalmente, tienden a constituir por sí mismos un campo institucional, con su propia estructura de autoridad, sus normas y controles independientes.

Una consecuencia adicional consiste en la adaptación de los órdenes institucionales existentes a estos medios masivos, que pueden prescindir de los canales de comunicación y las estructuras de autoridad propias de las esferas de la política, la religión, la educación, la familia y la economía, pues establecen un contacto "directo" con los individuos. Por ejemplo, gracias a los medios masivos, es posible difundir ideas políticas o religiosas sin control institucional, y en el campo de la educación y la socialización, los padres y maestros no pueden impedir el temprano acceso de los más jóvenes al contenido de los medios de comunicación para adultos. Si bien al comienzo la introducción de los medios de comunicación en las esferas propias de las instituciones existentes tropiezan con gran resistencia,

En una sociedad donde los medios masivos de comunicación hayan alcanzado una amplia penetración, es bastante probable que existan fuertes tendencias a la uniformidad, puesto que las mayorías poseerán un bagaje de información rico, variado y en rápido cambio, procedente de un reducido número de fuentes de comunicación que operan de acuerdo con oportunas políticas selectivas. La homogeneidad resultante deriva sobre todo del hecho de grupos disímiles que entre sí tienen acceso a una imagen del mundo relativamente uniforme. Esta homogeneidad difiere de la uniformidad que hallamos en las sociedades tradicionales, como resultado de la internalización y aceptación de los valores y actitudes tradicionales, puesto que depende de un flujo constante de información y es, en cierto sentido, inestable. Sin embargo, puede arguirse que la capacidad que poseen las sociedades modernas para experimentar un rápido cambio social y económico sin mayor dislocación, es atribuible en parte a la existencia de un sistema centralizado de medios masivos de comunicación, que posee un efecto de integración en un período de diferenciación y fragmentación de las relaciones.

A partir de esta exposición es evidente que el desarrollo de los medios masivos de comunicación tiene significativas implicaciones para diversos e importantes ámbitos de -

la vida social, con el consumo, con la estructura de poder y con el cambio social. Por ese motivo no es sorprendente que ciertos interrogantes acerca de los medios masivos atraigan la atención de los sociólogos, aún cuando estos últimos sólo se dediquen a tales problemas de manera esporádica y las conclusiones a que -- llegan resulten a veces incompletas. El desarrollo de las comunicaciones masivas ha sido estudiado desde diferentes perspectivas, entre las cuales se hallan los diversos enfoques sociológicos. Sin embargo, no nos detendremos sobre este particular, ya que los alcances de un trabajo como el presente es limitado.

Veamos algunos criterios referentes a la acción que imputan a los medios masivos. Así pues tenemos: Entre los sociólogos que se dedican al estudio de los problemas sociales y la patología social, y quizá en mayor medida en el pensamiento del hombre común, es frecuente hallar un punto de vista -- que se opone al que acabamos de expresar. El enfoque que considera los medios masivos como factores de integración y conexión de los distintos componentes de una sociedad de masas tiene su -- anverso en otra perspectiva que los presenta como elementos que contribuyen al deterioro de los vínculos primarios y a debilitar la adhesión a las normas y valores sociales existentes. Se piensa que los medios masivos de comunicación acentúan el desarraigo y el aislamiento en un medio urbano, al crear una ficción de com

promiso en una sociedad compleja y limitar la auténtica participación. Estos supuestos efectos, unidos a las tan temidas consecuencias de la constante exhibición del crimen y la violencia y de la exaltación de los valores materiales, representan un poderoso estímulo para la investigación y la polémica, y fueron la causa de que los medios masivos hayan sido asociados fundamentalmente con la desorganización.

La crítica neomarxista de la sociedad industrial avanzada atribuye a los medios masivos de comunicación un papel de vital importancia, por ejemplo, constituyen un instrumento para mantener cierta forma de totalitarismo que no se apoya en el terror, sino que opera por medio de la creación y el manejo de "falsas necesidades" de entretenimiento, ocio, información y consumo individual. Los neomarxistas sostienen que estas necesidades le son impuestas al individuo por intereses creados, y que su existencia misma sirve para mantener las actitudes y hábitos establecidos. En su opinión, los medios masivos contribuyen también a la integración de las clases potencialmente antagónicas y permiten sumirlas en un estado de aceptación no crítica del statu quo.

Por nuestra parte, consideramos que el único camino más simple y viable para liberar a la gente de la opre-

sión de las falsas necesidades y permitirle percibir y adoptar -- otras alternativas consiste en la abolición de la propaganda y -- del "adoctrinamiento" a través de los medios de información y entretenimiento. Marcuse entiende que "el no funcionamiento de la televisión y de los demás medios similares podría permitirnos lograr lo que la contradicción inherente al capitalismo no alcanzó por sí misma, es decir, la desintegración del sistema". (14)

Los sociólogos de la política analizan el surgimiento de los medios masivos de comunicación desde dos o tres puntos de vista. Para algunos, el rasgo más significativo de -- esos medios reside en su especial capacidad para moldear la opinión pública e imponer la voluntad de simples demagogos o de los pequeños grupos que detentan el poder. Pues ven con cierta alarma la posibilidad de que los ricos utilizan las técnicas de propaganda para manejar la opinión pública de acuerdo con su conveniencia y para sofocar la opinión opositora. Por otra parte, la tendencia al monopolio o al control centralizado de los medios masivos de comunicación en las democracias, ha suscitado también la -- atención de los críticos. (15)

(14) Marcuse, H. *El Hombre unidimensional*. México, J. Mortiz, 1968.

(15) Mills, C. W. *La Elite del Poder*. México, F.C.E. 1963.

Desde otro punto de vista, los medios masivos son particularmente importantes a causa de que contribuyen a incrementar el caudal de información del electorado y ejercen considerable influencia sobre la conducción de la política democrática. (16)

Por último, el interés por los efectos persuasivos de los medios masivos de comunicación en las campañas electorales constituye una tendencia característica de la sociología política moderna. (17)

Nos resta señalar, para concluir con este capítulo, que los medios de difusión, al entrar a los hogares queriéndose o no, tienen una influencia buena y mala, y producen todo tipo de efectos sociales, culturales y educativos.

En cuestión familiar e infantil no es verdad que deban atenderse primeramente a las necesidades materiales y después a las morales, ni viceversa. Debe haber una atención conjunta, simultánea.

Estamos de acuerdo con Solís Quiroga (18) cuando propone como urgentes modificaciones:

(16) Lazarsfeld, P.F. La gente mira la televisión Nueva York 1963.

(17) Key, V.V. La opinión pública y democracia Americana.

(18) Solís Quiroga Héctor. Psicología de la delincuencia juvenil. Criminología. Año XXIV. Pág. 227.

a).- Suprimir las noticias, retratos y datos de menores delincuentes, viciosos, inmorales o de conducta errónea.

b).- Las noticias respecto a vicio, inmoralidad o delincuencia de adultos deben ser condensadas y realistas.

c).- Deben respetarse las edades mínimas para los espectáculos.

Debemos agregar que, sin una cooperación de la familia y de la sociedad en general, son inútiles todas las medidas que se puedan tomar. Así pues, los diversos medios de comunicación masiva, han de cumplir sus dos fines esenciales: la información verídica, objetiva, fiel; y la información de la recta conciencia de los hombres. He aquí la suprema misión educadora que les compete.

Cabe agregar también, que cuando todos, jóvenes y adultos nos pongamos a sanear el hogar, la escuela, el trabajo, la recreación, los medios colectivos de comunicación, las leyes, la política, los diversos estamentos de la sociedad en suma; cuando todos, jóvenes y adultos, nos decidamos a renovar nuestra conciencia extirpando de nosotros mismos el egoísmo, la injusticia, el odio, la soberbia, los instintos primarios y zoológicos, sólo entonces el mundo podrá enfilar hacia el único progreso que alienta y fortifica a todos los otros, el progreso moral del hombre.

CAPITULO II

LIBERTAD E INFORMACION.-

No vivimos en el mejor o en el peor de los - - países: vivimos en una comunidad heterogénea que busca, dentro de la libertad, los caminos de superación. Con equilibrio debemos - mantener esta libertad para hurgar en la realidad soluciones justas y perdurables.

la libertad debe de constituir un conjunto de garantías inseparables del hombre, de las relaciones de los hombres entre sí y del Estado ante los hombres.

Es muy importante entender -ahora que el hombre comienza a vivir los prolegómenos de una crisis universal, de una nueva etapa histórica- que se requiere de imaginación dentro de la libertad; imaginación en las actividades artísticas, científicas, políticas y económicas, para encontrar los caminos que aseguren al hombre de todas las latitudes nuevas formas de coexistencia, fieles a la integridad espiritual y física del ser humano.

La libertad significa responsabilidad que se - integra por muchos elementos; pero es, ante todo, una respuesta - de lo más íntimo de nosotros mismos para cooperar al bien de todos.

La suspensión de las libertades es en el fondo, el predominio del temor y éste la falta de confianza en que los propios procesos de cambio aseguren -cuando hay imaginación- en la búsqueda- caminos mejores.

En la libertad tenemos que encontrar los caminos de nuestra transformación social. Donde no hay libertad la injusticia se entroniza. Y no podrá haber libertad plena si esa vinculación que debe existir, no tiene una relación directa con la posibilidad de mejorar las instituciones.

La libertad requiere una significación más alta en tanto más auténtico es el diálogo ciudadano, más responsable el ejercicio de la opinión y más vivo el funcionamiento de una democracia.

El Estado garantiza el ejercicio de la libertad de expresión y una sociedad democrática debe ser plural en todas sus manifestaciones, por tanto es natural que se expresen distintas corrientes de opinión e incluso intereses divergentes; pero es indispensable que a éstos se anteponga un celoso respeto -- por la verdad y la defensa de los valores y objetivos supremos. La libertad supone la posibilidad de disentir, pero también la de estar de acuerdo con los actos del poder público.

La cultura no tiene compartimientos anquilosados, por ello debemos compartir reflexiones y propósitos positivos, y debemos estar seguros de que -aunque no siempre se racionalice- vamos por el mismo camino, en la búsqueda que es permanente al hombre.

Los grupos sociales tienen el deber moral de -aprovechar la inteligencia de sus miembros más distinguidos, con ello se promueven los cambios que se estiman deseables, ya que --aseguran su propio desenvolvimiento en la libertad.

La participación de las ciencias y las humanidades es imprescindible para la creación de bienes cuyo uso y disfrute hacen plena existencia.

La cultura popular se nutre en gran medida en la información cotidiana. Esta ha de cumplir, por tanto, una función didáctica. No basta con que muestre los hechos, es necesario que los explique, que les dé un marco de referencia y un sentido. Tiene la suprema responsabilidad de servir a la comunidad, mostrando sus necesidades, aspiraciones y avances, analizando las fuerzas que influyen en su evolución. Para cumplir este cometido debe mantenerse independiente frente a los núcleos del poder político y económico.

El derecho a informar y generar corrientes de opinión que expresen o puedan convertirse en demandas de la población, constituye una garantía inviolable y su ejercicio una actividad de interés público.

En virtud de la elevada misión que le corresponde, la actividad informativa no debe atarse a intereses de facciones que distorcionen la realidad, sino mantenerse alerta frente a toda maniobra que pretenda disminuir su capacidad de servicio.

Entre más compleja es una sociedad, mayores -- son sus conflictos, numerosas sus alternativas, y precisa y clara la información que se le proporcione.

Creemos que la nueva orientación que se ha dado al país, es resultado de una conciencia social, en cuya formación los medios de comunicación masivos han influido de manera decisiva.

La verdad no es negociable. La expresión de los intereses particulares no debe ignorar el derecho de la sociedad a estar informada. Hay que fortalecer el valor de las palabras. Estas, además de su significado intrínseco, tienen el va-

lor de quien las dice. Una sociedad de muestras de inconsistencia cuando su lenguaje se vuelve rutinario y convencional.

Después de haber hecho algunas reflexiones referentes a la libertad e información, pasamos a considerar, aún - cuando brevemente algunos razgos de la comunicación social:

a).- Es hoy una de las principales dimensiones de la humanidad.

b).- Abre una nueva época y forja una nueva -- cultura.

c).- Plasma al hombre y a la sociedad.

d).- Llena más el tiempo libre.

e).- Acerca entre sí a los hombres y a los pue blos.

f).- Despierta la conciencia de las grandes ma sas sobre sus condiciones de vida y sobre todo su necesidad de al fabetización.

g).- Suscita en los marginados aspiraciones y exigencias de transformaciones radicales.

h).- Produce un impacto sobre la persona toda que aumenta en la medida en que avanzan los satélites, la electró nica y la ciencia en general.

Lo anterior podemos decir es lo que encabezan las conclusiones sobre Medios de Comunicación Social del Documento de Medellín. La omnipresencia de los Medios de Comunicación Social en la sociedad moderna es una de las razones de esas transformaciones señaladas en dicho documento.

Las grandes transformaciones que hoy se están verificando en la humanidad no son producto de sistemas políticos o económicos cuando el bombardeo continuo de imágenes y sonidos que en número "casi infinito" llegan al hombre moderno por -- Los Medios de Comunicación Social.

De lo anteriormente mencionado, es necesario, que veamos un poco más de la importancia de la información. Así pues, Pierre Sauvage ha de notar ya hace algunos años el fenómeno del "deslizamiento que ha llevado irresistiblemente a la prensa de opinión hacia la prensa de información". (19). Con lo cual se explica que al tratar del influjo de los medios de comunicación social sobre las masas, ocupe el estudio de la información un lugar destacado. Todos sabemos, en efecto, que la opinión pública hoy en día tiene como fundamento una información, a la cual se suman después los comentarios, colaboraciones y hasta fantasías, di

(19) Verdad y Libertad de expresión, en las técnicas de difusión de la civilización contemporánea. Seminario Social francés. 1955, Pág. 245.

fundidos por la prensa, la radio, el cine y la televisión. Estos medios adquieren mayor influjo sobre el pueblo, en la medida en que se afincan en hechos concretos, porque el hombre moderno busca con afán un conocimiento, lo más exacto posible, de la realidad.

Por otra parte, la información no suele darse en forma de relato escueto de hechos, sino envuelta en una visión personal, "aderezada", por los informadores, quienes al mismo tiempo que testifican los acontecimientos les dan un matiz y una modalidad, que va más allá de la simple descripción de los mismos. Es bien diferente el trabajo de las agencias informativas que los corresponsales. Las primeras suelen ser impersonales, los segundos ofrecen una perspectiva comentada, enjuiciada y mejor vestida de los sucesos. El corresponsal no es un mero informador, ya que es enviado ante todo para observar, ver y fotografiar la realidad, que presentará al lector o al vidente como núcleo de sus comentarios. Es imposible desligar por completo ambas actividades, aún dando por supuesto que la mera información pudiera ser absolutamente objetiva. El periodista es un informador inteligente y culto, tanto más apreciado cuando mejor sepa vestir con galas literarias el contenido de sus informaciones, más sin poder prescindir de la compleja realidad del hecho informado.

Como orientación y punto de partida, podemos elegir un texto del Concilio Vaticano II, en su Decreto Inter-mirífica, en el cual se hallan condensados y confirmados muchos otros de los últimos Papas, de manera especial de Pío XII y de Juan XXIII. Dice así el texto: "Existe, en el seno de la sociedad humana, el derecho a la información sobre aquellas cosas que convienen a los hombres, según las circunstancias de cada cual, tanto particularmente como constituidos en sociedad. Sin embargo, el recto uso de este derecho exige que la información sea objetivamente verdadera y, salvada la justicia y la caridad, íntegra. (20).

Derecho a la información.-

Sólo muy de pasada nos detendremos en la primera afirmación conciliar, por ser la base de todo el problema. -- Del concepto de persona humana, de su dignidad y de la condición social del hombre, surge con ineludible lógica que no podrá ejercitar sus funciones en la vida de la colectividad, sin saber con exactitud de qué se trata. Este derecho, que a nosotros aparece tan obvio, no ha sido, sin embargo, bien comprendido a lo largo de la historia.

(20) Varias formas de civilización. Semanario Social Francés. - Págs. 21-22.

Ha de considerarse como dato curioso que el de recho a la información no ha seguido una línea paralela con el desarrollo social y cultural de la Humanidad. Mientras lo encontramos reconocido en las organizaciones tribales, donde la justicia y los asuntos comunes se ventilaban ante la asamblea popular, queda ignorado con la soberanía de los reyes. Aparece de nuevo en los regimenes democráticos y se oscurece en cuanto las estructuras se hacen más centralistas y autoritarias.

En la misma iglesia acontece algo semejante. - San Agustín expone ante los fieles, dos famosos sermones (21), un asunto concreto de sus monjes, pero, más tarde vuelve a introducirse la ley del silencio, los secretos y las disciplinas de los procesos a puerta cerrada. El Concilio Vaticano II, a diferencia del primero, se hace ante la faz del mundo, ampliamente abierto a la publicidad. Las diversas interpretaciones del derecho a la información no pueden enjuiciarse desde nuestros actuales puntos de vista, pero sí podemos afirmar que, además de la afirmación conciliar, la situación de nuestro mundo, las exigencias democráticas y la sensibilidad del hombre moderno, obligan a mantener el principio y la práctica del derecho a la información, como

(21) Idem.

elemento indispensable en la génesis de la opinión pública y como punto de apoyo para pedir a cada hombre que intervenga y se responsabilice en los negocios colectivos. [22]

Sujetos de la información.-

Cuestión previa, derivada de la anterior, es la de determinar quién puede y debe proporcionar la información adecuada. ¿Es un servicio del poder estatal?. ¿Puede dejarse en manos de empresas particulares, fiándose de su honestidad y rectitud?. Ambas fuentes tienen sus ventajas y sus riesgos. Charles Florit, presidente de las Semanas Sociales de Francia, advertía en 1955; "Los medios de expresión son instrumentos maravillosos de cultura y de información. Pero si se abandonan en manos de las autoridades públicas, ¿cómo dejarán éstas de sentir la tentación de explotárselas, al menos excitando las pasiones o deformando la verdad para consolidar sus intentos y asegurar el éxito de su política?. Y si, por el contrario se deja sin control al sector comercial, es decir al ansia de ganancia de las empresas fuertes, cuya influencia determina los modos de pensar y de obrar creando

[22] Sermones, 355 y 356. En el trabajo de J.L. Martín Descalzo. Los Problemas de la comunicación de lo Sagrado y la información sobre la iglesia.

un estilo de vida en los hombres, no es entregar las almas y el porvenir de la sociedad a rivalidades comerciales y a la voluntad de poder de grupos económicos, que no están siempre exentos de pe-
ligrosos intereses extraños?. (23)

Los autores del libro La Apuesta Europea escriben: "uno de los medios cada vez más empleados en algunos países por el poder administrativo, para asegurar el dominio de la opi--
nión pública, es el control, directo o indirecto, de la informa--
ción. En nombre de la pureza, nos hemos acostumbrado a la noción de la radio y televisión estatales. Esto es muy grave. La liber--
tad de información y el progreso de sus métodos están ligados a -
la mundialización" (24). De aquí se sigue que quien quiera que -
informe al público debe decir: la verdad, toda la verdad y nada -
más que la verdad.

Tratemos de evaluar la eficacia de nuestro sis--
tema de comunicaciones y averiguar qué podemos hacer para mejorar
lo. Los progresos de las comunicaciones en esta generación han -
sido aclamados como factores que contribuyeron notablemente a in--

(23) Op. Cit.

(24) La Apuesta Europea, de Louis Armand y Michel Dancourt. Ed. --
Plaza y Janes. Barcelona 1952.

crementar esa eficiencia. Y así lo han hecho, si medónos la eficacia desde el punto de vista del productor de la comunicación. - Se puede llegar a diez millones de personas en forma mucho más segura, mucho más barata e incomparablemente más rápida a través de una transmisión que recurriendo al uso de la impresión. Se ha señalado que más gente puede ver a Hamlet en un sólo programa de televisión que la que lo hubo visto alguna vez en las representaciones teatrales a lo largo de más de tres siglos. En una sólo hora de transmisión un candidato presidencial puede llegar con una exposición de sus opiniones a un público más numeroso que el que jamás podría esperar ver cara a cara viajando de pueblo en pueblo - meses enteros durante su campaña. Un fabricante puede tener una audiencia de decenas de millones de personas reunidas de una sola vez para escuchar un anuncio de su producto. Una profesora cuenta con nuevos materiales de enseñanza llenos de vida. Un gobierno - que desea que el pueblo compre bonos del ahorro nacional o se - - aliste en las fuerzas armadas o se abstenga de prender fuego en - los bosques -o para el caso un gobierno que quiere que el pueblo aborresca a los norteamericanos o que adopte el ateísmo- tiene a mano un medio mucho más eficaz de estímulo y persuasión. A cualquiera que tenga un mensaje que transmitir y que pueda lograr acceso a los medios modernos le es posible transmitirlo en forma -- más extensa y rápida y a una audiencia masiva a menos costo que - antes.

Este tipo de eficacia posee valores sociales positivos. La movilización progresivamente más completa y efectiva del esfuerzo nacional en la guerra revolucionaria, en la guerra civil y en la primera y segunda guerra mundial refleja la eficacia cada vez mayor del sistema de las comunicaciones. Sin esa misma clase de eficiencia, una economía nacional tan intrincada y compleja como la nuestra sencillamente no podrá mostrarse en forma alguna.

Con todo, esta eficacia no es la misma que la eficacia media desde el punto de vista del consumidor de la comunicación. Su elección dentro de los modernos medios, a menos que viva en una ciudad muy grande, probablemente habrá de verse limitada en cualquier noche a dos programas de televisión, a una media docena de programas de radio y quizá a dos o tres películas. Si sus deseos son más específicos y van más allá del entretenimiento fortuito o de las noticias diarias, casi seguramente se sentirá frustrado. Para el usuario que quiere mejorar su capacidad como tornero o mantenerse al día de las nuevas técnicas de la medicina, o averiguar algo sobre muebles antiguos o sobre el gobierno de Pakistán, o descubrir por sí mismo cuales son los peligros de la irradiación atómica, o escuchar un determinado concierto de Mozart, o incluso satisfacer cualquier curiosidad o deseo -

personal e individual, los medios de masas resultan excepcionalmente ineficaces. Hasta una empobrecida librería de una pequeña ciudad, no obstante su lamentable escasez, le resultará probablemente más útil.

Los valores de una sociedad libre se cifran -- de manera general del lado de los valores del consumidor individual de la comunicación. Lo que necesitamos es un sistema de comunicaciones que suministre al consumidor individual los más valiosos recursos para satisfacer sus necesidades de información y de enriquecimiento, y que fortalezca su capacidad de lograr el -- progreso personal y la autonomía de criterio. Necesitamos un sistema de comunicaciones cuya inclinación intrínseca tienda a aumentar la gama de informaciones y de las distintas fuentes de opinión y experiencias culturales que se encuentren simultánea y cómodamente a disposición de cada consumidor, en vez de un sistema cuya inclinación tienda más bien a incrementar el número de la audiencia puesta y simultánea y cómodamente a disposición de un solo orador.

Los problemas de política que supone la búsqueda de un sistema semejante de comunicaciones rara vez son captados en su totalidad. Surgen de trozos y fragmentos, en un debate

sobre tarifas postales, o en declaraciones sobre los trámites de licencias ante la Secretaría de Salubridad y Asistencia, o en los procesos antimonopolistas contra las diferentes ramas de la industria o del comercio, o en las disposiciones sobre censura, o en medidas de apoyo a las bibliotecas. Desarrollar una política unificada de comunicaciones exigirá un estudio extenso y cuidadoso - de muchos asuntos excesivamente complejos y técnicos, lo cual - - trasciende obviamente al alcance de un trabajo de estos o de varios de ellos. [25]

EL BIEN COMUN.

No hemos de tratar en esta ocasión de rehacer una síntesis de la doctrina sobre el bien común, en general harto conocida. Lo que sí es preciso destacar es que el cuadro de derechos y obligaciones, en orden a la información o a los medios de comunicación social o de masas, ha de concebirse dentro del Bien Común y, en cierto modo, los sujetos de la información, tanto activos como pasivos han de ser defensores del mismo. Como diría - Leon XIII es la "ley primera y última de la sociedad civil después de Dios, y nosotros añadiríamos como consecuencia que es tan

[25] Problemas y perspectivas de la comunicación de Masas. Dan -- Lacy. Ed. Troquel B). Bs. 1938.

bién la Ley de convivencia y equilibrio entre los miembros de la sociedad civil. Una convivencia y un equilibrio que sin él la sociedad no puede desenvolverse. Y así, cuando cualquier autoridad estudia las medidas a dictar y medita las consecuencias de una norma o de una Ley, ¿en que piensa sino es en el Bien Común?

No se concibe un Estado dictando normas contra el Bien Común.

Una vez más se presenta la cuestión del bien individual y el bien colectivo tan directamente relacionado con la cuestión informativa. El Bien Común nos lo encontramos tanto como bien propio de la colectividad o comunidad, como de los particulares que la integran y no hay duda que, en un estudio sobre los efectos de la información, interesa tanto uno como otro. Así la doctrina pontificia tan abundante en esta materia, señala cuatro elementos que constituyen la esencia del Bien Común. Ante todo -señala González Moralejo en su trabajo: "Pensamiento Pontificio sobre el Bien Común-: El Bien Común es algo que se realiza en la sociedad y ofrece a las personas que en ella conviven como un ambiente propicio, un clima, unas condiciones externas favorables para el desenvolvimiento de su personalidad. Sin ellas, por más que el hombre disponga de medios abundantes para laborar por

su perfección, tropezarla constantemente con obstáculos que se lo impedirían. Esas condiciones son la paz social, la seguridad en el ejercicio de los derechos y la máxima libertad e independencia para el desenvolvimiento de familias e individuos.

Estas condiciones nos llevan, sin necesidad de retrotraernos a otros testimonios, a la idea central: tanto el Estado como los Ciudadanos han de procurar el Bien Común en todas sus actividades relacionadas con la información.

Mas en esta materia, los sujetos que intervienen son, como declamos anteriormente, activos y pasivos. Con una característica: que los activos son pocos, muy pocos, mientras -- que los pasivos, en la generalidad de los casos, son muchos, masas, con toda la problemática que ello trae consigo. Aún cuando se habla del Estado, como sujeto activo, realmente serán unas personas las que orienten o dirijan esa información que luego se personifica en el Estado como promotor de ella. En general puede decirse que los sujetos activos de la información son los que tienen formación para interpretar. Particularmente, políticos, filósofos, sociólogos e ideólogos, son de alguna manera los promotores de la información.

Sus derechos y obligaciones, en principio claros en orden al tantas veces citado el bien común, se ven muchas veces mediatizados por una falta de independencia. ¿Estos promotores son auténticamente libres? ¿No están influenciados por -- sectores o grupos de distinta naturaleza, políticos unas veces, -- profesionales otras, o del mismo Estado? Se ha dicho -Martín -- Sánchez, y con razón, que más preocupa la influencia de los grupos económicos que la que pueda sobrevenir del Estado. En tal caso estos sujetos se debaten entre la promoción informativa, sujeta sus conocimientos y mentalidad, y la realidad que los oprime y les coarta la libertad de manifestar lo que de sus conocimientos se deriva. Solamente un marco legal en el que se garanticen totalmente la libertad de expresión, con la subordinación precisa -- al bien común, puede dar respuesta a esta gran preocupación.

Villanueva, en "La dinámica y el valor de la -- opinión pública" dejene a los sujetos pasivos como aquellos "que con su adhesión sostienen las opiniones de los promotores". Estos receptores de la información, algo interpretan y aceptan, pero todo ello según sus condiciones. Una vez más entra en juego -- la formación de los sujetos pasivos. El deber de formar y la -- obligación de formarse.

Varias son las fases que se dan por especialistas en estas materias en relación con la captación de la información y la atención que a la misma se preste. Fases que son tan claras que podría pensarse en que para "formar la recta opinión pública" habría que seleccionar en qué momento se puede actuar -- con mayores garantías de éxito, desde el punto de vista de los deberes u obligaciones de quienes aportan una información o de quienes deben controlar u orientarla con razón al objetivo supremo. Se dice que las fases son: contacto, interés, atención evaluación, adhesión o repulsión y adopción.

En la primera de tales fases, es decir, la de contacto, la acción y la naturaleza de los medios de comunica--ción es directísima y el primer impacto es muchas veces tan pro--fundo, que es difícil alterarlo posteriormente. Mas no es menos cierto que el interés por la información está subordinado a la manera de la presentación y ello influye considerablemente en la --adopción o no de la información, y pasa como con la atención, que es muy difícil de medir. Muy importante es la evaluación la cual la hace siempre el receptor, ajustando lo que ve u oye a sus propias convicciones o interpretaciones, con lo cual, una vez más, --se ponen en relación la formación del sujeto pasivo con la actua-

ción del activo en materia informativa. La adhesión o repulsión es casi siempre una consecuencia de la anterior y la adopción como cosa propia de la información recibida, es el último paso en esta escala. Parece entonces que las acciones responsables se concentran en dos de estas fases: en lograr la atención y conseguir la adopción. ¿Cómo influir en esos momentos?

Los métodos de influir suelen ser cuatro: educación, propaganda, publicidad e información.

Sobre la educación decimos: es una acción a muy largo plazo y supone una especie de comunicación constante entre educador y educando. Más no es menos cierto que a esa acción hay que orientar los mejores esfuerzos y todos los medios y recursos disponibles. No es acción rentable a plazo inmediato en la generalidad de los casos, pero sí es la más rentable a largo plazo.

La propaganda sobre aquellas cuestiones más vitales es otro de los medios de mayor eficacia para la formación de la recta opinión pública. No tratamos aquí de la propaganda en el sentido más simple y conocido del término. Esta es una acción metódica sobre la opinión de un público para hacerle partici

par en ciertas concepciones de la vida o al menos en ciertas representaciones colectivas y en ciertas relaciones con una concepción de la vida. La simplificación, la exageración, el simbolismo, la repetición o la orquestación son constantes generalmente admitidas y que, a veces, constituye auténtica obligación al ser tenidas en cuenta, cuando de proyectar una idea básica en la opinión pública se trate.

De la publicidad, "propaganda de la paz", como así se la ha llamado, poco hay que indicar más de ella, como de la información, lo que sí se puede afirmar es que está condicionada, y a veces en qué grado, a los medios de difusión.

Parece entonces un deber inexcusable actuar sobre estos medios que, de una forma indirecta, pero casi se podría afirmar que directa, tanto pueden condicionar la información.

Parece con lo que hemos expuesto que la acción sobre la opinión pública tiene fases o momentos que son susceptibles de acción sobre ella, más no es menos cierto que, a veces, estamos ante un círculo vicioso. La opinión pública se ha definido a veces como "La voz del pueblo responsable". De alguna manera la opinión pública actúa de modo que mediatiza la acción de los medios informativos o de los promotores de la información.

¿Se puede en materia de información, con su secuela formativa, tener se ciega en la mayoría?. La presión de la opinión pública -- precedente interfiere, y muy seriamente, en la información cuando ésta hace mención no al hecho objetivo en sí, sino a la interpretación que del mismo se haga. No es descubrir nada nuevo si se dice que en algunas ocasiones la presión citada obliga a los promotores de la información a opinar sobre materias, que, en el fondo, no son opinables.

Esto nos lleva a una cuestión más importante -- aún: la conformación de la opinión pública para que esté preparada para adoptar cualquier información que, en un momento determinado, surja. O dicho en otras palabras, preparar a la opinión pública para que "adopte" una información y lo haga suya.

Surgen así cuestiones tan importantes como la táctica que hay que seguir en relación con la opinión pública. Y así discurren toda clase de posiciones: la posición totalitaria -- que "dicta la opinión pública", concorde con la idea de que la -- opinión pública depende exclusivamente de las condiciones materiales del hombre. O la opinión pública "guiada o dirigida", cuyo control está en manos del profesional de la información, con la -- previa censura o las consignas de prensa, o a los medios de difu-

sión. Hasta la "condicionada" típica de los países democráticos que consideran la libertad de información como derecho sagrado -- del hombre. Así la declaración de los Derechos Humanos cuando -- afirma: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión o de expresión, lo que implica el derecho a no ser molestado por -- sus opiniones y al de buscar, recibir y difundir, sin considera-- ción de fronteras, las informaciones y las ideas por cualquier me-- dio de expresión (8). Según esto, es evidente que la opinión pú-- blica se forma casi espontáneamente, pero no es menos cierto que en la práctica las cosas no son tan simples. Empecemos por consi-- derar que hay valores como los científicos o los religiosos, que no son opinables. Tampoco hay que olvidar que para difundir esas ideas es preciso unos medios que no siempre están al alcance de -- todos. Por último, el sufragio universal en estas materias se -- presenta tan peligroso como discutible.

En síntesis, los sujetos de la información, -- tanto activos como pasivos, se enfrentan con unos derechos y unas obligaciones claros en la teoría, pero difíciles de llevar a la -- práctica, aun supuesta siempre la rectitud de intención.

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, SU SITUACION JURIDICA Y SU EMPLEO
EN EL DESARROLLO ECONOMICO - SOCIAL.

Estamos concientes, de que al hablar de la situación jurídica de los Medios Masivos de Comunicación, sólo podemos hacerlo en forma por demás sonera, dado que como ensayistas, reconocemos que nuestra capacidad apenas ha entrado al mundo de la investigación. Sin embargo, este propósito lleva nuestra más sana intención de hacerlo lo mejor posible.

Ahora bien, en cuanto a los antecedentes de la actual legislación mexicana en relación a la radio y televisión, nos encontramos que la Constitución de 1857 expresaba en su Artículo 72: El Congreso tiene facultad para dictar leyes sobre VIAS GENERALES de comunicación.....

Para 1917 el criterio no había variado La Segunda Comisión Legislativa del Congreso Constituyente de aquél año en la lectura de su dictámen afirmó ".....Vías Generales de Comunicación, que por su naturaleza son Federales.....".

En ambos casos se utiliza el término VIAS GENERALES, con la significación de "Vías Federales", como claramente lo ha precisado el Licenciado José Luis Fernández en su libro Derecho de la Radiodifusión.

Todavía en el primer dictámen emitido por la Comisión Legislativa el 18 de Noviembre de 1939, se habla de --

"Ley de VIAS FEDERALES de Comunicación", haciendo una exposición de motivos para fundamentar tal denominación".

Con apoyo en dichos textos Constitucionales y en la facultad otorgada al Congreso Federal, se han emitido Leyes de Vías Generales de Comunicación el 14 de Junio de 1888, el 29 de Agosto de 1931, el 29 de Agosto de 1932 y el 30 de Diciembre de 1939.

Recurrimos a los estudios que sobre la materia ha realizado el Licenciado Fernández, quien comenta:

"Estas Leyes, excepto la primera, incluyeron entre las "Vías Generales", las instalaciones Radioeléctricas. De tal manera que bajo su vigilancia las radiodifusoras quedaron reguladas, junto con las demás, como tales vías generales, es decir, exclusivamente como vehículos aptos para la comunicación, pero no fueron reguladas desde el punto de vista del contenido de su actividad, que lógicamente, es lo más importante. Existía, -- por tanto, una terrible laguna legislativa en nuestro país, que se había venido subsanando a base de reglamentos del Poder Ejecutivo, el último de los cuales, dictado el 6 de Febrero de 1942, era el único instrumento con que contaban autoridades y particulal

res. Sin embargo, tal reglamento y su validez eran muy discutibles".

Fue hasta el 19 de Enero de 1960 que entró en vigor en México la muy necesaria Ley Federal de Radio y Televisión.

Refiriéndonos a esta legislación, el Presidente de México Adolfo López Mateos, dirigió el siguiente mensaje a las Repúblicas de América, el tres de Octubre de 1960, con motivo de celebrarse el día de la Radiodifusión Continental:

"La libre manifestación de las ideas es uno de los pilares más firmes de la democracia. De acuerdo con este principio, el 19 de Enero entró en vigor en México la Ley Federal de Radio y Televisión, que a nuestro juicio debe cumplir con su misión social, pues pone la libertad de informar y de transmitir imágenes e ideas, dentro de las normas jurídicas que garantiza el ejercicio de este indeclinable derecho humano.

"Consideramos que los pueblos con mayor conciencia cívica demuestran que el respeto a la ley nace del responsable ejercicio de la libertad. En nuestra ley no existe inquisición ni censura previa, pero impone el deber y la responsabilidad

de que estos instrumentos de divulgación, tan delicados y poderosos, sean utilizados con altura de ideas y propósitos".

Pasamos a analizar algunos aspectos de mayor importancia de la ley que se menciona, la cual principia instituyendo el dominio directo de la Nación sobre el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, asentando que dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

Entre otros aspectos:

Señala a radio y televisión una función social. Deja en libertad a las estaciones para fijar sus tarifas señalándole desde luego las mínimas que debe cobrar. Garantiza que no se censuren previamente las transmisiones, pero impone un sistema de vigilancia.

Crea el Consejo Nacional de Radio y Televisión. Simplifica el sistema de inspección administrativa, con personal pagado por el Erario.

Separa y clasifica la competencia de las Secretarías de Estado respecto a radio y televisión, señalándoles sus facultades, más careciendo del sistema que obligue al cumplimiento de las mismas.

Establece limitaciones para emisiones de ciertas clases, por ejemplo la retransmisión de programas extranjeros o los de concurso.

Asigna a las estaciones la obligación de llevar a cabo transmisiones con tonos educativos, culturales y de orientación social.

De la Ley Federal de Radio y Televisión se desprenden obligaciones. Unas a cargo de los concesionarios y otras a cargo del Estado, estas por cuanto a vigilancia del funcionamiento de los concesionarios y permisionarios.

El concesionario queda comprometido a:

Cumplir con la función social, mediante sus emisiones, de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de humana convivencia.

Prestar el servicio concesionado por sí mismo, no enajenando la concesión sin previo permiso de la Secretaría de Comunicaciones.

Operar de acuerdo a las normas técnicas que dicte el Estado, por medio de la Secretaría de Comunicaciones.

Transmitir en forma gratuita y preferente los boletines de cualquier autoridad, vinculados a la seguridad y defensa del Territorio Nacional, la conservación del orden público o destinadas a prever o remediar cualquier calamidad pública.

Eslabonar sus instalaciones para transmitir in formes de trascendencia nacional, a juicio de la Secretaría de Go bernación.

Anunciar previamente al auditorio, los programas impropios para la niñez o la juventud. De los cuales obliga a la emisión del mensaje de ser clasificado no apto para determinada edad.

Aprovechar y estimular los valores y expresiones del arte mexicano.

Usar en sus transmisiones el idioma nacional.

Dar a conocer cada treinta minutos las letras nominales de la difusora y la localidad en que se ubica.

Incluir en la programación cotidiana, informaciones políticas, culturales, deportivas, sociales y otra de inte rés general; dando a conocer la fuente de información y el nombre del locutor.

Acatar las observaciones que por escrito le formule la Secretaría de Gobernación, si a su criterio las transmisiones no se ajustan a la ley o su reglamento.

Evitar en las transmisiones cualquier influencia nociva al desarrollo armónico de la niñez o la juventud.

Evitar las transmisiones que corrompan el lenguaje, las contrarias a las buenas costumbres; denigren u ofendan el culto cívico a los héroes, las creencias religiosas o discriminen racialmente; así como aquellas que utilicen arbitrarios de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Abstenerse de noticias, mensajes o propaganda contrarias a la seguridad del Estado y al orden público.

No transmitir programas patrocinados por un Gobierno Extranjero o un organismo internacional, sin contar con autorización previa de la Secretaría de Gobernación.

No interceptar, aprovechar o divulgar los mensajes que no estén destinados al dominio público y que se reciban por los aparatos de radiocomunicación.

Evitar la publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza.

Abstenerse de cualquier propaganda engañosa, de productos industriales, comerciales o servicios. Va sea por exageración o falsedad en sus indicaciones, usos propiedades o aplicaciones.

Abstenerse igualmente, de exageración en la publicidad de bebidas alcohólicas de más de 20 grados, evitando también emplear en ella a menores de edad o ingerir real o aparentemente el producto durante la transmisión y como parte de ella.

No realizar la propaganda de sorteos, loterías o rifas sin contar con autorización previa de la Secretaría de Gobernación.

No efectuar programas de concurso, preguntas y respuestas y otros similares en que se ofrezcan premios, sin la previa autorización estatal.

Debe evitar que trabajen en su estación locutores que carezcan de certificado de aptitud.

Bien, ahora conozcamos cuáles son las obligaciones que se impone el Estado, respecto a radio y televisión:

Proteger a la radio y la televisión.

Promover la transmisión de programas de orientación social, cultural y cívica, cuestión ésta que no se encuentra reglamentada.

Dar facilidades para su operación a las estaciones que por su potencia, ubicación o frecuencia, tengan posibilidades de ser captadas en el extranjero, para divulgar la cultura mexicana, fomentar las relaciones comerciales de México, impulsar el turismo y transmitir información sobre los acontecimientos nacionales.

Fomentar y organizar la enseñanza mediante la radio y la televisión y promover la susperación cultural y la propiedad del idioma.

Promover y organizar la orientación social a favor de la salud popular.

Dictar normas técnicas para la operación de las estaciones, de acuerdo con las reglas de ingeniería internacionalmente aceptadas.

En igual sentido dictará las medidas pertinen-

tes para evitar interferencias entre las estaciones nacionales y proteger a éstas de las interferencias de emisoras ubicadas en el extranjero.

No conceder ventajas que signifiquen privilegios de unas empresas en detrimento de otras.

Abstenerse de realizar inquisiciones o limitar en cualquier forma la libertad de información o expresión, así como de ejercer censura previa.

Fundar y vigilar el sistema de escuelas radiofónicas.

Y, por último, efectuar la vigilancia e inspección de los servicios de radio y televisión, con personal a su cargo, es decir, pagado por el Estado.

Después de haber considerado aún cuando a -- grosso modo la ley de referencia, donde la actitud o comportamiento tanto de las empresas, cuanto del Estado deben encuadrarse, pasamos por último, a considerar las obligaciones y los derechos -- que corresponden a los ciudadanos, tratando con esto de que tal -- trilogía quede lo más coordinada posible, y así alcanzar el ajuste y adecuación en la utilización de los medios masivos de comunicación.

Así pues, en cuanto a las obligaciones de los ciudadanos podemos decir que son:

- 1.- Hacer una recta elección de los medios de comunicación social.
- 2.- Conocer los juicios o criterios de personas competentes.
- 3.- Difundir las informaciones obtenidas con responsabilidad y prudencia.
- 4.- Contribuir económicamente al desarrollo de los medios de comunicación social responsables y solventes.
- 5.- Aprovechar las informaciones para su propia formación.
- 6.- Influir positivamente en los responsables y promotores de la información.
- 7.- Reaccionar en la forma conveniente ante las informaciones o fuentes de información inadecuadas.

- 8.- Entregarse a la actividad informativa en caso de predisposición para ello.
- 9.- Actuar coordinadamente siempre que sea posible y necesario.

Por lo que se refiere a los derechos de los --
ciudadanos podemos establecer los siguientes:

- 1.- A recibir información veraz completa y puntual.
- 2.- A ser orientado con acierto.
- 3.- A recibir información conducente a su formación integral.
- 4.- A promover empresas informativas o a participar en ellas dentro del ordenamiento legal establecido para los medios de comunicación social.
- 5.- A promover información, previa conciencia de su competencia en la materia.

Por todo lo anteriormente considerado podemos decir: que la comunicación moderna ha puesto a la gran mayoría de

Los hombres en contacto inmediato con fenómenos que les eran desconocidos. Los ha introducido, súbitamente, en un universo de -- acontecimientos que se generan en todas partes y aparentemente -- sin concierto.

Sí aún quienes poseen conocimientos superiores se sorprenden a veces con noticias que ponen en entredicho su concepción del mundo, con más razón quienes apenas han tenido acceso al alfabeto, suelen sentirse extraviados en la sociedad de nuestros días.

Entre la didáctica y el juicio, entre la noticia y el razonamiento, entre el hecho y sus antecedentes, se halla el camino profesionalmente difícil y moralmente comprometido, del informador de nuestro tiempo (26) ya que él es parte importante para contribuir al desarrollo económico y social. En relación a esto podemos decir que el desarrollo económico y social es un nuevo fenómeno, al menos en su terminología, ha aparecido en los últimos tiempos en casi todos los países: el desarrollo económico y social. Nueva al menos la idea de planificación del crecimiento.

(26) Echeverría y su Pensamiento Educativo. Xaime Escutia Serrano, Ed. Libros de México, S. A. Pág. 187.

El progreso, la elevación del nivel de vida y tantas otras cuestiones que hoy se manejan por expertos y legos en la materia con gran profusión, han existido siempre. Mas una idea de conseguirlo ordenadamente, con una planificación hecha a priori, quizá sea esto la novedad del tema. Una novedad relativa también como es lógico.

En el fondo, un plan de desarrollo es un inventario de lo que se posee, tanto real como potencialmente; la definición de unas metas a alcanzar y la adecuación de aquellos recursos al logro de estas. Más no es menos cierto que esa adecuación supone, en la mayoría de los casos, una renuncia a costumbres anteriores, a hábitos o medios de acción. Toda ruptura de este tipo exige una acomodación de mentalidades no fácil de conseguir en poco tiempo. Hay un proceso educacional que no puede pasar inadvertido. En ese proceso están LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS, los medios de difusión informativa, con un papel no solo importante, sino que bien se le puede calificar de imprescindible.

En efecto, ¿a quiénes o a quién hace el desarrollo?. El desarrollo no es solamente el estudio teórico de esos recursos y de esas finalidades. Eso es el proyecto de desarrollo que no es igual. El desarrollo lo hacen los sujetos acti-

vos de la comunidad o sociedad a la que el desarrollo se orienta. Funcionarios, empresarios, técnicos y trabajadores son los que -- con su esfuerzo han de llevarlo a cabo. Y es indiscutible que si estos sujetos activos del desarrollo no se identifican con los fi nes del mismo, no se logrará nunca. Es un caso claro de "conciencia nacional", sin la cual la empresa no se logrará. Es una acción conjunta y a la vez individualizada. (29)

Formar esa "conciencia nacional" es tanto como crear "una recta opinión pública" acerca de este problema, de sus ventajas, de la realidad de los logros, del conocimiento del tiem po que se ha de invertir, todo con realismo, sin utopías que darían lugar a que esa misma opinión se hiciera contraria e influye ra masivamente en ese desarrollo -no crecimiento- que se busca y desea. No parece preciso insistir en que tal labor de formar esa opinión de masas recaer casi íntegramente sobre los medios de difu sión o de comunicación social. Más creemos que es un caso eviden te de formación de masas, pero que requiere una acción distinta - según la formación de cada cual. No es lo mismo la amplia infor-

(29) Comunicación masiva y efectos sociales. David Campos Beltrán. Tesis Profesional. UNAM.

mación que ha de darse de las personas legas totalmente en materias económicas que la pueda impartirse a la población de nivel cultural elevado o al especialista. Entonces estamos en presencia de una información especializada. Más, salvo excepciones, -- guiada por un elemento común: la vulgarización de los objetivos y de los medios a emplear. (30)

Si bien los medios informativos aparecen como imprescindibles, no es menos cierto que en ese desarrollo la tarea periodística está afectada por todos o casi todos los problemas económicos típicos de cualquier industria. Los medios de comunicación también están sometidos en el aspecto instrumental a los problemas del desarrollo general. Entonces, ¿la primera acción del desarrollo debe estar orientada a potenciar los medios de comunicación social, o tal potenciación es consecuencia del -- desarrollo?.

Legendo a Gonzalo Cerezo, éste señala que la prensa y, en general, los medios de difusión presentan las siguientes características, en relación con el desarrollo:

La prensa es índice del desarrollo de un pueblo.

(30) Op. Cit.

La prensa es el canal por el cual se propaga - el llamado "efecto demostración".

Los medios de difusión son soporte de intereses económicos.

La prensa como empresa tiene en el desarrollo todos los problemas típicos de cualquier actividad industrial.

¿Estamos ante un círculo vicioso?. El mundo - entero está arrastrado por la modernización de las instituciones y de las estructuras estatales. Pues bien: el desarrollo político, como el económico, no pueden llevarse plenamente a cabo si no es teniendo en cuenta las características de la sociedad en que - vivimos, que es una sociedad de masas; pero que es igual -y aun - preponderantemente- una sociedad de máquinas, en la cual las actividades informativas adquieren un singular relieve de cara a la - referida modernización.

A nuestro juicio creemos que la tarea de un -- desarrollo económico y social no exige plenamente una previa y -- exagerada ampliación de los medios de difusión. La razón es - -- obvia: un desarrollo tiene que ser armónico y si se empezara por desarrollar un sector, aunque fuera como premisa para el desarro-

llo de los demás, surgiría una acción no equilibrada, que es precisamente uno de los fallos más importantes que puede tener un plan.

Lo que sí es cierto es que a medida que un país se desarrolla, los medios de comunicación también lo hacen, de forma que ha llegado a considerarse este desarrollo como un Índice del desarrollo general de un pueblo. Así, por ejemplo, la UNESCO señala como Índice de desarrollo el de un país que venda diez ejemplares diarios de prensa por cada cien habitantes o tenga cinco aparatos de radio o venda dos entradas de cine diarias, o posea dos televisores siempre por cada cien habitantes. Y así están por encima de tal Índice, Estados Unidos, con más de veinticinco ejemplares, o la Europa Occidental (Gran Bretaña, con 58; Suecia con 46; Alemania con 45; Francia, con 24.....). Es evidente que México está por debajo principalmente en cuanto hace a los medios rurales, aún cuando con tendencia creciente.

Bien es verdad que los efectos se entrecruzan y así, a medida que se lee más o se recibe mayor información, lo que pudiéramos llamar modos de vida superiores, inciden sobre los inferiores, dando lugar a un incremento del consumo, que a su - -

vez, y lógicamente, es motor del desarrollo. Es decir, por un lado es índice y por otro motor del desarrollo. La sombra del consumismo también habría que considerarla por sus hondas repercusiones sociales.

Es cierto también que la prensa, y, en general, los medios de difusión son soporte de tensiones económicas en el desarrollo. Crean por así decirlo nuevas preocupaciones, justificadas, pero preocupaciones. A este respecto podrá citarse entre muchos ejemplos, el estudio que hizo el periódico francés "L'express" en 1964, cuando señalaba que las grandes preocupaciones de los franceses eran en aquel entonces: el nivel de vida, los problemas de la vejez, la seguridad social, la enseñanza y la agricultura. Y lo eran por la acción permanente que sobre estas -- cuestiones presentaban los medios de difusión. Dicho en otros -- términos, esas preocupaciones estaban presionando para actuar en torno a los mismos y como el desarrollo lleva sus pasos, a veces esas presiones van por delante de las posibilidades reales. Ello puede conducir, más que a una reacción violenta contraria, a una decepción o a una sensación de fraude.

Es un caso claro del deber de intervenir para evitar que, lo que puede ser un acicate lógico, se convierta en una reacción negativa de los sujetos activos del desarrollo.

Por último, como empresa propiamente dicha, la prensa y, en general, los medios de difusión presentan en el desarrollo los mismos problemas que las demás actividades industriales, es decir, la necesidad de elementos financieros, inversiones en mayor o menor grado, formación del personal cualificado que ha de servirla, aplicación de técnicas modernas de la máxima productividad. Y es aquí donde, lógicamente, surgen las pugnas entre quienes al intervenir buscan, como es natural, una rentabilidad a sus inversiones y, por otro lado, la delicadeza extraordinaria de lo que tales empresas "producen", que en buena lógica está sometida esa producción a algo más importante que la citada rentabilidad económica. Aquí se ve claramente el gran peligro que se presenta al ser una empresa, con todos los problemas de cualquier sector en desarrollo y la difícil misión que a tales medios les compete. Como se trata de una industria que atiende a necesidades surgidas o hechas surgir en acción sobre el alma, todo cuidado que la Sociedad despliegue en este ámbito, parecerán siempre poco. Las técnicas modernas serán aplicadas con muchísimo respeto. Pues bien, la presión económica puede ser de tal índole, que

desvíe del objetivo básico del desarrollo, es decir, de formar -- "una recta conciencia" o "una recta opinión pública". Deber es, por tanto, el controlar de alguna manera este posible antagonis-- mo entre los rendimientos económicos y los objetivos de los me-- dios de difusión.

A nuestro juicio, ante estas tensiones, reco-- bra especial actualidad la tesis de que la estructura de la empre-- sa de medios de comunicación tiene que tener como base esos dos -- equipos: "equipo capital" y "equipo de gobierno", siendo necesas-- rio agregar "equipo del pensamiento". Hay quien mantiene la te-- sis de que, para evitar tales tensiones, debe de alguna forma po-- derse garantizar la rentabilidad económica o, incluso, determinar la en lo posible. ¿Más quien garantiza esa rentabilidad, aunque sea mínima?. Quien la garantiza no puede ser más que un poder o financiero, o político, que, a su vez, entonces dominará sobre la empresa, restando posiblemente libertad de actuación. No parece viable esta solución, más que siendo el propio Estado, como celador del Bien Común, el que actúe en este sentido.

Ello nos conduce a otro punto de no menor ín--

terés: dependerá del sistema político en que el desarrollo se lleve a cabo, el que los medios de difusión orienten de una forma u otra. Y así, en un régimen autoritario, no hay duda de que los medios de difusión estarán al servicio de la planificación económica. Nadie discute que los objetivos finales sean aceptables y deseables, más puede presentarse un aislamiento o desviación entre la planificación y la vida real, que, con un sentido de crítica constructiva, debería manifestarse y que, posiblemente, se ocultara. Los errores de cálculo que en actuaciones microeconómicas son siempre posibles, quedarán sin salir a la luz pública, con todo lo que ello supone.

Por otro lado, en un régimen no autoritario, de mayor libertad de expresión, no hay duda que esos inconvenientes se salvan, pero no es menos cierto que un exceso de libertad de información puede sembrar un cierto confucionismo entre los sujetos pasivos, dada la complejidad del tema y los intereses contrapuestos que, inevitablemente, surgen ante un proceso de desarrollo económico. Y en un desarrollo social, consecuencia y fundamento a su vez del desarrollo económico, todavía el fenómeno se presenta con mayor virulencia.

Podría ser solución el fomentar la prensa especializada, pero creemos que sería una solución parcial. La -- prensa especializada, y más en estas materias, llega en un país en desarrollo a sectores muy limitados de los sujetos pasivos de la información. Si la idea es vulgarizar los temas económicos y sociales, hay que procurar que llegue por todo los caminos posibles hasta conseguir, como señalamos anteriormente, una auténtica identificación de los sujetos activos del desarrollo con los objetivos y medios de éste.

No falta tampoco quienes sostienen que, ante un plan de desarrollo, lo que nunca puede hacerse es tratar de - informar sobre todos los aspectos que el problema plantea. Que es preferible limitarse a las cuestiones generales, dejando las específicas para acciones concretas de información por sectores. En principio, esta solución es buena, pero adolece de esa falta de uniformidad o mejor de equilibrio que toda planificación lleva consigo y sin la cual está condenada al fracaso. No hay que olvidar que el desarrollo, no el crecimiento, es una empresa nacional, a la que todos están incorporados y, por tanto, todo lo que conduzca a dividir a crear comportamientos estancos, no es -

favorable. Aquí la recta opinión pública es, sin duda, la idea de una acción armónica y general, y que, además, no basta con -- los principios muy generales -progreso, estabilidad, justicia y libertad-, sino hay que concretar más, llegando a imbuir un sentimiento de responsabilidad personal e individualizada para cada uno en su propio campo de acción.

En síntesis, la información ante el desarrollo económico y social es una de las piezas fundamentales; más creemos en lo que pudieramos llamar inmaterial que en lo material, pero que a su vez está íntimamente ligado a los aspectos económicos propios de cualquier empresa o sector. Es por ello -- por lo que en los Planes de Desarrollo hemos visto siempre un -- cierto desequilibrio en la consideración de los medios de difusión en esa doble vertiente. Se habla de expansión de los medios de comunicación social, se abordan sus problemas económicos, pero no tanto el sentido formativo que los mismos tienen. -- Se suele considerar a la enseñanza como sector prioritario y -- ciertamente que ello es no solamente lógico, sino imprescindible, pero no vemos con tanta claridad que los medios de comunicación social se les dé el mismo carácter, cuando la realidad es --

que de ellos depende en gran parte el éxito del desarrollo.

Creemos que es derecho del Estado y también obligaciones del mismo planificar esa información sobre el Desarrollo, vigilarla y controlarla, pero dejando la libertad precisa para que los medios de difusión contribuyan a un contraste de pareceres que, sin alterar los objetivos básicos, sean la piedra de toque más viva y real para corregir desviaciones y para lograr, en síntesis, una acción armónica. Ni la libertad absoluta que podrá crear un confusioñismo, muchas veces por falta de formación en los sujetos pasivos, ni tampoco un control total que impidiera el ir captando los efectos no solo materiales, sino de toda índole de la acción planificadora. El desarrollo, siendo en principio una acción de estudio por especialistas en la materia, en su ejecución es algo vivo y real que precisa ser manifiesto y conocido.

ALGUNAS MEDIDAS SOCIOJURÍDICAS TENDIENTES A LA ADECUADA UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS.

PRIMERA.- Nació parece discutir que es de--

ber del Estado, formar, afirmar y promover la opinión pública y ha de hacerlo además sobre la base de la "veracidad, integridad, honestidad y conveniencia". Pero a esto habría que añadir que, junto a tal obligación está el derecho a tener los medios precisos para ello. Por otro lado, está el término conveniencia. -- ¿Que convenga a qué y a quién? a qué, parece que al Bien Común de la sociedad a la que se informa; a quién a la sociedad, pero posiblemente también a los miembros individualizados de la misma.

Si el hecho de la información fuera un hecho simple, la posición del Estado también sería fácil. Pero en la información, se cruzan y entrecruzan intereses de toda índole -- que elevan la dificultad a grados insospechados.

La primera posición es la libertad. Los hechos se producen de una forma y no de otra y, por lo tanto, la mera exposición objetiva del hecho es la mejor forma de informar. Si la exposición de un hecho no llevara posteriormente a interpretaciones del mismo la afirmación anterior se podría admitir sin vacilar. Más todo por simple que parezca produce o puede -- producir un proceso interpretativo. Entonces a la información -

con verdad tiene que seguir inexorablemente una orientación --
acertada y esta orientación exige una responsabilidad acorde. --
Podemos considerar que la libertad ha de comprenderse bajo dos --
notas esenciales; su exterioridad en cuanto al ejercicio y su
correspondencia exacta con la responsabilidad del ejerciente, --
por lo demás es un principio que si él lo aplica a cuestiones de
información, es extensivo a cualquier aspecto o categoría que se
considere.

En relación a la libertad de la información
podemos sintetizar a cuatro puntos que son:

1.- La información es libre en su etapa
productora de la noticia o el comentario, pues es entonces pura
intencionalidad, virtualidad, potencia.

2.- Sólo cabe la intervención del Poder Pá--
blico a partir de la publicación; esto en cuanto la noticia o el
comentario alcanzan un medio informable y se convierten, por tan--
to, en un acto sustantivo y pleno.

3.- La represión de los actos antisociales --
en el terreno informativo, ha de realizarse dentro del marco ge-

neral de lo legislado para cualquier acción que cause el mismo -
daño a la sociedad, a las personas o a las cosas.

4.- El embargo preventivo sólo puede llevarse a cabo cuando la noticia o el comentario alcancen así mismo -
el medio informable, aunque pueda no haber producido la difusión
suficiente y siempre de acuerdo con unas garantías muy concre-
tas.

Es decir, dos momentos claves en cuanto a la
actuación del Estado: por un lado libertad en cuanto a la infor
mación, por el hecho de presentar algo que realmente ha sucedi-
do. Por otro lado, la defensa del ser social, del ser que vive
comunitariamente y al cual como individuo tampoco se le puede --
causar daño por el hecho de la información que se le ofrece, es
decir, que la información sea siempre objetivamente verdadera, -
salvados el Bien Común, la justicia y la seguridad, que respete
las leyes morales del hombre, sus legítimos derechos y su digni-
dad.

SEGUNDA.- Por otra parte consideramos que -
los derechos de cada hombre (declaración de 1948 de los Derechos
Humanos) sea divulgado por los medios de información para que --

contribuya, por tanto, a formar conciencia de tales derechos y lo que consideramos más importante, a que todos los seres humanos tengan conocimiento de sus propios derechos. En este punto nadie puede negar, que, todo lo que sea restringir el conocimiento de tales derechos o lo que es lo mismo, negar la difusión de tales documentos o principios, va en contra de un recto uso de los medios de comunicación social. Más no es menos cierto que, junto a las declaraciones de tales derechos hay también una serie de normas que cada Estado tiene que dictar precisamente para que el uso de tales derechos se haga de tal forma que no sea una manifestación momentánea, sino una acción perdurable, para conseguir que la libertad por la que propugna sea auténtica y no mistificada bajo el manto de una primaria libertad que a la larga se vuelva contra el propio sujeto de la colectividad.

TERCERA.- Consideramos también que cuestión no menos trascendente es la relativa al progreso técnico. Se dice, y con todo fundamento, que el progreso técnico "interfiere de modo trascendental el proceso informativo" la razón es siempre, o casi siempre, económica. El proceso de la técnica es tan vertiginoso, que la utilización de los medios que pone a disposición de los sistemas de comunicación social, exige inversiones de tal parte que no siempre están al alcance de todos.

La libertad queda entonces restringida a la disponibilidad de --
los medios financieros capaces de hacer frente a tales inversio-
nes y a la subsiguiente rentabilidad de las mismas. Dos posicio-
nes posibles se ofrecen: o no hacer frente a tales inversiones,
o hacerlo en la forma que la vida económica financiera lo permu-
tan. En el primer caso, no hay duda que la puntualidad de la -
información sufrirá, cuando no la amplitud, y a veces la exacti-
tud de la información. En el segundo, el sistema de informa- --
ción o de comunicación correrá la suerte que le marque el siste-
ma económico correspondiente. En la generalidad de los casos se
tenderá a la concentración de empresas con el fin de aunar y mul-
tiplicar los medios económicos, o dicho en otras palabras, se --
iniciará -como de hecho sucede- un proceso de monopolio del me-
dio informativo con todas las desventajas que tal sistema supone
en general y más aún en cuestiones de esta índole. ¿Cuál puede
ser la actuación del Estado?. Defender la competencia parece lo
más inmediato, más para ello tendrá que ser él quien aporte sus
medios, o monopolizar él los sistemas de información. O bien, -
subvencionar, aportar los recursos obtenidos de la colectividad
y ponerlos en manos de quienes hayan de dedicarse a esta noble
misión. Quizá en este punto, y una vez más, lo que más conven-

ga es un sistema mixto. Es decir, el Estado debe ayudar a los medios de comunicación social, o dicho de otra forma, parece - - adecuado que los recursos de toda la colectividad coadyuven a la labor que, la iniciativa privada por sí misma, sería incapaz de atender, y por otro lado, que el Estado complemente tales actividades respetando así el principio de libertad, pero garantizando siempre la integridad informativa.

Ello conduciría a lo que pudiéramos llamar - ordenación de los medios de comunicación social. No creemos que la libertad absoluta de establecer medios de comunicación social sea lo más conveniente para la colectividad en su conjunto. Es cierto que el sujeto pasivo debe tener donde elegir, pero no hay que olvidar que esa elección supone que haya varias empresas que se dediquen a tal actividad. Y tales empresas tienen, como decimos antes, los problemas económicos propios de cualquier actividad industrial. En un país en vías de desarrollo - como el - - nuestro - en que el "consumo" de lo que "producen" tales empresas es bastante reducido, quiere decir que difícilmente la empresa - sería rentable si la demanda que se le hace es reducida. Esa li

bertad podría conducir a una especie de marginalismo de las empresas o, lo que es peor, a un submarginalismo con todas sus -- consecuencias, tanto para la propia empresa como para la sociedad en que está encuadrada. ¿Quién haría frente a tal situación?. Quien fuera, se apropiaría del medio de comunicación; se perdería la independencia, sobre todo en la labor orientadora de la opinión pública. Entonces la ordenación de los medios, las limitaciones al establecimiento de nuevos medios informativos, es exigencia que surge como un auténtico deber del Estado.

CUARTA.- Desde otro punto de vista, el Estado tiene otros deberes clarísimos o, si se quiere, derechos -- incluíbles. Más creemos que sean obligaciones. En efecto, la libertad coincide con lo "lícito jurídico", lo cual es variable según el propio sustrato de la estructura social y política de que la ley de cada país es manifestación en un determinado momento histórico. Hay unos intereses superiores de la comunidad y hay unos intereses individuales que de alguna manera hay que proteger y tutelar. Por ello, si bien la libertad de expresión (artículo 6 y 7 Constitucionales), no es menos cierto que esa libertad, al garantizar la libre expresión, debe hacerse --

dentro de los límites fijados por la ley en razón al interés superior de la comunidad y al de los individuos. Hay, pues, unos límites que unánimemente se aceptan. La misma declaración sobre libertad de información sometida a la Asamblea de las Naciones Unidas, señala el "reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás", y se habla de "las exigencias de la seguridad nacional, del orden público, de la moralidad y del bienestar general. Podríamos agregar, en el mismo sentido que la cuestión está en señalar cuáles son las limitaciones a la información y, sobre todo, el conocimiento real y cierto de las mismas por aquellos que han de ser sujetos activos. El cuadro legal de las limitaciones debe establecerse claramente, así como señalar los órganos que han de ser los que interpreten si ha habido extralimitación o no.

En este sentido varias son las figuras delectivas que la mayor parte de los ordenamientos jurídicos señalan y que constituyen, por lo tanto, las limitaciones a la información o a la acción de los medios de comunicación social. Así, la protección al ordenamiento constitucional parece algo que el Estado debe en todo momento llevar a cabo, lo mismo en -

lo relativo a las instituciones que encargan tal ordenamiento; la protección a la seguridad nacional, a la defensa nacional y al orden público; lo relativo a la moral y a las buenas costumbres; la independencia de los tribunales; la veracidad informativa; el libre ejercicio de los derechos reconocidos sobre libertad de expresión. Atentar contra cualquiera de estos puntos constituye algo que debe ser evitado y que al Estado le corresponde el deber de prevenir o castigar, bien de forma preventiva o con actuaciones represivas del grado que corresponda.

QUINTA.- Resta otra de las cuestiones más debatidas en materia de información, o particularmente del Estado ante la información: la subsidiaridad. De este tema se ha tratado abundantemente en los últimos tiempos, llegándose a la idea de que el Estado debe adoptar un papel secundario un papel de estar presente sólo donde la iniciativa privada no es capaz de atender un servicio o que sólo pueda atender insuficientemente en relación con las exigencias del mercado. A lo único que se accede es a que el Estado, con su actuación en los distintos campos, cree alicientes o incentivos para determinadas acciones. Algo así como para demostrar que se pueden

llevar a cabo que en principio la iniciativa privada no acierta a ver su rentabilidad. Ahí donde la actividad privada sea capaz de atender a las exigencias de los consumidores y a las necesidades que se presenten el Estado no debe intervenir.

Esta interpretación de la subsidiaridad, -- que teóricamente podría admitirse, no creemos que pueda ser de total aplicación cuando de medios de información o de comunicación de masas se trata. La información, tal como nosotros la concebimos, es un servicio público, y como es de todos conocidos, el servicio público tiene que estar prestado suficiente y permanentemente con la característica original de la información, ya que al faltar ésta, en general, se advierte menos que cuando falta o es incompleta la prestación de otros servicios -- si no más vitales, puesto que la información, a nuestro juicio, es vital, sin más imprescindibles para la vida cotidiana. Que no lleguen los periódicos un día a una ciudad o a un pueblo no trastorna, en general, la marcha y vida de los mismos. Que no llegue el agua un día es cuestión grave, de efectos diversos e inmediatos.

Ante tal naturaleza de los medios de comu-

nicación, ¿puede el Estado limitarse a un dejar hacer sin intervención alguna?. ¿Cuándo se puede considerar suficientemente atendido el servicio de la información, tanto en calidad como en cantidad, y no sólo en lo referente a la información de prensa, radio o televisión, sino en lo relativo a publicaciones de toda índole?.

Desde un punto de vista ético y supuesto un sistema de economía de mercado -con todas las reservas que esta nomenclatura encierra en materia de información, parece que el Estado no debería hacer en ningún caso competencia a la iniciativa privada en lo que se refiere al montaje de empresas dedicadas a esta actividad y limitarse, por tanto, a velar porque tales empresas cumplan con su cometido en todos los órdenes, siempre sujetas al ordenamiento jurídico correspondiente y con respecto a las limitaciones que hemos señalado anteriormente.

Más la realidad, sobre todo en países en vías de desarrollo como el nuestro, esta tarea de actuación no se da con toda la facilidad que aparentemente se desearía. Los costos y, como consecuencia, la financiación, la escasez -

de promotores de la información con la formación debida y tantas otras circunstancias reales parecen aconsejar una intervención más directa y permanente del Estado. Es cierto que ahí -- donde el servicio está perfectamente atendido, sin discriminación alguna entre los sujetos pasivos, donde todo el que lo -- desee tenga la información a su alcance y una información conveniente, es decir, una información y unos medios de comunicación que no creen a la larga discriminaciones entre unos y -- otros sujetos pasivos, es cierto que en tal caso la actividad estatal debe ser meramente subsidiaria.

¿Pero esto es posible en un desarrollo?. --
¿Realmente una empresa privada tendrá siempre las preocupaciones que pueda tener el Estado: Por ejemplo, aportar al exterior la experiencia, los valores del país, la civilización propia hacia otras comunidades de civilización similar?.

En todo caso, lo que parece indiscutible es que el Estado debe fomentar aquellas obras y empresas que no podrían ser de otro modo acometidas. Asimismo parece indudable -- que hay que tender a normas que armonicen la actuación de las -- empresas nacionales o públicas, y, en todo caso, también la en-

presa pública deberá existir allí donde la privada muestre una manifiesta insuficiencia, o allí donde sea preciso impedir o -- controlar prácticas restrictivas de la competencia, o donde el interés nacional así lo aconseje. Por último, no hay que olvidar que ante las necesidades económicas, tantas veces puestas - de manifiesto, hay el peligro de que la información caiga en ma nos de capital extranjero, y realmente un país no es totalmente independiente mientras que sus medios de información no sean to talmente propios. Ello determina una acción de la colectividad y unos recursos propios que en forma alguna, a nuestro juicio, puede ni siquiera correrse el riesgo de dejar esos medios en ma nos que por diversas razones económicas, sociales o políticas, pudieran desviarlos de su fin primordial, que son los intereses auténticamente nacionales.

Aunque quizá dentro del campo de la ordenación de los medios de comunicación social, no quisiéramos dejar de señalar otra de las cuestiones que el Estado le compete: la selección de los medios que deben ser preferentemente atendi- - dos por ser los de mayor eficacia, vistos objetivamente, sin -- ánimo económico o comercial, sino en razón al fin último de for mar una recta conciencia o una recta opinión pública, y a la --

elevación del nivel de vida en todos los órdenes de los sujetos pasivos.

Comercialmente no hay duda que uno de los medios de comunicación más atractivo es la información televisada; sin embargo, se puede señalar, sin lugar a dudas, que la radio es el medio que menos tiempo resta a leer libros, que es el medio que más incita a la lectura claro está, oyendo buena música e incluso que es el medio que da información más puntual. Por otro lado, es verdad que el más atractivo es la televisión y que el que perdura es la prensa escrita. ¿A cuál se debe preferir más?

SEXTA.- Consideramos que es otro de los deberes que incumben al Estado, y nadie mejor que él para determinar cuál es el medio más conveniente dentro de la política general de información que se persiga. Posiblemente ante este problema tome otra vez importancia la idea ya manifestada anteriormente en orden a la naturaleza de cada información y a la diversificación, según sea el receptor de la misma y el objetivo formativo que se persigue. La combinación de diversos medios de comunicación social puede ser, en muchos casos, la auténtica so

lución a este problema de selección, que indiscutiblemente comporta particular interés.

Fomento, promoción, complemento en el sentido más amplio de este término, ordenación y control de los medios de comunicación social parecen ser, siempre a nuestro juicio, los puntos sobre los que ha de centrarse la acción del Estado ante la realidad presente y ante los avances de la técnica.

Sin el propósito de hacer una relación -- exhaustiva de los derechos y obligaciones del Estado en relación a los medios de comunicación de masas, sólo simplemente a modo de conclusión de lo que hemos expuesto anteriormente, señalamos a continuación los siguientes:

OBLIGACIONES DEL ESTADO.

- 1.- Velar porque los medios de comunicación social coadyuven al bien común.
- 2.- Promover una recta opinión pública, -- orientando con acierto.
- 3.- Garantizar la libertad y puntualidad -- de la información.

- 4.- *Velar por la veracidad informativa.*
- 5.- *Exigir justicia, caridad y respeto a la dignidad humana.*
- 6.- *Ordenar los medios de comunicación social dentro del principio de libertad.*
- 7.- *Garantizar con medios propios o con estímulos para que la información llegue a todos los interesados en ella.*
- 8.- *Fomentar la acción informativa dentro del aprovechamiento del ocio.*
- 9.- *Atender convenientemente al sector informativo dentro de los Planes de Desarrollo Económico y Social.*
- 10.- *Estimular la acción educativa en general a través de los medios de comunicación social.*
- 11.- *Procurar la subordinación de la rentabilidad económica en las empresas de información a los fines fundamentales de la comunicación social.*

12.- Formar profesionales competentes y res-
ponsables.

13.- Discriminar la información según la --
naturaleza de los receptores de la misma.

14.- Fijar claramente el Cuadro Legal de li-
mitaciones de la información.

15.- Determinar los órganos que han de esti-
mar las extralimitaciones.

DERECHOS DEL ESTADO.

1.- Al reconocimiento de su condición de ce-
lador del Bien Común no sólo con carácter general, sino especí-
ficamente en materia de comunicación de masas.

2.- A exigir que la información tenga un --
claro carácter formativo.

3.- A exigir que la información sea asequi-
ble a todos sin discriminación.

4.- A orientar la opinión pública, específicamente en materias constitucionales,

5.- A la colaboración con personas e instituciones en materia de información.

6.- A exigir los recursos precisos para lograr los medios de comunicación social adecuados.

7.- A limitar las prácticas monopólicas en materia de información cuando puedan afectar a la esencia de --
Ésta.

8.- A las informaciones complementarias.

9.- Al reconocimiento público de la profesionalidad en materia de información.

10.- A exigir la explicación de los responsables de la información.

11.- A determinar las medidas cautelares.

12.- A establecer, dentro del ordenamiento jurídico, las limitaciones a la información y el cuadro de sanciones por extralimitaciones.

CONCLUSIONES :

PRIMERA.- Consideramos pròneramente, que la comunicación social ha llegado antes que otras actividades humanas a socializar bienes fundamentales de progreso, de bienestar, de cultura que no sólo benefician directamente a los individuos, sino a las sociedades, al promover en todas ellas mutuo conocimiento entre hombres y pueblos. Hoy los medios de comunicación social, se miran como la mesa redonda de las comunidades naturales -aún y sobre todo de la comunidad internacional, que a través de ellos, con motivo del acontecimiento, visto o conocido por todos, intercambia criterios, unifica puntos de vista distantes y crea sobre todo la conciencia comunitaria que se le exige a toda sociedad para su progreso moral-. Y en el orden político facilita, debe facilitar, la necesaria participación en la promoción del bien común y en la administración de la sociedad civil.

SEGUNDA.- El Estado garantiza el ejercicio de la libertad de expresión y una sociedad democrática, como la nuestra, debe ser plural en todas sus manifestaciones, por tan-

to es natural que se expresen distintas corrientes de opinión e incluso intereses divergentes; pero es indispensable que a éstos se anteponga un celoso respeto por la verdad y la defensa de los valores y objetivos supremos. La libertad supone la posibilidad de disentir, pero también la de estar de acuerdo con los actos del poder público. Ratificamos nuestra confianza en los elementos que confluuyen a las actividades culturales para que haya no solamente un uso responsable, sino también lleno de proyecciones imaginativas, de la libertad.

TERCERA.- Consideramos también que el derecho a informar y generar corrientes de opinión que expresen o puedan convertirse en demandas de la población, constituye una garantía inviolable y su ejercicio una actividad de interés público. Vivimos una etapa de cambio y el gobierno ha tomado la decisión de impulsarlo y de orientarlo para satisfacer las nece-sidades de un desarrollo equilibrado. En esta lucha, actúa como representante y abanderado de la voluntad popular. Sustenta su acción no sólo en su legitimidad constitucional sino en el respaldo activo de las mayorías.

CUARTA.- Consideramos que son claros los objetivos, es decir, preservar la unidad nacional para dar un nuevo sentido a nuestra organización política y económica; unir a todos en torno a la tarea de mejorar la distribución del ingreso; así como evitar la explotación y marginación en que aún viven grandes núcleos de compatriotas. Necesitamos por otra parte, hacer más firme el propósito de acrecentar nuestra independencia económica respecto de la tecnología del exterior y -- dar al desarrollo un acento en defensa de los intereses nacionales. Aspiramos, en fin, a fortalecer el sistema democrático para asegurar la continuidad del modo de vida que hemos elegido y para que nuestro modelo de desenvolvimiento social tenga plena correspondencia en las necesidades reales.

QUINTA.- El ejecutivo de la Nación, a través de las diversas Secretarías de Estado y de las Comisiones de Radio y Televisión, que tienen competencia en tales medios, derivada de la propia Ley Federal de Radio y Televisión, se han limitado a la vigilancia de las transmisiones de Radio y Televisión, en cuanto a su ajuste a las prescripciones legales; pero bajo ninguna circunstancia se ha dedicado al aspecto más impor-

tante que le compete y a que está obligado, al encauzamiento y promoción de los medios masivos de comunicación para la función social en todos sus aspectos.

Se tiene constituido con el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, un marco normativo de donde se desprenden en forma clara los procedimientos para recabar autorizaciones, plazos, documentación, derechos de exclusividad; requisitos para transmisiones de programas de concurso y sorteos, para transmisiones en lengua extranjera; el control de programas y publicidad impropios para la niñez y para su desarrollo, las facultades para la aplicación de sanciones, etc. y el establecimiento de instrumentos adecuados para la aplicación de las funciones del Consejo Nacional de Radio y Televisión. Haciendo notar que el ordenamiento legal que se cita, única y exclusivamente reglamenta las atribuciones que conceden la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley de la Industria Cinematográfica, a la Secretaría de Gobernación; siendo por ello manifiesto el que atribuciones de primordial importancia, establecidas en la Ley de la materia, carecía de un ordenamiento adecuado que obligue a los particulares y al Estado a darles cumplimiento. Manifestando desde luego, por cuanto a mi opinión, que

el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, con manifiesta violación de las normas legales constitucionales, en diversos renglones va más allá de lo que la Ley de la materia ordena, estableciendo obligaciones y atribuciones que de ninguna manera onánan o existen en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Ha quedado establecido en el curso del presente trabajo la existencia de obligaciones de concesionarios y permisionarios en cuanto a la emisión de su programación con -- ajuste a normas de derecho, así como las autoridades competentes para el cumplimiento de las mismas. Más encontramos situaciones de servicio público previstas en la Ley Federal de Radio y Televisión encomendadas a diversas autoridades como es el caso de las señaladas a la Secretaría de Educación Pública, que tiene atribuciones para promover y organizar la enseñanza; la transmisión de programas de interés cultural y cívico; del mejoramiento del idioma nacional, etc.; a través de la radio y televisión, que a la fecha, han quedado al arbitrio de la citada dependencia, que por carecer del órgano y normas aplicables a sus atribuciones, inadecuadamente realiza tales funciones, que son de índole primordial para la Nación. En tal virtud es proposición de este trabajo, el que en forma adecuada, y acorde con --

Las necesidades del país, se reglamenten las atribuciones que competen a la Secretaría de Educación Pública, y que derivan de la Ley Federal de Radio y Televisión. Es necesario el que tales atribuciones se encuentren al abrigo de un Código Jurídico acertado en sus normas que obliguen a un organismo dependiente de la misma y creado al efecto al cumplimiento de programas de educación, como función fundamental, y no se dejen, al simple arbitrio de realizar o no sus atribuciones.

SEXTA.- Por otro lado considero de igual importancia la constitución de un organismo llámese Comisión, Consejo o Secretaría que debidamente reglamentado en su organización y funciones, coordine el tiempo de transmisión por radio y televisión a que el Estado tiene derecho y que se origina de la Ley Federal de Radio y Televisión, de la Ley del Impuesto a las empresas de Radio y Televisión y del 12.5 del tiempo que le corresponde al Estado derivado del Artículo 90. de la Ley que establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos en vigor desde el 1o. de Julio de 1969. Proposición que considero de suma importancia en cuanto a que sea exclusivamente un organismo, el que se encargue de utilizar en forma correcta todo el tiempo que de radio y televisión está a

disposición del Estado en las empresas concesionarias y permisionarias, y que a la fecha se ha utilizado en forma no programada por las distintas autoridades que tienen bajo su responsabilidad la utilización del mismo. Organismo desde luego autónomo en cuanto a su constitución y función, para que quede al margen de cualquier interferencia, y pueda ejercitar la función pública, que como anotamos en el curso del tema y conclusiones precedentes, el gobierno de la República se ha tomado la decisión de orientar los medios masivos de comunicación a las actividades de interés público para satisfacer las necesidades que le competen y lograr como fin el desarrollo equilibrado del país.

SEPTIMA.- La comunicación moderna al conjugarse con los grandes acontecimientos deportivos mundiales ha puesto a los hombres en contacto inmediato con fenómenos que les eran desconocidos. Nos ha unido, los ha hecho participar en esa mesa común. Lo que a nuestro juicio constituye un freno al desajuste social.

Entre la didáctica y el juicio, entre la noticia y el razonamiento, entre el hecho y sus antecedentes, se halla el camino profesionalmente difícil y moralmente comprom

tido, del informador de nuestro tiempo.

Por último, y en relación al deporte, podemos decir que éste, es más viejo que la cultura, pues, por mucho que estrechemos el concepto de ésta, presupone siempre una sociedad humana, y en cambio los animales no han esperado a que el hombre les enseñe a jugar. La civilización no ha añadido nada fundamental al concepto de juego. Los animales juegan, al igual que los hombres. En sus formas más sencillas y dentro -- de la vida animal, el juego es algo más que un fenómeno físico o una reacción Psíquica condicionada de modo meramente fisiológico. Traspasa los límites de la ocupación biológica o física para convertirse en algo lleno de sentido: Todo juego significa algo. Si designamos el principio activo que lo impulsa con la palabra "instinto" no abarcamos su esencia. Si utilizamos -- la palabra "espíritu" tal vez lo superamos, pero quieras o no, si el juego tiene un sentido, si significa algo, debemos reconocer la presencia de un elemento imaterial".

Quienes han investigado la necesidad lúdica han acudido a toda clase de explicaciones (descarga del exceso de energía vital, reflejo de imitación, deseo de relajamiento, entrenamiento para actividades más serias y también una especie de sublimación, una proyección ficticia de los deseos y as-

piraciones frustradas), pero todas ellas son posibles y ninguna excluye a las demás, lo cual demuestra su parcialidad.

Podemos decir por último, que nuestra grandeza y nuestra agonía consiste en ser dos en uno. Cuerpo más - espíritu, Carne con alma, Materia que piensa, Diversidad en la unidad. El Hombre.

Si el deportista ejercita preferentemente - los músculos, no menos ejercita la reflexión, el ingenio, la au - todeterminación.

La cultura física no existe como tal, sino se añade la cultura psíquica. Lo mismo que pidieron hace si - glos, los romanos, tan profesionalmente deportistas, al acuñar la frase rotunda: mente sana en cuerpo sano. He aquí la defini - ción del deportista.

He aquí un cometido, un noble cometido al - que tienen que cumplir, divulgar, hasta el último rincón, LOS - MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, con ello tendremos lo que todos queremos: UN MEXICO MEJOR.

BIBLIOGRAFIA.

- (1).- AUGUSTUS ADAM.- VIRTUD DE LA LIBERTAD. 1945 ALEMANIA.
- (2).- ALEJANDRO GALINDO.- EL CINE, GENOCIDIO ESPIRITUAL. ED. - NUESTRO TIEMPO. 1971.
- (3).- BERNARD VOYENE.- LA PRENSA EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA.
- (4).- CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANO.
- (5).- CODIGO SANITARIO.
- (6).- CFR. MARTIN DESCALBOZ.- UN PERIODISTA EN EL CONCILIO. -- . VOL. II.
- (7).- DENIS MC. QUAIL.- SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION. BIBL. DE PSICOLOGIA SOCIAL Y SOCIOLOGIA. VOL. 52.
- (8).- DECRETO QUE ESTABLECE UN IMPUESTO SOBRE SERVICIOS EXPRESAMENTE DECLARADOS DE INTERES PUBLICO POR LA LEY, EN LOS QUE INTERVIENGAN EMPRESAS CONCESIONARIAS DE BIENES DEL DOMINIO DIRECTO DE LA NACION.
- (9).- DECRETO QUE CREA LA COMISION DE RADIODIFUSION.
- (10).- DECLARACIONES PUBLICAS EN "LA VANGUARDIA". 4 DE JULIO/1960.
- (11).- ERICH FROMM.- LA REVOLUCION DE LA ESPERANZA. ED. FONDO DE CULTURA ECONOMICA. MEX. 1971.
- (12).- ERICH FROMM.- LA CONDICION HUMANA ACTUAL. ED. PAIDOS.
- (13).- J. M. GRANERO.- INQUIETUDES DE HOY. MADRID. 1960.
- (14).- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.
- (15).- LEY DE VIAS GENERALES DE COMUNICACION.
- (16).- LEY DEL IMPUESTO A LAS EMPRESAS QUE EXPLOTAN ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISION.
- (17).- LOPEZ AMO.- EL PODER PLITICO Y LA LIBERTAD.

- (18).- MARX CARL.- SU CONCEPCION DEL HOMBRE. (MEXICO F.C.E. 1962).
- (19).- MARSHALL MC. LUHAN.- AULA SIN MUROS. E. POPULARES.
- (20).- MARSHALL MC. LUHAN.- LA COMPRESION DE LOS MEDIOS COMO LAS EXTENSIONES DEL HOMBRE. ED. DIANA. 1969.
- (21).- PABLO VI.- PEDAGOGIA DE LA LIBERTAD. 1960.
- (22).- R. R. FAGEN.- POLITICA Y COMUNICACION. BIBL. DE PSICOLOGIA SOCIAL Y SOCIOLOGIA. VOL. 49.
- (23).- RAYMON ARON.- ENSAYOS OSBRE LAS LIBERTADES.
- (24).- REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.
- (25).- ROGER COUSE.- BOSQUEJO DE UNA SOCIOLOGIA DE LA NOTICIA.
- (26).- SCHELLER, MAX.- ETICA. MADRID - BS. AS. REVISTA DE OCCIDENTE, 1941 - 1942. T. II.
- (27).- VARIOS AUTORES.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS ANTE LA MORAL. VOL. XIII. MADRID 1970.
- (28).- WILBUR SCHRAMM.- LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA. ED. ROBLE. 1973.

BIBLIOGRAFIA - CITAS.

- (1).- ROBERT FROS.- COMUNICACION MASIVA Y CAMBIO SOCIAL BS. AS. ED. PAIDOS 1967. PAG. 36 - 37.
- (2).- ERICH FROMM.- REVOLUCION DE LA ESPERANZA ED. FCE. PAG. 13.
- (3).- " " " " " " " " " "
- (4).- " " " " " " " " " "
- (5).- RECASENS S. LUIS.- SOCIOLOGIA, ED. PORRUA, 1965. PAG. 116.
- (6).- ERICH FROMM.- LA CONDICION HUMANA ACTUAL. ED. PAIDOS. II ED. 1970. PAG. 14 - 15.
- (7).- " " " " " " " " " "
- (8).- " " " " " " " " " "
- (9).- LUIS ECHEVERRIA ALVAREZ.- IV INFORME PRESIDENCIAL, PRIMERO DE SEPTIEMBRE 1974.
- (10).- BROH R., MANUAL DE PSICOLOGIA SOCIAL. BS. AS. ED. PAIDOS. 1967. PAGES. 333 - 873.
- (11).- MEAD G. H.- ESPIRITU PERSONAL Y SOCIEDAD, BS. AS. ED. PAIDOS. PAG. 253 Y SIG.
- (12).- SCHROMM W LYLEJ PARKES.- LA TELEVISION EN LA VIDA DE NUESTROS HIJOS. UNIVERSIDAD DE OXFORD. 1964. PAG. 77.
- (13).- LARSEN O. V.- EFECTOS SOCIALES EN LA COMUNICACION DE MASAS. CHICAGO. 1964. PAG. 351.
- (14).- MARCUSE, H.- EL HOMBRE UNIDIMENSIONAL. MEXICO J. MORTIZ, 1968.
- (15).- MILLS C. J.- LA ELITE DEL PODER, MEXICO. F.C.E. 1963.
- 16).- LAZARS FELD. P.F.- LA GENTE MIRA LA TELEVISION. NUEVA YORK. 1963.
- 17).- KEY. U. O.- LA OPINION PUBLICA Y DEMOCRACIA AMERICANA.
- 18).- SOLIS QUIROGA HECTOR.- PSICOLOGIA DE LA DELINCUENCIA JUVENIL. CRIMINOLOGIA. AÑO XXIV. PAG. 227.
- 19).- VERDAD Y LIBERTAD DE EXPRESION, EN LAS TECNICAS DE DIFUSION DE LA CIVILIZACION CONTEMPORANEA. SEMANARIO SOCIAL FRANCES. 1955. PAG. 245.

- (20).- VARIAS FORMULAS DE CIVILIZACION. SEMANARIO SOCIAL FRANCES. 1955. PAG. 21 - 22.
- (21).- " " " " " " " "
- (22).- SERMONES 355, 356 EN EL TRABAJO DE J. L. MARTIN DESCALZO. LOS PROBLEMAS DE LA COMUNICACION DE LO SAGRADO Y LA INFORMACION SOBRE LA IGLESIA.
- (23).- " " " " " " " " "
- (24).- LA APUESTA EUROPEA DE LOWIS ARMAND Y MICHEL DANCOURT. ED. PLAZA TRANES. BARCELONA 1952.
- (25).- PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACION DE MASAS. - DAN LACY. ED. TROQUEL BG. AS. 1968.
- (26).- ECHEVERRIA Y SU PENSAMIENTO EDUCATIVO.- XATME ESCUTIA SERRANO. ED. LIBROS DE MEXICO, S. A. PAG. 187.
- (27).- COMUNICACION MASIVA Y EFECTOS SOCIALES.- DAVID CAMPOS BELTRAN. TESIS PROFESIONAL U.N.A.M.
- (28).- " " " " " " " "