

828
2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE DERECHO

**REGIMEN LEGAL DE LOS MEDIOS
MASIVOS DE COMUNICACION**

TESIS PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO**

P R E S E N T A :

JORGE RICARDO SOTO MUCIÑO



Ciudad Universitaria

1991

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INTRODUCCION

En las sociedades modernas y particularmente en México, los medios masivos de comunicación de radio, televisión y prensa, son los vehículos más importantes de transmisión de información. Por lo cual, el estudio de la regulación jurídica de sus estructuras, técnicas y prestaciones es de suma importancia.

Existe en la actualidad una gran cantidad de disposiciones legales vigentes relativas a los medios masivos de comunicación, que son obsoletas, dispersas e inadecuadas; así como, la existencia de un número considerable de organismos gubernamentales, cuyas funciones primordiales son las de apoyo, coordinación y organización en lo concerniente al otorgamiento y prestación de los servicios públicos de radio, televisión y prensa, que no en pocos casos son inocuos, incesarios y deficientes. Lo anterior conlleva al incumplimiento de los altos cometidos sociales que compete a los prestadores de dichas actividades técnicas; lo que hace menester la existencia de una legislación que regule eficazmente estas consideraciones.

El propósito del presente trabajo, consiste en demostrar la necesidad del establecimiento de la codificación de los diversos ordenamientos legales que regulen en todos sus aspectos a los medios de comunicación que nos ocupan. Así como la proposición concreta de implantar en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México, la materia de el "Derecho de la Comunicación Masiva". Al efecto el presente ensayo se divide en cuatro capítulos a saber:

- Capítulo I.- Denominado del Servicio Público.
- Capítulo II.- La Legislación Vigente, Relativa a los Medios de Comunicación en México.
- Capítulo III.- El Estado Mexicano en los Servicios Públicos de Difusión Masiva.
- Capítulo IV.- La Prestación de las Actividades Técnicas de Radio y Televisión por Organismos Gubernamentales, Públicos Descentralizados y Empresas Privadas.

El presente planteamiento, es una visión generalizada de los diversos elementos que conforman a esta novedosa materia " El Derecho de la Comunicación Masiva ". Lo cual está abierto al debate, pero pretendemos una aplicación eficaz de la misma en pro al logro de medios de difusión masiva y Organos Gubernamentales Relativos, realmente libres y democráticos.

INDICE

INTRODUCCION .

1.- EL SERVICIO PUBLICO EN MATERIA DE MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA	1
1.1. DETERMINACION DEL CONCEPTO DE SERVICIO PUBLICO	2
1.2. CARACTERISTICAS DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA.....	4
1.3. EL SERVICIO PUBLICO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, EN LA LEGISLACION VIGENTE ...	5
1.3.1. RADIO Y TELEVISION	5
1.3.2. PRENSA	8
2.- LA LEGISLACION VIGENTE, RELATIVA A LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN MEXICO.....	10
2.1. EL MARCO LEGAL EN RADIO Y TELEVISION	12
2.1.1. PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES	12
2.1.1.1. COMO PARTE INTEGRANTE DEL TERRITORIO NACIONAL	12
2.1.1.2. LA LIBERTAD DE EXPRESION.....	13
2.1.1.3. EL DERECHO A LA INFORMACION... ..	16
2.1.2. DISPOSICIONES NORMATIVAS.....	22

2.1.2.1. PATRIMONIO DEL ESTADO	22
2.1.2.2. ACTIVIDADES TECNICAS GENERALES..	23
2.1.2.3. ACTIVIDADES TECNICAS ESPECIALES.	25
2.1.2.4. JURISDICCION	29
2.1.2.5. FACULTADES GUBERNAMENTALES	30
2.1.2.6. PRESTACION DE SERVICIOS PUBLICOS DE RADIO Y TELEVISION QUE REQUIE REN PERMISO	32
2.1.2.7. PRESTACION DE SERVICIOS PUBLICOS DE RADIO Y TELEVISION QUE RE--- QUIEREN CONCESION.....	36
2.1.2.8. DE LA PROGRAMACION	38
2.1.2.8.1. FUNCION INFORMATIVA...	39
2.1.2.8.2. DE LA PROPAGANDA COMERCIAL	41
2.1.2.8.3. DEL TIEMPO DEL ESTADO,	43
2.2. EL MARCO LEGAL EN MATERIA DE PRENSA	51
2.2.1. PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES	51
2.2.2. DISPOSICIONES NORMATIVAS	56
2.2.2.1. DE LA LEGISLACION VIGENTE	56

3.- EL ESTADO MEXICANO EN LOS SERVICIOS PUBLICOS DE	
DIFUSION MASIVA	60
3.1. ORGANISMOS GUBERNAMENTALES RELATIVOS A LAS	
ACTIVIDADES TECNICAS DE RADIO Y TELEVISION	60
3.1.1. PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	60
3.1.1.1. DIRECCION GENERAL DE COMUNICA-	
CION SOCIAL	60
3.1.2. SECRETARIA DE GOBERNACION	62
3.1.2.1. DIRECCION GENERAL DE COMUNICA--	
CION SOCIAL.....	64
3.1.2.1. DIRECCION GENERAL DE RADIO,	
TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA	67
3.1.2.3. DIRECCION GENERAL DE GOBIERNO...	82
3.1.2.4. CONSEJO NACIONAL DE RADIO Y	
TELEVISION	85
3.1.2.5. COMITE ASESOR	87
3.1.2.6. COMISION DE RADIODIFUSION	90
3.1.3. SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPOR-	
TES.....	97
3.1.3.1. DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS	
JURIDICOS	101

3.1.3.2.	SUBSECRETARIO DE COMUNICACION Y DESARROLLO TECNOLOGICO	103
3.1.3.3.	UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL	103
3.1.3.4.	DIRECCION GENERAL DE POLITICAS Y NORMAS DE COMUNICACION	104
3.1.3.5.	DIRECCION GENERAL DE NORMAS DE SISTEMAS DE DIFUSION	105
3.1.4.	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA	108
3.1.4.1.	DIRECCION GENERAL DE DERECHOS DE AUTOR.....	109
3.1.4.2.	UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA ...	109
3.1.4.3.	CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES.....	111
3.1.5.	SECRETARIA DE SALUD	117
3.1.5.1.	DIRECCION GENERAL DE REGULACION DE LOS SERVICIOS DE SALUD.....	131
3.1.5.2.	DIRECCION GENERAL DE CONTROL SANITARIO DE BIENES Y SERVICIOS..	132
3.1.5.3.	DIRECCION GENERAL DE CONTROL DE INSUMOS PARA LA SALUD.....	133

3.1.5.4.	DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS E INTERNACIONALES	134
3.1.5.5.	UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL...	134
3.1.5.6.	CONSEJO CONSULTIVO DE LA PUBLICIDAD OBJETO DE CONTROL SANITARIO.....	135
3.1.6.	SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL.....	138
3.1.6.1.	UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL..	140
3.1.6.2.	DIRECCION GENERAL DE DESARRO-- LLO TECNOLOGICO.....	141
3.1.6.3.	DIRECCION GENERAL DE FOMENTO AL COMERCIO INTERIOR.....	141
3.1.7.	INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.....	142
3.1.8.	SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUES- TO.....	144
3.1.8.1.	UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL..	145
3.1.8.2.	DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS.....	145

3.1.9. SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO.....	147
3.2. ORGANISMOS GUBERNAMENTALES RELATIVOS A LAS ACTIVIDADES TECNICAS DE PRENSA.....	151
3.2.1. PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	151
3.2.1.1. DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL.....	151
3.2.2. SECRETARIA DE GOBERNACION	151
3.2.2.1. COMISION CALIFICADORA DE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS.....	151
3.2.2.2. COMISION DE RADIODIFUSION	153
3.2.3. SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.....	154
3.2.3.2. DIRECCION GENERAL DE DERECHOS DE AUTOR.....	154
4.- LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DE DIFUSION MASIVA.....	155
4.1. ORGANISMOS PUBLICOS Y GUBERNAMENTALES EN LA PRESTACION DE LAS ACTIVIDADES TECNICAS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA.....	155

A) RADIO

4.1.1. INSTITUTO MEXICANO D LA RADIO..... 155

4.1.2. RADIO UNAM 159.

4.1.3. RADIO EDUCACION 160

B) TELEVISION

4.1.4. INSTITUTO MEXICANO DE TELEVISION 163

4.1.5. CANAL ONCE 166

4.1.6. DIRECCION GENERAL DE T.V. UNAM 168

C) PRENSA.

4.1.7. PERIODICO EL NACIONAL 171

4.2. LA PRESTACION DE PARTICULARES, EN LAS ACTIVIDADES TECNICAS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA..... 171

4.2.1. TELEVISION VIA SATELITE, S.A..... 171

4.2.2. MVS MULTIVISION 175

4.2.3. RADIO 178

4.2.4. PRENSA	179
CONCLUSIONES	181
PROPUESTAS	185
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	
LEGISLACION CONSULTADA	

CAPITULO I

1.- EL SERVICIO PUBLICO EN MATERIA DE MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA.

Comenzaremos resaltando la importancia que, en la actualidad, tiene el estudio de las materias que han adquirido una especialización propia durante su proceso de desarrollo y que actualmente conforman una parte importante en la subsistencia del sistema político y jurídico, y social que nos rige.

Es menester hacer denotar, que actualmente en materia de comunicaciones y transportes, tenemos el derecho de telecomunicaciones, donde se ubica radio y televisión. En materia de Gobernación, tenemos los derechos cinematográficos; el de imprenta y prensa.

No solo por la importancia, sino también por la autonomía que en los ámbitos político, económico, jurídico administrativo y social, han alcanzado en nuestro país la radio, la televisión y la prensa, denominados medios masivos de comunicación, su exámen pretende ser el análisis del presente ensayo.

En el estudio de dichas materias, hemos de aplicar los conceptos ad hoc de la teoría general del derecho administrativo, para determinar si las actividades técnicas que desempeñan los medios masivos aludidos son servicios públicos.

1.1.- DETERMINACION DEL CONCEPTO DE SERVICIO PUBLICO.

El servicio público, al formar parte del derecho administrativo, este, es mutable, de acuerdo o en razón a la sociedad que regula, así como al sistema político y económico en que se desenvuelve. Por lo que hemos de estudiar al servicio público en razón al sistema político, - económico y social, imperante en la moderna sociedad mexicana.

En cuanto al concepto, éste se define como --
 " Una actividad técnica encaminada a satisfacer necesidades colectivas básicas o fundamentales, mediante prestaciones individualizadas, sujetas a un régimen de derecho público, que determina los principios de regularidad, uniformidad, adecuación e igualdad. Esta actividad puede ser --- prestada por el Estado o por los particulares (mediante -- concesión)" (1), o (permiso), de conformidad con la Ley Federal de Radio y Televisión que en su numeral décimo tercero nos establece:

"Artículo 13.- Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole".

Se desprende del concepto, que existen servicios públicos en lo relativo a la radio, la televisión y la prensa a cargo de órganos de la administración pública cen

(1) ACOSTA ROMERO, Miguel. Teoría General del Derecho Administrativo, 4ª ed., Porrúa, México 1981, p. 450.

tralizada, desconcentrada y descentralizada, que desarrollan dicha tarea a través de la potestad que les otorgue la Ley; Así mismo el Estado delega la prestación de los mismos a particulares, siempre que lo faculte la ley, a través del acto administrativo discrecional denominado concesión y/o el permiso relativo. Toda vez, que el "Estado no tiene el monopolio de la satisfacción de las necesidades colectivas". (2)

(2) FRAGA, Gabino. Derecho Administrativo, 15^a ed., Porrúa, México -- 1973, p. 19.

1.2.- CARACTERISTICAS DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA.

Consideramos que las características más importantes relativas al tópicó que nos ocupa son:

a) Una actividad técnica, encaminada a satisfacer necesidades colectivas básicas o fundamentales, como lo son los altos cometidos sociales que les incumben, así como el respeto al derecho a la información. Mediante prestaciones individualizadas;

b) Una obra de interés público a ejecutar;

c) Reguladas las actividades técnicas de los medios masivos de comunicación y/o difusión para la satisfacción de necesidades de interés general, por diversos ordenamientos de derecho público.

d) Un sistema mixto de prestación, es decir, es prestada dichas actividades por organismos público, gubernamentales y por particulares.

En la prestación de los servicios públicos que nos ocupan, las Entidades de gobierno, organismos descentralizados y los particulares, caso exclusivo de éstos últimos en tratándose de la utilización, establecimiento y explotación de estaciones culturales, requerirán del otorgamiento de permiso. Los particulares que pretendan ejecutar dichas actividades técnicas con fines de lucro, les será otorgada a través de concesión.

1.3.- EL SERVICIO PUBLICO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN LA LEGISLACION RELATIVA VIGENTE

En el mundo y por ende en nuestro país, actualmente los vehículos más importantes de transmisión de información son la radio, la televisión y la prensa, denominados medios masivos de comunicación.

Por lo que estableceremos primero, como concibe la legislación mexicana al servicio público de radio y televisión y subsecuentemente al de prensa.

1.3.1.- Radio y Televisión.

La legislación mexicana determina que la actividad relativa a los medios masivos de comunicación de radios y televisión, es una actividad técnica. Toda vez, que para el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas por parte de los prestadores de dichas actividades, requieren de ingenieros, técnicos, peritos en telecomunicaciones y demás personal capacitado, para instalar, funcionar y operar estaciones radiodifusoras. Esta afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo tercero de la Ley Federal de Radio y Televisión, que al efecto establece:

"Artículo Tercero.- La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posible".

Dichas actividades técnicas, están encaminadas a satisfacer necesidades colectivas básicas o fundamentales. Para lo cual ha de cumplir con los altos cometidos de su función social a saber:

- a) El fortalecimiento de la integración nacional;
- b) El mejoramiento de las formas de convivencia humana;
- c) El enaltecimiento de la vida en común;
- d) La transmisión de programas de desarrollo social; de desarrollo económico, las cuales contribuyan a la distribución equitativa del ingreso y al fortalecimiento de su mercado; de programas recreativos, los cuales afirmen los valores nacionales y las buenas costumbres;
- e) El respeto a la libertad de expresión y el cumplimiento del derecho a la información;
- f) El establecimiento en forma objetiva, veraz y oportuna de de su función informativa.

Por lo que la radio y la televisión, a través de sus diversos sistemas tecnológicos de aplicación, al estar encaminadas a satisfacer necesidades de interés general son una obra de interés público a ejecutar.

"Artículo Cuarto.- La radio y la televisión -- constituyen una actividad de interés Público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social".

Además, la satisfacción constante y adecuada - de las necesidades de interés general de los medios masivos de comunicación, están sujetas a un régimen de derecho público a saber:

- a) Ley Federal de Radio y Televisión;
- b) Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión;
- c) Reglamento del Servicio de Televisión Por Cable;
- d) Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, De Experimentación científica y de Aficionados;
- e) Reglamento para los certificados de Aptitud para el manejo de las Estaciones Radioeléctricas Civiles y su Anexo;
- f) Reglamento que Norma las Actividades de los Peritos en Telecomunicaciones;
- g) Ley de Vías Generales de Comunicación.

Consideramos de todo lo anterior, que la actividad técnica de radio y televisión, encaminada a la satisfacción de necesidades de interés general, es un SERVICIO PUBLICO.

1.3.2.- Prensa.

Se desprende de la legislación mexicana vigente relativa a los medios masivos de difusión de prensa, - estos son una actividad técnica, encaminada a satisfacer - necesidades colectivas básicas o fundamentales. Para lo - cual, ha de cumplir con los altos cometidos de su función social a saber:

- a) El fortalecimiento de la integración nacional;
- b) El mejoramiento de las formas de convivencia humana;
- c) El enaltecimiento de la vida en común;
- d) El respeto a la libertad de expresión, consagrado en el artículo sexto constitucional;
- e) El cumplimiento del derecho que tiene la sociedad a ser informada oportuna y objetivamente, es decir, el cumplimiento del derecho a la información, establecido en la última parte del artículo sexto constitucional, que al efecto de transcribe:

"Artículo 6º.- La manifestación de las ideas - noserá objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Por lo que la prensa, al estar encaminada a satisfacer necesidades de interés general es una función de interés público.

Al igual que la actividad de radio y televisión, la prensa esta sujeta a un régimen de derecho público, a saber:

- a) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículos sexto y séptimo;
- b) Ley Federal de Derechos de Autor;
- c) Reglamento sobre Publicaciones y Revistas - Ilustradas;
- d) Ley de Imprenta.

Por todo lo anterior confirmamos que al igual que la radio y la televisión, la prensa es un SERVICIO PUBLICO.

CAPITULO II

2.- LA LEGISLACION VIGENTE, RELATIVA A LOS MEDIOS -
MASIVOS DE COMUNICACION EN MEXICO.

En el presente capítulo, citaremos los principios y leyes que rigen actualmente a los medios masivos de comunicación, la radio, la televisión y la prensa.

Este capítulo que nos ocupa, se divide en dos apartados, el primero de los cuales comprende a la actividad técnica de radio y televisión, donde especificaremos los principios constitucionales que la rigen y posteriormente las leyes que los regulan en sus diversas modalidades. Por lo que concierne al segundo de los apartados, analizaremos también lo, lo relativo al medio de difusión de prensa.

Antes de proseguir al análisis de los apartados mencionados, es menester para el logro del mejor desarrollo de los mismos, determinar las siguientes denominaciones:

a) Por medios masivos de comunicación, en lato sesu, entendemos, todós aquellos elementos, recursos técnicos, instrumentos electrónicos, establecidos para facilitar dinámicamente su manipulación en pro de la divulgación indirecta ya sea unilateral o bilateral, de ideas, mensajes, imágenes y noticias a un público disperso considerado.

b) En estricto sensu, entendemos, todos aquellos instrumentos tecnológicos establecidos, para su manipulación en forma indirecta y bilateral, de todo intercambio de noticias y que debido al surgimiento de nuevas tecnologías permite la interacción entre emisor y receptor, es decir,, la relación bilateral entre emisor y receptor, toda vez, que el emisor recibe respuestas inmediatas de los receptores.

c) Por medios de difusión masiva, entendemos todos aquellos instrumentos tecnológicos para la emisión de toda clase de noticias, cuya determinación facilite su manipulación, en pro de dicha finalidad, en forma indirecta y unilateral, transmitidas a un público disperso considerado.

Lo anterior, nos permite apreciar la diferencia entre a) los medios de comunicación indirectos bilaterales y, b) los medios de difusión masiva propiamente; -- constituyendo ambos, partes integrantes de los medios masivos de comunicación.

2.1.- EL MARCO LEGAL EN RADIO Y TELEVISION.

2.1.1.- PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES;

Al referirnos a los axiomas relativos a los medios masivos de comunicación que nos ocupan, hemos de comenzar por aquellos que establecen los elementos materiales del dominio público directo referente a dichos medios.- Posteriormente señalaremos los preceptos constitucionales que les dan sustento dada su naturaleza interactuante, los cuales constituyen garantías individuales.

2.1.1.1.- COMO PARTE INTEGRANTE DEL TERRITORIO NACIONAL.

En el artículo 42 fracción VI de nuestra carta magna, respecto de los elementos materiales del dominio público establece lo siguiente:

"Artículo 42.-El territorio nacional comprende:
Fracción VI.-El espacio situado sobre el territorio nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho internacional".

Se desprende de dicho artículo, que el medio -- por el cual se propagan las ondas electromagnéticas y de las cuales se aprovechan los prestadores de los servicios públicos que nos ocupan, mediante la instalación, funcionamiento y operación de las estaciones radiodifusoras por -- cualesquiera de sus modalidades, es propiedad del Estado, -- es decir es parte integrante de su patrimonio. Dicho espacio y de conformidad con el precepto 27 constitucional en-

sus párrafos cuarto y sexto es inalienable e imprescriptible.

2.1.1.2.- LA LIBERTAD DE EXPRESION.

Por lo que respecta a la libertad de manifestación de las ideas, dicha garantía está contemplada en el artículo sexto de nuestra Ley suprema. La cual al estar -- relacionada con el servicio público que nos ocupa y dada -- su naturaleza es menester señalar:

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

La libre expresión de las ideas, pensamientos, opiniones, es concebida en nuestra carta magna como un derecho público subjetivo, es decir, una garantía individual

Dicha garantía conforma uno de los elementos -- fundamentales para el desarrollo cultural y social de nuestro pueblo, asimismo, "..contribuye al cabal desenvolvimiento de la personalidad humana, estimulando su perfeccionamiento y elevación culturales..." (3)

Ahora bien, el derecho público subjetivo que --

(3) BURGOA ORIHUELA, Ignacio. " Las Garantías Individuales ", ed. Porrúa, México, 19 , p. 348.

nos ocupa, tutela la maifestación verbal u oral de las -- ideas (pensamientos y opiniones), por culaquier medio de expresión masiva; tal es el caso, en mi opinión, de los me dios de comunicación masivos, radio, televisión y prensa, en los cuales no debera ser coartada por ninguna autoridad judicial o administrativa, la libertad de expresión, salvo las limitantes constitucionales.

Al respecto, el doctor Ignacio Burgoa, citando al doctor Sigfredo Orbegoso, nos dice:

"... la libertad de pensamiento se encuentra - totalmente ligada a la libertad de expresión en su sentido más amplio, es decir, utilizando todos los medios desde la palabra oral y escrita hasta las formas más técnicas y ev lucionadas de comunicación y difusión (radio, televisión, cinematográfico, prensa, etc.O. Y esta libertad supone otras libertades o derechos como la libre discusión, la tolerancia, sin la cuál no es posible la libertad de pensamiento jurídicamente entendida.

Entonces pues, en el pensamiento, las ideas ad quieren un poder que puede ser imenso en la medida en que saliendo del cerebro de los pensadores e ideólogos y utili zando cualesquiera de los medios de expresión, pasan a for mar parte de la conciencia de las masas y colectividades.

Indudablemente que entendida así la libertad de pensamiento, ésta sólo puede subsistir en el grado en que se hagan efectivas las otras libertades. Reconocer el derecho de pensar libremente, sin reconocer el derecho de expresarlo, equivaldría a reconocer el derecho de adquirir - alimentos, pero no el de ingerirlos". (4)

El artículo sexto constitucional, establece las siguientes limitantes en lo relativo a la garantía que nos ocupa, a saber:

- a) El caso de ataques a la moral;
- b) El ataque a los derechos de tercero;
- c) La provocación de algún delito; y
- d) La perturbación del orden público.

Por lo que al consumarse, cualquiera de los conceptos aludidos, al hacerse uso de los medios masivos de - comunicación, son objeto de inquisición administrativa y - judicial.

Es menester aclarar, que las limitantes consistentes en ataque a la moral, a los derechos de terceros y la perturbación al orden público, al ser conceptos difíciles de definir, los ordenamientos legales vigentes no les han determinado criterio certero y concreto. Por lo cual, -- se ha dejado a la consideración subjetiva de la autoridad-

(4) BURGOA ORIHUELA, Ignacio. op. cit., p. 349.

en turno dicha facultad.

Asimismo, cabe mencionar, que la fuerza económica, política e inclusive social, de los medios de difusión masiva, han rebasado en ocasiones las limitantes previstas en el artículo sexto constitucional. Por lo que se hace menester, que la Ley defina tales conceptos.

Considero que tales limitantes no deben coartar la libertad de expresión aun y cuando dichas ideas -- sean contrarias a la de la autoridad o común de la población. Con la única limitante que no se cometa o provoque -- algún delito.

2.1.1.3.- El Derecho a la Información.

El derecho a la información, no solo es complemento de la garantía de libertad de expresión, sino sustituye y a la vez comprende las libertades de expresión, -- pensamiento, imprenta y opinión; Además da "...acceso y -- participación de los individuos y los grupos sociales en -- una corriente bilateral". (5). Situación ésta última que -- es trascendental, más aún al tratarse de los medios masivos de comunicación, toda vez, que contempla la facultad -- que posee toda persona de hacer uso de los medios masivos de comunicación; es decir, comprende el fenómeno de la comunicación. (6) " En la que existe una relación bilateral entre emisor y receptor".(7) Osea, el establecimiento de -- la divulgación indirecta y bilateral, de ideas, mensajes,

(5) LOPEZ AYLLON, Sergio. El Derecho a la Información , Miguel Angel - Porrúa, México, 1984, p. 110.

(6) Véase el punto 2 de este capítulo.

(7) Cfr. Fátima Fernández Christlieb, Los Medios de Difusión Masiva en México , Juan Pablos Editor, México, 1982, p. 291.

imágenes y noticias a un público disperso considerado, -- a través de la manipulación eficaz de todos aquellos instrumentos y recursos técnicos y electrónicos relativos.

Por lo que respecta al concepto del derecho a la información, Sergio Lopez Ayllon lo define como "...un conjunto de tres facultades interrelacionadas —investigar recibir y difundir informaciones— que busca dar respuesta jurídica global a los problemas de las actuales estructuras de la información ..." (8), dentro de las cuales se destacan, los medios de comunicación masiva. Por lo cual, el derecho a la información procura garantizar y lograr un ejercicio equilibrado en la difusión y recepción masiva de todas las formas de información, de todos los interlocutores sociales, incluido el propio Gobierno Federal.

Las facultades que el derecho a la información contempla en lo relativo a los medios electrónicos de radio y televisión en cualquiera de sus modalidades son otorgados en favor de cualquier persona, es decir, todas las personas físicas o jurídico colectivas nacionales que p^{re}sten o no dichos servicios públicos, incluyendo en el segundo de los aspectos aludidos a los extranjeros establecidos y/o constituidos legalmente en nuestro país, el derecho a la información les otorga las siguientes facultades:

a) El derecho a informar.- Toda persona tiene acceso a los medios de comunicación masiva, haciendo uso -

(8) LOPEZ AYLLON, Sergio. op cit. p. 161.

de las facultades de difundir —hechos, datos, noticias, - opiniones, ideas e investigaciones— (libertad de expresión); Lo anterior implica una comunicación libre y democrática.

b) El derecho a ser informado.- Derecho que -- confiere a toda persona, la facultad de recibir información, en forma veráz, oportuna y objetiva de los medios de comunicación masiva. Esta afirmación se fundamenta en el artículo cuarto del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica - Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión:

" Artículo Cuarto.- La función informativa -- constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de tercero, ni perturbar el orden y la paz pública".

Este derecho alude fundamentalmente a la facultad que posee toda persona, ya sea física o jurídica colectiva, inclusive integradas en grupos sociales, a estar debidamente informadas de todo acontecimiento público, así - como de toda información que pudiera afectarle en su existencia. Con el objetivo de que la persona oriente su actitud e intervenga en cuestiones de política de la sociedad. Luego entonces, el derecho a la información otorga la posi

bilidad jurídica al sujeto receptor (pasivo) de exigir de los prestadores de los servicios públicos de radio y televisión y prensa, la información a que tiene derecho, es decir, al ser toda persona titular del derecho a la información, están facultadas para que todo mensaje que tenga un carácter de interés público, general o social emitidos a a emitirse por cualquier medio de difusión masiva sean objetiva y oportunamente difundidos.

El derecho a la información, contemplado en la última parte de artículo sexto de nuestra carta magna, a la letra dice:

"Artículo Sexto.- ... el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Con fundamento en el artículo sexto, el derecho a la información es una garantía individual, ya que este derecho es indubitablemente subjetivo público, pues se previene como complementario o paralelo del que deriva de la libertad de manifestación de las ideas, osea, que forma parte del contexto de las llamadas garantías individuales instituidas en el capítulo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Los titulares de las citadas garantías son todos los sujetos que se encuentren en la situación de gobernados, independientemente de su condición específica, se--

gún lo dispone el artículo primero de nuestra Ley Suprema, la cual, a través de su artículo 33, hace extensiva dicha titularidad a los extranjeros. Por consiguiente, conforme a los mandamientos constitucionales invocados, toda persona física o individuo, toda persona moral de derecho privado o social, toda entidad de índole política y, en general, todo sujeto que se halle en la posición de gobernado, es titular del derecho público subjetivo consistente en que el Estado garantice la información, incluyendo a los extranjeros, salvo que se trate de la materia política".(9)

Sin embargo, en las discusiones que se han dado sobre dicho asunto, se considera por algunos teóricos como una garantía social. Inclusive, en ejecutoria de la Sala Administrativa de la Suprema Corte de Justicia de la Nación considera también mediante fallo de quince de abril de 1985, que el citado " derecho a la información es una garantía social, correlativa a la libertad de expresión, que se instituyó con motivo de la llamada "Reforma Política", - y que consiste en que el Estado permita el que, a través de los diversos medios de comunicación, se manifieste de manera regular la diversidad de opiniones de los partidos políticos. Que la definición precisa del derecho a la información queda a la legislación secundaria".(10) Se desprende de dicha ejecutoria, que sin el establecimiento de la reglamentación del derecho que nos ocupa, el criterio aludido de la Sala, es sólo una declaración utópica.

(9) BURGOA ORIHUELA, Ignacio. op. cit. p. 676, 677.

(10) Cfr. Burgoa, op. cit. supra, nota 3, p. 681 y ss.

Asimismo, existen ejecutorias dictadas por los Tribunales Colegiados de Circuito en dicho t6pico, que sin constituir jurisprudencia, divergen del criterio aludido.- Por lo cual, salvando y afectando los poderosos obst6culos de los intereses pol6ticos y econ6micos creados en materia de radio, televisi3n y prensa, es menester, para el logro de un nuevo orden (justo, democr6tico, equitativo, libre, veraz, plural y objetivo), en materia de medios masivos - de comunicaci3n, reglamentar el derecho a la informaci3n, para determinar la inamovilidad de las ya aludidas facultades, que el mismo confiere, en pro de una sociedad mexicana realmente comunicada.

2.1.2.- Disposiciones Normativas:

Los medios masivos de comunicación de radio y televisión, en cualesquiera de los diversos sistemas en -- que operen, estan regulados en un vasto campo de Leyes, reglamentos, decretos, acuerdos y tratados internacionales, -- que de una y otra forma resultan trascendentales en lo relativo a los servicios públicos que nos atañen y que citaremos al respecto.

2.1.2.1.- Patrimonio del Estado;

La Ley Federal de Radio y Televisión, en su artículo primero, al efecto establece:

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

Dicho precepto determina, que las ondas electromagnéticas al propagarse por el espacio situado sobre el territorio nacional, conforman uno de los elementos materiales del dominio público directo.

Asimismo, ésta afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo 42, fracción VI constitucional, -- que al efecto dispone:

" Artículo 42.- El territorio nacional comprende:

VI.- El espacio situado sobre el territorio nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho internacional."

Luego entonces, el espacio situado sobre el territorio nacional y por el cual se propagan las ondas electromagnéticas de las cuales hacen uso, todos los servicios públicos de radio y televisión que nos ocupan, en cualquiera de sus modos de operar, forman parte del patrimonio del Estado.

Por lo tanto, dicho dominio es inalienable e imprescriptible. Asimismo, sólo pueden hacer uso del espacio territorial y por ende del medio de referencia, el Estado a través de algunas de sus formas de organización y las personas que cubran los requisitos exigidos por la Ley de la materia.

2.1.2.2.- Actividades Técnicas Generales;

Entendemos por actividades técnicas generales - en materia de radio y televisión; aquellas cuyas emisiones están destinadas a la recepción directa por el público en general. Esta consideración se fundamenta de conformidad con el considerando segundo, del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, publicado en el "Diario Oficial" de fecha 18 de enero de 1979, que al efecto establece:

" Segundo.- ..., el servicio de televisión portable, es un servicio especial destinado a satisfacer necesidades determinadas de interés general, a diferencia -- del servicio de radiodifusión cuyas emisiones están destinadas a la recepción directa por el público en general".

En materia de radiodifusión, en cualesquiera de sus sistemas, ya sean de modulación de amplitud, de frecuencia modulada y, de televisión. Tenemos como actividades técnicas generales a saber las siguientes:

- a) El servicio de radiodifusión comercial;
- b) El servicio de radiodifusión cultural;
- c) El servicio de radiodifusión de experimentación científica;
- d) El servicio de radiodifusión de aficionados;
- e) El servicio de radiodifusión oficial.

El Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras-Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, en sus numerales segundo, tercero, cuarto y quinto, precisa lo que debemos entender por las actividades técnicas generales que nos ocupan, el cual al efecto manifiesta:

" Son instalaciones radiodifusoras comerciales-destinadas a la explotación de propaganda comercial, - mediante la divulgación de conferencias, programas musicales, piezas de teatro, programas de divulgación científica y artística, crónicas, informaciones deportivas y de interés general.

Son instalaciones radiodifusoras culturales las que se establezcan exclusivamente para fines de divulgación cultural, mediante la transmisión de conferencias, -- conciertos, etc, sin obtener lucro alguno.

Son instalaciones de experimentación científica aquellas que se dediquen exclusivamente a trabajos de investigación de esta índole.

Son instalaciones de aficionados, aquellas que se utilicen para iniciarse en la técnica y en la práctica de los sistemas de radiocomunicación, por simple entretenimiento y sin interés pecuniario alguno".

2.1.2.3.- Actividades Técnicas Especiales;

Debido al avance tecnológico en materia de tele comunicaciones, éste ha propiciado el establecimiento de nuevos medios de comunicación, como lo es el servicio especial público de televisión por cable. Actividad técnica regulada por la Ley de Vías Generales de Comunicación y, por el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable.

Dicho servicio, es regulado en forma independiente, toda vez, que es una actividad técnica especial -- destinada a satisfacer necesidades determinadas de interés general. Esta afirmación se fundamenta de conformidad con el considerando segundo del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, publicado en el "Diario Oficial" de 18 de enero de 1979, que al efecto establece:

" Segundo.- Que de conformidad con las defini--

ciones establecidas en el Reglamento de Radiocomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, anexo al Convenio de Telecomunicaciones en Torremolinos, ratificado por el Senado de la República el 11 de julio de 1975 y publicado en el "Diario Oficial" de la Federación el 28 de enero de 1976, el servicio de televisión por cable, es un servicio especial destinado a satisfacer necesidades de terminadas de interés general, a diferencia del servicio de rediodifusión cuyas emisiones están destinadas a la recepción directa por el público en general".

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes - y dada la importancia y aceptación que el sistema de referencia tiene, manifiesta al respecto lo siguiente:

" Los avances en la tecnología y en la concepción de los servicios públicos, en el área de las telecomunicaciones, han dado origen a un nuevo sistema denominado televisión por cable, apropiado para producir, conducir y, distribuir señales de televisión que se distribuyen en estos sistemas, mediante líneas físicas, son las originadas tanto en el propio sistema como en estaciones de radiodifusión, de televisión ubicadas en su misma zona o distantes.

En base a la aceptación del sistema y a la demanda que se prevé para los años venideros, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes conviene en la necesidad de contar con un cuerpo coherente de normas...

Los sistemas que actualmente se emplean en el -

Los sistemas que actualmente se emplean en el país, dada la dinámica que caracteriza a este campo, indudablemente deberán adecuarse a las nuevas técnicas que se encuentran en desarrollo y, por consiguiente, será necesario en el futuro llevar a cabo revisiones y en su caso modificaciones a las presentes normas". (11)

Para lograr una mejor captación de la importancia "revolucionaria" que en el área de las telecomunicaciones, tiene el sistema de televisión por cable, es menester hacer hincapie a sus características, que son a saber las siguientes:

a) " El sistema de cable puede entregar muchos más canales de televisión, que lo que permite la televisión vía aire ". (12)

Por la vía hertziana un receptor no puede captar más de seis o siete canales, en cambio por el sistema de cable coaxial se puede entregar de 28 a 35 canales, más bandas de radio am y fm., así como la transmisión de periódicos por medio de ondas radiales directamente al hogar del suscriptor.

b) La suscripción al sistema es accesible;

c) " la transmisión es a bajo costo;

d) El campo receptor es exactamente delimitado ".(13) Es decir, es un sistema de comunicación, en el -

(11) SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, Normas televisión -- por cable, opus 104, XI-1974, Publicaciones Telecomex, p.l.

(12) MATTELART, Armand. Agresión Desde El Espacio , 9^{na} ed., Siglo XXI Editores, México 1985, p. 38.

(13) Ibidem, p. 38.

cual sólo se transmite a los suscriptores del mismo, ya sea (en función de sus intereses o especialidades).

e) " El sistema de cable, permite una relación-recíproca entre emisor y receptor". (14)

Es sin duda, que todas y en especial ésta última de las características enunciadas, fundamentan la calificativa de "revolucionario" al sistema de televisión por cable, en el area de las telecomunicaciones. Toda vez, que permite la doble vía de retorno, es decir, el suscriptor puede responder a cualquier aseveración, participación, crítica, etc., que manifieste el interlocutor que aparece en su aparato televisivo. Según el grado de sofisticación del equipo, la interacción entre emisor y receptor puede ser más o menos compleja y llegar hasta la conversación con la fuente de programación.

Al respecto , la Lic. Fátima Fernández Christlieb, nos dice, (15) "Es esta forma de transmisión de imágenes la que más claramente echa por tierra el argumento del obstáculo técnico para la participación popular en los medios audiovisuales. Como es sabido, por medio de un cable coaxial puede transmitirse un altísimo número de señales con la ventaja de tener un costo más bajo que la transmisión por aire y de poderse transmitir en exclusiva a localidades pequeñas, terminando así con el forzoso modelo -

(14) Ibid., p. 39.

(15) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima. Los Medios De Difusión En México, Ira., ed., Juan Pablos Editor, México 1982, p. 291.

de proyección nacional, válido para noticias pero no para programas de otro tipo. Pero lo más importante de la televisión por cable es que permite la comunicación instantánea en dos sentidos, es decir, el receptor puede convertirse a la vez en emisor, lográndose una verdadera comunicación". Por lo que de regularse de manera eficaz dicho sistema de televisión por cable, contemplando el acceso de la población a los mismos, tanto como prestadores del servicio público especial de referencia y/o suscriptores del mismo, aplicándose la ya aludida comunicación instantánea en dos sentidos, que permite el sistema de cable, tendremos en lo relativo medios de comunicación realmente libres y democráticos.

2.1.2.4.- Jurisdicción;

Por lo que corresponde a las vías generales de comunicación, en lo relativo a los medios de comunicación masiva que nos atañen. Por así determinarlo la Ley de Vías Generales de Comunicación (en su precepto tercero); la Ley Federal de Radio y Televisión (en su artículo octavo) y; el Reglamento del Servicio de Televisión Por Cable (en su considerando tercero), quedan dichos medios únicamente bajo la sujeción de los Poderes Judiciales Federales. Por lo que serán éstos los únicos facultados para dirimir las controversias que se susciten en ésta materia.

2.1.2.5.- Facultades Gubernamentales;

Es menester señalar, que corresponde al Ejecutivo Federal en el ejercicio de sus facultades que le otorga la fracción I, del artículo 89 de la constitución, lo concerniente al servicio público de radio y televisión; actividad que ejerce y desarrolla por conducto de las dependencias gubernamentales que determinen expresamente los ordenamientos legales relativos. Esta afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo tercero, de la Ley de Vías Generales de Comunicación, que al efecto establece:

"Artículo 3ro.- Las Vías generales de comunicación y los modos de transporte que operan en ellas quedan sujetos exclusivamente a los Poderes Federales. El Ejecutivo ejercerá sus facultades por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en los siguientes casos y sin perjuicio de las facultades expresas por otros ordenamientos legales concedan a otras dependencias del Ejecutivo Federal".

En la Ley Federal de Radio y Televisión, en el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, en el Reglamento que Norma las Actividades de los Peritos en Telecomunicaciones y, en el Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, determinan las facultades que competen a ésta Secretaría en el tópic que nos ocupa, las cuales en general son las relativas: al otorgamiento de concesiones y/o permisos; al funcionamiento y operación de carácter técnico de las estaciones y sus servicios; El establecimiento del mínimo de tarifas para las estaciones comerciales; la aplicación de las sanciones res

pectivas y en lo referente al servicio especial de televisión por cable, encontramos una facultad más, la consistente en vigilar la situación financiera de las empresas concesionarias.

Las facultades otorgadas a la Secretaría de Gobernación, en lo relativo a dicho tópico, están determinadas en la Ley Federal de Radio y Televisión; en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de La Industria Cinematográfica, Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión; y en el Reglamento Interior de dicha Secretaría. Las cuales consisten sobre todo, en vigilar, determinar y sancionar el contenido de las transmisiones que al efecto emitan los medios de -- difusión que nos ocupan.

A la Secretaría de Educación Pública, de conformidad con la Ley de Federal de Radio y Televisión; la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; la Ley Federal del Derecho de Autor; y el Reglamento Interior de la - Secretaría que nos ocupa, corresponde principalmente:

Promover, organizar y transmitir programas de - enseñanza, de interés cultural y de carácter cívico, tanto para la población adulta como infantil; proteger los derechos de autor y extender certificados de aptitud para locutores.

Por lo que respecta a las facultades que atañen a la Secretaría de Salud, de conformidad con la Ley -- Orgánica de la Administración Pública Federal; la Ley Federal de Radio y Televisión; la Ley General de Salud; el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad; y el Reglamento Interior de la mencionada Secretaría, le compete principalmente: Vigilar y autorizar todo lo relativo a propaganda comercial, referente a la salud de la población.

Cabe mencionar, que hemos hecho referencia de las Entidades Gubernamentales que alude la Ley Federal de Radio y Televisión. Sin embargo, existen otras dependencias de Gobierno que también tienen competencia en lo relativo a la actividad técnica de radio y televisión, las cuales citaremos de manera especial, en el capítulo subsecuente.

2.1.2.6.- Prestación de Servicios Públicos de Radio y Televisión que Requieren Permiso;

Para la prestación de las actividades técnicas de radio y televisión, es necesario obtener un permiso; -- para el maestro Acosta Romero, permiso es "...el acto administrativo por medio del cual se otorga por un órgano de la administración, o un particular, la facultad o derecho para realizar una conducta o para hacer alguna cosa". (16) Por lo que dada su naturaleza y propósito en lo relativo a

(16) ACOSTA ROMERO, Miguel. op. cit., p. 485.

la materia de medios de comunicación masiva, la legisla---
ción referente, reconoce la existencia del derecho que tie
nen los organismos públicos descentralizados; las entida--
des gubernamentales y los particulares, para prestar sus -
servicios en dichas actividades técnicas. El ejercicio de
sus funciones está sujeto a modalidades y limitantes que,
a través de requisitos, se determinan en pro del orden pú-
blico, interés social y por ende de los altos cometidos so
ciales que a dichos medios masivos, les compelen. Por lo -
que la autoridad tiene la obligación de otorgarlos al peti
cionario, una vez que cumple los requisitos establecidos -
en la Ley de la materia. Esta afirmación se fundamenta de
conformidad con el artículo 25, de la Ley Federal de Radio
y Televisión, que al efecto dispone:

"Artículo 25.- Los permisos para las estacio--
nes oficiales, culturales y de experimentación y para las
escuelas radiofónicas, sólo podrán otorgarse a ciudadanos
mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades -
cuyos socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedades -
por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de no
minativas y aquellas quedarán obligadas a proporcionar --
anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes
la lista general de sus socios".

El término del permiso, no está sujeto a plazo
forzoso; al respecto, la Ley Federal de Radio y Televisión
establece, que los permisos sólo serán revocados cuando --
los permisionarios de dichas actividades técnicas se ubiquen

dentro de cualesquiera de las hipótesis normativas que determina el artículo 37, que al efecto establece:

"Artículo 37.- Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, podrán ser revocados por los siguientes motivos:

I.- Cambiar la ubicación del equipo transmisor sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

II.-Cambiar la o las frecuencias asignadas, sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes;

III.-Transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquellos para los que se concedió el permiso;

IV.-No prestar con eficacia, exactitud y regularidad, el servicio especializado, no obstante el apercebimiento, y

V.- Traspasar el permiso sin la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes".

Por lo que determinamos que dicho plazo, es indefinido, a mayor abundamiento el Reglamento del Servicio de Televisión Por Cable, en su numeral 55, al respecto nos dice"

"Artículo 55.- Los permisos se otorgarán por tiempo indefinido y serán revocables en cualquier tiempo a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes -- por violaciones a la Ley de Vías Generales de Comunicación a este Reglamento o por cambiar o incumplir las condiciones que dieron lugar al permiso, escuchando previamente al interesado, y de acuerdo con los motivos y fundamentos que apoyen la revocación".

Ahora bien, requieren únicamente permiso en materia de medios masivos de comunicación, las siguientes actividades técnicas a operar:

- El servicio especial de televisión por cable, siempre y cuando en su prestación no exista ánimo de lucro. Dicha afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo 49, del Reglamento del Servicio de Televisión Por Cable, que al efecto establece:

"Artículo 49.- Se requerirá permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para instalar y operar sistemas de televisión por cable, siempre y cuando no tenga propósito comercial alguno".

- Los servicios de radio y televisión culturales; de experimentación científica y de aficionados, establecido así, en la Ley de Vías Generales de Comunicación - que en su numeral noveno a la letra dice:

"Artículo 9o.- No necesitarán concesión, sino permiso de la Secretaría de Comunicaciones:

III.- Las estaciones radiodifusoras culturales las de experimentación científica y las de aficionados".

- Los servicios de radio y televisión oficiales; de escuelas radiofónicas; y los de carácter comercial siempre y cuando el prestador de éste último sea un organismo público o gubernamental. Esta consideración se funda acorde con el artículo 12, de la Ley Federal de Radio y -- Televisión, que al respecto nos dice:

"Artículo 12.- Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta Ley, el Ejecutivo Federal - por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas - radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso".

2.1.2.7.- Prestación de Servicios Públicos de Radio y Televisión que Requieren Concesión;

La Ley Federal de Radio y Televisión determina que los servicios públicos de radio y televisión que requieren concesión, son aquellos destinados a ser explotados comercialmente, en cualesquiera de los sistemas de modulación de amplitud; de frecuencia modulada; de televisión; y de facsímil. Esta afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo 14, de la Ley aludida, que a la letra dice:

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

Ahora bien, entendemos por concesión, el acto administrativo discrecional por medio del cual la autoridad administrativa faculta a un particular:

1. Para utilizar bienes del Estado, dentro de los límites y condiciones que señale la Ley; y

2. Para establecer y explotar un servicio público, también dentro de los límites y condiciones que señale la Ley".(17) Es decir, es el documento formal que otorga, cumplido el procedimiento y los requisitos de Ley, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes al peticionario facultándolo para establecer estaciones de radio y/o televisión en el canal y/o frecuencia asignadas. Siendo el plazo de duración del acto administrativo que nos ocupa, por así determinarlo la Ley Federal de Radio y Televisión en su numeral 16, de hasta treinta años. El cual al efecto se transcribe:

"Artículo 16.- El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros".

Por lo que respecta al servicio público especial de televisión por cable, el periodo de duración de la concesión para operar comercialmente dicho sistema, es de 15 años, el cual podrá ser prorrogado, determinado así, -- por el Reglamento del Servicio de Televisión Por Cable en su artículo 44, y que al efecto se transcribe:

(17) ACOSTA ROMERO, Miguel. op. cit., p. 413.

"Artículo 44.- Las concesiones para instalar, operar y explicar un sistema de televisión por cable, tendrán una vigencia de quince años a partir de la fecha en que el concesionario inicie la operación comercial del sistema y, una vez concluido el plazo, podrá prorrogarse y --operara la reversión de los bienes en favor de la Nación , en los términos de la Ley de Vías Generales de Comunicación y de este Reglamento".

2.1.2.8.- De la Programación;

La gran importancia que tienen la función informativa, la propaganda comercial y el tiempo del Estado en los medios masivos de comunicación de radio y televisión, hace necesario su exámen.

Toda transmisión que difundan las estaciones de radio y televisión concesionarias y/o permisionarias, - no será objeto de censura o limitación judicial o administrativa, al respecto el artículo 58 de la Ley Federal de Radio y Televisión al efecto establece:

"Artículo 58.- El derecho de información. de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna - inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los terminos de - la Constitución y de las Leyes".

Sin embargo, por constituir la actividad de los medios de difusión masiva de radio y televisión, un quehacer de interés publico y social a ejecutar, el Estado por

conducto del Ejecutivo Federal en turno, ha de vigilarla y protegerla para el debido cumplimiento de su función social, así como de las limitantes que al efecto determinen -- los ordenamientos legales respectivos, en pro del fortalecimiento de la integración nacional y del mejoramiento de las formas de convivencia humana.

2.1.2.8.1.- Función Informativa;

Los servicios públicos de radio y televisión - que se citan, deben incluir en su programación cotidiana - información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivos y demás asuntos de interés general tanto nacionales como internacionales. Dicha información se fundamenta, de conformidad con el artículo 77 de la Ley Federal de Radio y Televisión y que al efecto se transcribe:

"Artículo 77.- Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales".

Ahora bien, al constituir la función informativa una actividad específica en la prestación de las actividades técnicas de radio y televisión, ésta debe difundirse en forma veraz, oportuna y objetiva a la comunidad, siempre dentro del respeto a la vida privada, los derechos de

tercero y la moral, tal como lo establece el artículo cuarto del reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industrial Cinematografica, relativo al contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión y que al efecto se transcribe:

"Artículo 4.- La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión -- tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, -- sin afectar los derechos de tercero, ni perturbar el orden ni la paz pública".

Dicha disposición ha sido y es transgredida -- constantemente sobre todo en cuestiones de carácter político por prestadores de los multicitados medios electrónicos de comunicación, causando a nuestra consideración, fraude informativo, delito que propongo ser tipificado y sancionado por el Código Penal.

2.1.2.8.2.- De La Propaganda Comercial;

La legislación vigente, relativa a los medios - de difusión masiva de radio y televisión, en lo concerniente a la propaganda comercial e incluso al contenido de la programación en general, en la actualidad es obsoleta, toda vez, que no comprenden todos los aspectos de los avances tecnológicos y psicológicos que en esta materia se han dado. Inclusive estos están siendo aplicados por el aparato publicitario y transmitidos sobre todo por los prestadores de los servicios públicos de televisión diariamente -- con fructuosos beneficios, sin estar regulados por las disposiciones legales respectivas.(18)

Es pertinente aludir la legislación que actualmente rige dicho tópico, la cual a saber es la siguiente:

- Ley Federal de Radio y Televisión;
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, Relativo al contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión.
- Ley General de Salud; (19)
- Reglamento de la Ley General de Salud, En Materia de Control Sanitario de la Publicidad;
- Reglamento Interior de la Secretaria de Salud publicado en el "Diario Oficial de la Federación" de fecha 26 de septiembre de 1989;
- Ley de Invenciones y Marcas; (20)

(18) Véase -el- punto 3.1.5 inciso "C" (De la Publicidad Subliminal) del capítulo III de este trabajo.

(19) Véase punto 3.1.5, 3.1.5.6 y 3.1.5.7 del capítulo III de este trabajo.

(20) Véase punto 3.1.6 del capítulo III de este trabajo.

- Reglamento de la Ley de Invencciones y Marcas;
- Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación (21); y
- Ley Federal de Protección al Consumidor;(22)

Cabe mencionar que el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria - Cinematográfica, Relativo al contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, en su artículo 42, delimita de de talladamente el tiempo de duración del anuncio y cortes - comerciales, el cual a continuación se transcribe:

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

I.- En estaciones de televisión:

a).- El tiempo destinado a propaganda comercial, dentro de programas y en cortes de estación, no excederá de dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión de cada estación; ...

II.- En estaciones de radio:

a).- El tiempo destinado a propaganda comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión".

Sin embargo, dicho precepto es transgredido -- constantemente por los prestadores de los servicios públicos que nos ocupan, transmitiendo un mayor número de cortes comerciales y en un excesivo lapso cada uno dentro -- del conjunto de la programación.

Los medios masivos de radio y televisión que -

(21) Véase punto 3.1.2.2 del capítulo III de este trabajo.

(22) Véase punto 3.1.7 del capítulo III de este trabajo.

nos atañen, al constituir vehículos de integración nacional y procuradores del engrandecimiento de la vida en común, es menester para el logro de sus fines, transmitir programas de desarrollo social, los cuales deben repercutir en el beneficio general de la sociedad. Por lo que es preciso limitar el aspecto comercial de éstos para que su abuso en lo relativo al excesivo tiempo destinado a la publicidad, así, como en la forma y contenido del mensaje masivo publicitario, no lo desvirtue o lo degrade. Toda vez, que no es posible transmitir cultura, educación, información y esparcimiento, tratándose de la propaganda comercial, con intrusiones enervantes (enajenantes), disipadoras o desnaturalizadoras (descontextualizadoras).

Por lo que es menester, que se regule de una manera eficaz dicho tópico, (contemplando el beneficio en el interés general (sociedad) y no sobreponiendo el interés individual o de determinados grupos sobre aquel) acorde a los requerimientos que los avances tecnológicos, psicológicos, sociales y económicos en éste tópico se presenten.

2.1.2.8.3.- Del Tiempo Del Estado.

Al referirnos al tiempo de transmisión que corresponde al Estado Mexicano en las estaciones radiodifusoras, hemos de aludir primero al lapso que por disposición legal le compete, por tratarse la prestación de las

actividades técnicas de radio y televisión, de un servicio público; y posteriormente del tiempo de transmisión - que es otorgado potestativamente al Estado por los concesionarios de estaciones comerciales, como pago en especie de una obligación tributaria. De los cuales se procederá a su estudio:

a) Conforme a las disposiciones legales, relativas a la prestación de servicios expresamente declarados de interés público y social, de bienes del dominio directo de la Nación, por empresas concesionarias y permisionarias de radio y televisión, les compete la obligación de incluir en su programación treinta minutos diarios de transmisiones gratuitas, del material que al efecto proporcione la Secretaría de Gobernación a través de la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía. Esta afirmación la fundamento de conformidad con la Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 59, y el Reglamento de la Ley Federal de radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión y que al efecto se transcriben:

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

"Artículo 12.- Es obligación de las estaciones de radio y televisión, incluir gratuitamente en su programación diaria 30 minutos, continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, del material proporcionado por la Secretaría de Gobernación. El tiempo mínimo en que podrá dividirse la media hora, no será menor de 5 minutos".

Ahora bien, en las estaciones permisionarias de radio y televisión que nos ocupan, dentro de las cuales se encuentran las oficiales, culturales e incluso las prestadas por organismos públicos descentralizados, el doce y medio por ciento del tiempo total de sus transmisiones diarias, también es dispuesto por el Estado Mexicano, por conducto del Ejecutivo Federal en turno, tal como lo establece el acuerdo por el cual se constituye una Comisión Intersecretarial, publicado en el "Diario Oficial de la Federación" en su acuerdo primero y tercero y que al efecto establecen:

"ACUERDO:

PRIMERO.- Se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de las radiodifusoras comerciales, de que dispone el Estado, conforme al acuerdo dictado a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público por este Ejecutivo a mi cargo, de 27 de junio último, publicado en el "Diario Oficial" de la Federación del día primero de julio en curso, así como del doce y medio por ciento del tiempo de transmisión de las radio difusoras oficiales y culturales que operan al amparo de permisos, mediante los arreglos que con estas últimas se tengan.

TERCERO.- Queda facultada esta Comisión para realizar todos los actos necesarios para el aprovechamiento

TERCERO.- Queda Facultada esta Comisión para -- realizar todos los actos necesarios para el aprovechamiento del tiempo de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales y del doce y medio por ciento de las estaciones oficiales y culturales que operan con permisos y -- será en único conducto para ordenar la transmisión de los programas que se difundan en esos tiempos".

Por lo cual, al Estado le compele disponer en -- las multicitadas estaciones permisionarias de 30 minutos-diarios de transmisión, tal como lo establecen la Ley Federal de Radio y Televisión en su numeral 59 y el Reglamento de la misma en su precepto 12 ya aludidos, así como del doce y medio por ciento del total del tiempo diario -- de difusión que establece el acuerdo anteriormente aludido. Siendo éste último lapso del único del que disponen -- la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de gobernación (23) y la Comisión de Radiodifusión (24) para la difusión del material que al -- efecto eleboren y determinen.

B) El tiempo que es otorgado con aquiescencia -- al Estado, por parte de los concesionarios de estaciones-comerciales de radio y televisión, como pago en especie -- de una obligación fiscal, es potestativo, es decir, su -- otorgamiento queda a elección de las siguientes alternativas a saber:

a) Si optan dichos concesionarios en cumplir -- con el gravámen fiscal, que determina el artículo noveno-

(23) Véase punto 3.1.2.2 del capítulo III de este trabajo.

(24) Véase punto 3.1.2.6 del capítulo III de este trabajo.

de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona. las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicado en el "Diario Oficial" de la Federación de 31 de Diciembre de 1968, consistente en el pago del 25% del monto total de los pagos en efectivo o en especie, que se efectuen por los --- servicios prestados por las empresas concesionarias de -- radio y televisión.

"Artículo Noveno.- Se establece un impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por Ley, en los que intervengan empresas concesionarias de bienes del dominio directo de la nación".

Los prestadores de estaciones comerciales, sólo estarán compelidos a otorgar de manera gratuita al Estado 30 minutos diarios de su tiempo de transmisión, tal como lo establece la Ley Federal de Radio y Televisión y el Reglamento relativo ya aludidos, siempre y cuando opten por la alternativa de referencia.

b) La otra alternativa que pueden elegir los -- concesionarios de las estaciones comerciales que nos ocupan, consiste en conferir al Estado, el doce y medio por ciento del tiempo total de transmisión diaria, como pago del importe del 25% a que se refiere la Ley Que Establece Reforma y Adiciona, las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, en su artículo noveno, ya transcrito. Para lo cual, tienen que solicitar a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la modificación a esa forma de pago y -

procedimiento de liquidación de gravámenes fiscales, Tal como lo establece el Acuerdo presidencial publicado en el "diario Oficial" de la Federación el primero de julio de 1969, por el que se autoriza a dicha Secretaría a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago al que se refiere el artículo noveno de la Ley antes citada, con algunas modalidades y que en su Acuerdo primero, inciso a y segundo al efecto determinan:

"ACUERDO:

Primero.- ...

a) Los concesionarios que, en su calidad de --- obligados solidarios al pago de dicho impuesto y por tanto como terceros interesados en el cumplimiento de esa -- obligación, lo tomen a su cargo, podrán solicitar que les admita el pago de su importe con el doce y medio por ciento del tiempo diario de transmisión de cada estación. El Estado por conducto del Ejecutivo a mi cargo, hará uso de ese tiempo para realizar las funciones que le son propias de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial;...

Segundo.- Con el pago a que se refieren los incisos a) y b) que anteceden, quedará cubierto íntegramente el impuesto establecido por el artículo noveno de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario Oficial" de la Federación, del 31 de diciembre de 1968. - Este pago liberará a los sujetos pasivos y a los responsables solidarios del mencionado impuesto, en relación con los objetos del mismo".

El pago en especie de la obligación contributa

ria relativo al doce y medio por ciento del tiempo diario de transmisión total de las estaciones concesionarias de carácter comercial de radio y televisión, constituye el cumplimiento de una obligación fiscal potestativa. Por lo cual, el acatamiento de ésta facultad no descarta por consecuencia el cumplimiento del tiempo del Estado, relativo a los treinta minutos gratuitos diarios de transmisión que le compete en dichos medios masivos de comunicación, de conformidad con las disposiciones legales aludidas.

Concluimos que el tiempo del Estado en todas las estaciones de radio y televisión ya sean permisionarias o concesionarias, está determinado por dos cuestiones fundamentales, la primera de ellas de carácter obligatorio establecido en la Ley Federal de Radio y Televisión y en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de La Industria Cinematográfica, Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión; y la segunda de carácter potestativo, relativo al pago en especie de una obligación fiscal, establecida dicha modificación a la forma de pago y procedimiento de liquidación de gravámenes contributivos en el Acuerdo Presidencial publicado en el "Diario Oficial de la Federación" de fecha primero de julio de 1969.

Dicho lapso que corresponde al Estado, mediante cualesquiera de las formas aludidas, no es dispuesto en su totalidad por el Ejecutivo en turno a través de los diversos órganos que al efecto ha creado, como lo son la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la -

Secretaría de Gobernación, la Comisión de Radiodifusión, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, La Unidad de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública, y demás organismos relativos.

Sin embargo, es menester determinar en la legislación relativa, el tiempo que es otorgado al Estado como obligación por los prestadores de los servicios públicos radio y televisión, proponiendo para ello, se unifique el referente al doce y medio por ciento del tiempo total de transmisión en cualesquiera de las estaciones permisionarias y/o concesionarias.

2.2.- EL MARCO LEGAL EN MATERIA DE PRENSA.

2.2.1.- Principios Constitucionales.

En lo relativo a la actividad de difusión informativa impresa, está considerada en los siguientes preceptos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a saber: Artículo Sexto.- El cual considera y establece la garantía individual de libertad de expresión y en su último párrafo el derecho a la información. En el Artículo Séptimo.- Se establece la garantía individual de libertad de imprenta y en el artículo 130 fracción XII, prohibiciones en lo relativo a publicaciones periódicas de carácter profesional.

a).- Por lo que concierne al artículo sexto de nuestra carta magna, en lo relativo a la libertad de expresión nos establece:

" La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que se ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público ".

Al garantizarse la libertad de expresión en la primera parte de este precepto y en lo relativo al medio de difusión que nos incumbe, las personas dedicadas a esta actividad pueden expresar sus ideas con entera libertad, aunque sean contrarias a las de la autoridad o del común de la población, siempre que con ello no se cause agravio con alguna de las causas contempladas en el precepto que antecede a la sociedad.

Así mismo, dicho precepto en su última parte nos establece:

" El Derecho a la Información será garantizado - por el Estado".

En el medio de difusión masiva escrita, el derecho a la información se erige como el ordenamiento regulador en lo concerniente a las relaciones entre la sociedad y las empresas de prensa. Estableciendo la facultad de ser informada la sociedad por éste medio masivo, objetiva y verazmente. Así mismo establece la facultad que tiene la sociedad de acceder a éste medio de información escrita. (25)

b).- El artículo Séptimo constitucional, nos establece al respecto:

"Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia, ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni cuartar la libertad de imprenta, - que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito".

El precepto que antecede, erige la libertad de prensa o imprenta, consagrando en lo referente a las personas que se dedican a la actividad de la manifestación de las ideas escritas, la facultad fundamental de editar, publicar y difundir, por cualquier medio gráfico, sus mensajes. Estableciendo además que dicha actividad es libre y democrática, la cual no tiene más límites que los establecidos en el precepto que antecede. Así pues el respeto a la -

(25) Véase punto 2.1.1.3 del capítulo II de este trabajo.

vida privada, a la moral, a la paz pública y sobre todo -- los dos primeros, son valores, que al carecerse de ordenamientos que los determinen y regulen eficazmente, se encuentran en un estado de ambigüedad significativa, por lo que son causa fácil de arbitraria aplicación de la Ley. Por lo que es menester se establezca una regulación que les de contenido a estos conceptos.

Al respecto, el agregio jurista, Dr. Ignacio Burgoa nos dice:

"Esta garantía tutela la manifestación del pensamiento de las ideas, de las opiniones, de los juicios, etc. por medios escritos (Libros, folletos, periódicos, revistas, etc.) ... En la mente del constituyente no estuvo la intención de tutelar jurídicamente el simple hecho de escribir, sino el deseo de proteger la manifestación pública de lo que se escribe... La obligación estatal correlativa consiste, por ende, en la abstención que se impone al Estado y sus autoridades de impedir o coartar la manifestación escrita de las ideas. Traducida en la publicación o edición de libros, folletos, periódicos, etc..

También tienen la obligación negativa consistente en no establecer previa censura, esto es, estimar una publicación con el fin de constatar su conveniencia o inconveniencia tomando como base un determinado criterio, así como a no exigir fianza a los autores o impresores. Esta liber-

tad específica es uno de los derechos más preciados del hombre. Por medio de su ejercicio no sólo se divulga y propaga cultura, se abren nuevos horizontes a la actividad intelectual, sino se pretenden corregir errores y defectos de gobierno dentro de un régimen jurídico. La libertad de imprenta es una conquista netamente democrática; su desempeño tiende a formar una opinión pública en lo tocante a la forma de realización de las actividades gubernativas... ". (26)

La manifestación pública de lo que se escribe, no tiene más límites, que las que se establecen en el precepto aludido con antelación.

Tocante a ésta situación, el Dr. Burgoa nuevamente nos establece al respecto:

" Para evitar las prohibiciones a la libertad de imprenta, que se derivarían prolijamente del criterio "ataques o falta de respeto a la vida privada", se deberían precisar los aspectos de ésta que se consideren como objetos vulnerables, impositivos para el ejercicio del propio derecho.... La Suprema Corte de Justicia no se ha ocupado del problema... El Congreso de la Unión, que es un organismo a quien la Constitución facultó en su artículo 16 transitorio para expedir leyes reglamentarias sobre garantías individuales, no se ha preocupado por delimitar el criterio que nos atañe... Nos aventuramos a afirmar que este derecho público subjetivo individual debe prohibirse en aquellos casos en -

(26) BURGOA ORIHUELA, Ignacio.- op. cit., p. 359, 360, 361.

que los ataques a la vida privada de un individuo constituyan un delito contra las personas en su honor... Otro criterio de limitación a la libertad de escribir lo es el ataque a la moral, criterio que adolece de la misma vaguedad e imprecisión que las que afectan al anteriormente tratado... Como tercera limitación general a la libertad de imprenta y como prohibición de su ejercicio... Se altere la paz pública. Este criterio limitativo y prohibitivo..., es aplicable con relativa facilidad en el terreno de los hechos, precisamente se basa en un fenómeno notorio. La paz pública, tomada ésta como fenómeno de tranquilidad, de inalteración del orden público... ". (27)

c).- El artículo 130 constitucional en su párrafo XIII nos establece:

" Las publicaciones periódicas de carácter confesional, ya sean por su programa, por su título o simplemente por sus tendencias ordinarias, no podrán comentar asuntos políticos nacionales, ni informar sobre actos de las autoridades del país, o de particulares, que se relacionen directamente con el funcionamiento de las instituciones públicas".

El precepto que antecede, denota una limitante -- más a la libertad de imprenta, la cual consiste en la prohibición a toda agrupación con carácter religioso, de publicar en sus periódicos cuestiones de carácter político.

(27) *Ibidem* pag. 361, 362, 365.

2.2.2.- Disposiciones Normativas.

2.2.2.1.- De la Legislación Vigente.

a) Actualmente la actividad de las empresas de prensa esta regulada, por la anacrónica y obsoleta Ley de Im prenta, que reglamenta los artículos sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de 1917 y que nos rige. Toda vez que la misma es inobservada e ignorada constantemente, por editoriales, impresores, redactores y reporteros de manera general.

Esta ley es una enumeración de delitos y sanciones cuya terminología es común en la época en que fué promulgada, pero ya ha caído en desuso en la actualidad, además de no contener condiciones ni delimitaciones especiales a la empresa de prensa, como el hacer referencia a cuestiones que definan al periodismo contemporánea como serían todos los elementos relacionados con su actividad comercial.

Por lo que se hace menester, reglamentar el artículo Séptimo constitucional para que deje de tener vigencia la "Legislación Provisional" denominada Ley de Im prenta. Contemplandose en dicho reglamento, las circunstancias actuales en las que estén inmersas las actividades de las empresas de prensa, así como dar contenido a las limitantes cuyos conceptos se establecen en el mencionado precepto constitucional, además de contemplarse la participación de la sociedad en di

cho medio masivo de difusión, logrando así un medio masivo - libre y democrático.

b) En la Ley Federal de Derechos de Autor, se regula la actividad editorial de prensa en los siguientes aspectos:

Dicha ley establece la obligación de registrar el Título o encabezado del periódico, emblemas o sellos distintivos, así como la razón social de las empresas de prensa. - En la Dirección General de Derechos de Autor, establecido en el artículo 119 fracción séptima.

"Artículo 119.- La Dirección General de Derechos de Autor, tendrá a su cargo el registro del derecho de autor, - en el que se inscriban:

VII.- Los emblemas o sellos distintivos de los editoriales, así como las razones sociales, o nombres o domicilios de las empresas y personas dedicadas a actividades editoriales o de impresión".

Así mismo, la Ley Federal aludida, determina que - la materia de las empresas de prensa, será causa de reserva de derechos, lo cual, se encuentra establecido en su artículo 24 que al efecto establece:

"Artículo 24.- El título o cabeza de un periódico, revista, noticiero cinematográfico, y en general de toda publicación o difusión periódica, ya sea total o parcial será materia de reserva de derechos. Esta reserva implica el uso exclusivo del título o cabeza durante el tiempo de la --

publicación o difusión y un año más, a partir de la fecha en que se hizo la última publicación.

La publicación o difusión deberá iniciarse dentro de un año a partir de la fecha del certificado de reserva".

Ahora bien, es menester presentar a la Dirección - General de Derechos de Autor, para registrar el encabezado - del título o etc., y obtener por ende el certificado de reserva de derechos, una solicitud de búsqueda del título, obteniendo en caso de no haber inconveniente legal alguno, una constancia expedida por la Dirección General de Derechos de Autor. Con dicha constancia (en la que se especifica que no existe inconveniente legal en su materia para que se conceda la reserva de derechos al uso exclusivo del título o cabeza relativo), anexarla a la solicitud de título y contenido que por escrito deberá presentarse a la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.

c).- Las actividades que en ese tópicó compelen a la Comisión que antecede, están reguladas en el reglamento - sobre publicaciones y revistas ilustradas, en su articulado 14 que al efecto establece:

"Artículo 14.- Recibida la solicitud o cuando el - exámen se haga de oficio, se procederá al estudio del título o contenido, para determinar si contienen alguno de los in-- convenientes previstos en el artículo sexto de éste Reglamen-- to. Si no muestra inconveniente alguno, la comisión declara-- rá la lícitud del título y/o contenido, expidiéndose el certifi-- cado respectivo, previo pago de los derechos correspon-- dientes".

Por lo que una vez declarado por dicha Comisión, - que están eximidos de defectos, por no incurrir en ninguna - de las hipótesis del artículo que antecede, se expedirá el - certificado relativo, con lo cual, la Dirección General de - Derechos de Autor, procederá al registro del título o de la cabeza o del contenido del periódico, es materia de reserva de derechos.

CAPITULO III

3.- EL ESTADO MEXICANO EN LOS SERVICIOS PUBLICOS DE DIFUSION MASIVA.

3.1 ORGANISMOS GUBERNAMENTALES RELATIVOS A LAS ACTIVIDADES TECNICAS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA.

A).- Radio y Televisión.3.1.1.- Presidencia de la República.

En la administración Pública Centralizada, el órgano político administrativo preeminente es la Presidencia de la República. La cual, en los medios de difusión masiva que nos ocupa; radio, televisión y prensa, establece las políticas de información gubernamental, de conformidad con la política de comunicación social del Gobierno Federal.

3.1.1.1.- Dirección General de Comunicación Social.

La Dirección de Comunicación Social, como Unidad Administrativa de la Presidencia de la República, se regula a través del artículo octavo de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal que dice:

"Artículo 8o.- El Titular del Ejecutivo Federal - contará con las unidades de asesoría, de apoyo técnico y de coordinación que el propio Ejecutivo determine, de acuerdo con el presupuesto asignado a la Presidencia de la República".

A dicho Órgano corresponde, coordinar, supervisar y formular la política de información del Gobierno Federal, en lo relativo a aquellos hechos o actos en los que el Titular del Ejecutivo Federal tiene relación directa o indirectamente, así como todos aquellos que por su trascendencia a ésta Dirección compete.

Esta Unidad Administrativa, establece los lineamientos necesarios para la difusión objetiva de las actividades del Jefe del Ejecutivo, tanto de estrategias, de imagen de relaciones públicas. Proporcionando a los medios de difusión masiva la información que por circunstancias obvias se debe difundir.

Dicha Dirección apoya a los medios electrónicos - con los instrumentos siguientes:

- a) Versiones estenográficas.
- b) Boletines.
- c) Fotografías.
- d) Imágenes de Televisión.
- e) Audio.
- f) Servicio de telex y de fax.
- g) Servicios de transporte.

Al respecto, con el suministro de tales materiales y servicios, se cumple con el apoyo absoluto que la política de comunicación social del Gobierno Federal establece para con los medios de difusión masiva, así mismo se expedita la labor informativa de los profesionales de prensa.

Como podemos observar, éste órgano, con una relación de respeto, dialogo permanente y apoyo absoluto, procura lograr una comunicación constante y en la medida en que se permita "objetiva" para con los medios electrónicos masivos.

3.1.2.- Secretaría de Gobernación.

La Secretaría de Gobernación, es una Dependencia del Ejecutivo Federal, la cual en lo relativo a los medios electrónicos de difusión masiva, le conciernen los actos siguientes:

1.- Determinar y guiar, la política de comunicación social del Gobierno Federal. Para lo cual, el Titular de la misma y de conformidad con las facultades no delegables que se le confieren, debe alcanzar la consecución de tal cometido.

"Artículo 27.- A la Secretaría de Gobernación corresponde de conformidad con el Reglamento Interior de dicha Secretaría de fecha 13 de febrero de 1989, el despacho de los siguientes asuntos:

XXX.- Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información".

"Artículo 50.- El Secretario tendrá las siguientes Facultades no delegables;

XXV.- Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones -

con los medios masivos de información".

Por lo cual, determinará las pautas de vinculación con los medios audiovisuales e impresos de información, para el efecto de establecer los lineamientos siguientes:

- a) Relación de Respeto con los medios masivos.
- b) El Dialogo permanente.
- c) El apoyo absoluto a los mismos.
- d) Asf, como dar cumplimiento y hacer valer la libertad de libertades.

2.- Supeditar a las reflexiones y motivos del Titular del Ejecutivo Federal, las propuestas de reglamentación en lo relativo al aprovechamiento del 12.5% que por ley corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de Televisión concesionados.

3.- Guiar, determinar, regular y promover los programas de comunicación social de los diversos organismos del ejecutivo federal, con apoyo y en coordinación subsecuente-mente de la Dirección General de Comunicación Social, de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y de la Dirección General de Gobierno. Tal como lo establece el reglamento interior de la citada Secretarfa de Gobernación, de fecha 13 de febrero de 1989, y que en su artículo 5o., al efecto establece:

"Artículo 5o.-

XXVI.- Orientar, auxiliar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal".

Además le corresponde, vigilar que los programas a emitirse en todas las estaciones de radio y canales de televisión no transgredan los lineamientos establecidos por la legislación respectiva. De conformidad con la ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su numeral 27 que es tablece.

"Artículo 27....

XX. Promover la producción cinematográfica, de radio y televisión y la industria editorial; vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público; y dirigir y coordinar la administración de las estaciones radiodifusoras y televisoras pertenecientes al Ejecutivo Federal, con exclusión de las que dependan de otras Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos".

De acuerdo con este marco de referencia, pasamos a analizar las diversas Unidades Administrativas, Organos Desconcentrados y otras Entidades de la Secretaría de Gobernación, en lo relativo a los medios de difusión masiva que analizamos.

3.1.2.1.- Dirección General de Comunicación Social.

La Dirección General de Comunicación Social es una Unidad Administrativa de la Secretaría de Gobernación, la cual, en lo relativo a los medios de difusión masiva que nos

ocupan, corresponde los actos siguientes:

a) Apoyar al Secretario de Gobernación para la consecución de la política de comunicación social del Gobierno Federal, en lo referente a sus vínculos con los medios masivos audiovisuales e impresos.

b) Establecer y conducir el diálogo permanente con los medios de información masiva.

c) Dar cumplimiento y hacer valer la libertad de - libertades.

d) Establecer y dar apoyo absoluto a los mismos.

Esta afirmación se fundamenta de conformidad con - el artículo 12 del citado reglamento interior de la Secretaría de Gobernación que al efecto establece:

"Artículo 12.- Corresponde a la Dirección General de Comunicación Social:

I.- Auxiliar al Titular del Ramo en la conducción de la política de comunicación social del Gobierno Federal - y en sus relaciones, con los medios masivos de información".

Al respecto cabe mencionar que con el objeto de - desvanecer la idea de censura que con frecuencia se maneja y aqueja a los medios de información masiva, la actual Administración da apoyo total a dichos medios de difusión, estableciendo para ello, una línea de diálogo permanente para con - los mismos, por lo cual, todo funcionario o servidor público

debe corresponder a dicho diálogo en forma respetuosa dando respuesta de manera "veraz" a todo profesional de prensa.

e) Formular, coordinar y proporcionar el servicio informativo de los boletines de prensa. Difundiendo de ésta manera la información oficial que dispone la dependencia. - Tal como lo establece el reglamento de referencia en su artículo 12.

"Artículo 12.-

III.- Proporcionar la información oficial que disponga el Ejecutivo Federal y dirigir el sistema informativo de la Secretaría".

Al respecto, y sin duda, se da gran apoyo con ello a los medios electrónicos de difusión masiva, toda vez, que facilita la labor informativa de los profesionales de prensa, pero limita y trunca exhaustivas indagaciones sobre tal o cual suceso.

f) Dar a conocer las ideologías políticas, de labor social y cultural según sea el caso de los diversos organismos de la Administración Pública Federal, a través de diversos programas de comunicación social, los cuales supervisa y califica, dando apoyo con esto al Titular de la Secretaría. Así mismo, en coordinación con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, se determinará la emisión de los mismos.

"Artículo 12.- ...

II.- Apoyar al Secretario en la orientación, supervisión y evaluación en coordinación con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, de los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal".

Como podemos observar, existe voluntad del Ejecutivo Federal para el máximo logro de los objetivos de la política de comunicación social, traducida en comunicación permanente y "abierta" de los Organos y Dependencias de la Administración Pública Federal para con los profesionales de la información periodística.

3.1.2.2.- Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía es un órgano administrativo de la Secretaría de Gobernación, la cual es creada en el Reglamento Interior de dicha Dependencia, publicado en el Diario Oficial de fecha 6 de julio de 1977.

Actualmente sus atribuciones se encuentran conferidas y especificadas en el Reglamento Interior de dicha dependencia, publicado en el Diario Oficial de fecha 13 febrero de 1989.

Al respecto de su creación, nos permitimos manifestar, que dicha unidad administrativa sustituye en lo relativo a las facultades que le fueron conferidas en la materia que -

nos ocupa, a la Extinta Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación. Sin embargo, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, en sus numerales 8o. y 9o. al efecto establece:

"Artículo 8o.- El presente ordenamiento, reglamenta sólo las atribuciones que conceden la Ley Federal de Radio y Televisión y la ley de la Industria Cinematográfica, a la Secretaría de Gobernación, la que las ejercerá por conducto de las Direcciones Generales de Información y Cinematografía".

"Artículo 9o.- A la Dirección General de Información compete".

Para el mejor estudio de las facultades conferidas a la Dirección General de RTC., las hemos delimitado en los siguientes puntos:

a) Realización de atribuciones, conferidas por disposiciones legales relativas.

Corresponde a dicha Dirección, el velar que se acaten las disposiciones señaladas en la Ley Federal de Radio y Televisión, en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, y en el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable. Para ello, todos los programas a difundir y que se difundan por radio y televisión, son analizados y vigilados por éste

Órgano, para el efecto de que los mismos se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad de las personas, providad en lo moral. No se vulnere los derechos de terceros, no induzcan a la comisión de delitos, -- que no sean contrarios a la seguridad del Estado, no infrinja la integridad Nacional y no perturbe el órden público. - Tal afirmación se fundamenta, de conformidad con el artículo 11 del citado reglamento interior de la Secretaría de Gobernación, que establece:

"Artículo 11.- Corresponde a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

I.- Ejercer las atribuciones que las leyes y reglamentos le confieren a la Secretaría en materia de radio, televisión y cinematografía.

XVI.- Supervisar y vigilar las transmisiones de radio y televisión para que se cumpla con las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, de la Ley de la Industria Cinematográfica y de sus respectivos Reglamentos".

b) Actividades de carácter General.

Todo argumento, guión, material fílmico o grabado incluyendo el destinado a la publicidad tanto nacional como extranjero, a transmitirse en la República Mexicana en cualesquiera de las estaciones de radio y canales de televisión deben ser autorizados y expedido en su caso el certificado de origen, previo análisis, por ésta Dirección General.

c) Actividades de carácter Político.

Para la Consecución de la política de comunicación social del Gobierno Federal, a ésta Unidad Administrativa corresponde; dar completo apoyo al Secretario del ramo, en - -

cuanto a las propuestas donde se determine lineamientos de - comunicación social del Estado, que al efecto emita al Titular del Ejecutivo.

Además, planear, organizar, coordinar los programas y actividades que permitan el empleo de la Radio y la Televisión como medios para el logro de la política de comunicación social del Estado. Para lo cual, ha de mantener un diálogo permanente, respetuoso y cordial con los medios de difusión masiva.

Así mismo, debe vigilar y dar cumplimiento a la libertad de expresión y de información, y cuidar que los programas a emitir los medios de difusión masiva se mantengan dentro de los límites que marcan los ordenamientos legales respectivos.

d) Actividades de Carácter Internacional.

A dicha Dirección compete; Autorizar la exportación e importación de todo material filmado o grabado con fines comerciales, o experimentales. Así como la retransmisión de programas elaborados en el extranjero de conformidad con los tratados previamente establecidos. Otorgar permisos para la emisión de programas en idiomas diversos al castellano.

Para tener participación oficial, la radio y la televisión en los concursos, seminarios, reuniones Nacionales e Internacionales se requiere de su previa autorización.

e) Actividades de Colaboración.

Existen actividades en las que la Dirección General de RTC., requiere la coordinación o colaboración de algunas unidades Administrativas, Dependencias u Organos descentralizados para la consecución de los objetivos establecidos.

Así pues, antes de que dicha Dirección conceda permiso para la transmisión de programas o eventos concursales donde se otorguen galardones, se requiere que la Dirección General de Gobierno emita su juicio al respecto.

Para la transmisión de espectáculos en las estaciones de Radio y en los canales de Televisión, que versen sobre el Himno Nacional, la Enseña Patria y el Escudo Nacional o que contengan elementos o motivos de éstos se requiere la autorización y vigilancia de la Dirección General de RTC, en Coordinación con la Dirección General de Gobierno. Dichas consideraciones se fundamentan de conformidad con el artículo 40 de la Ley sobre el Escudo, la Bandera e Himno Nacionales y el Reglamento interior de la Secretaría de Gobernación en su numeral 110, y que al efecto se transcriben:

"Artículo 40.- ... Los Espectáculos de teatro, cine, radio y televisión; que versen sobre el Himno Nacional y sus autores, o que contengan motivos de aquél, necesitarán de la aprobación de las Secretarías de Gobernación y Educación Pública, según sus respectivas competencias".

"Artículo 11.-...

XII.- Autorizar y vigilar la transmisión del Himno Nacional por estaciones de radio y televisión y la proyección por televisión del Escudo y de la Bandera Nacionales y los programas que versen sobre ellos, o que contengan motivos del Himno, en coordinación con la Dirección General de Gobierno".

Conjuntamente, esta Dirección con la Comisión Federal Electoral y con la Comisión de Radio Difusión. Determina, la difusión de programas de los Partidos Políticos, de conformidad con los ordenamientos legales relativos.

A Dicha Dirección se le confiere la facultad de -- emitir previa opinión, relativa al otorgamiento de concesiones o permisos de operación, instalación y explotación de estaciones de radio y televisión, y en su caso de renovación de los mismos, que al efecto tramite la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

De conformidad con el artículo 11 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación en su fracción XV, la compete "Autorizar el contenido de las emisiones distribuidas a través de cualquier medio físico en territorio nacional de señales de radio y televisión provenientes de satélites, previamente a la autorización que, en su caso, otorgue la Secretaría de Comunicaciones y Transportes".

f) Atribuciones de Carácter Especial.

1.- Consideramos como atribución de carácter especial aquella que confiere a la Dirección General de RTC, como el organismo encargado de proporcionar lo necesario, a fin de hacer buen uso del doce punto cinco por ciento del total del tiempo de transmisión que por disposición legal corresponde al Estado Mexicano, en las estaciones permisionarias de Radio y Televisión y, por lo que corresponde en las estaciones concesionarias cuando así lo determinen. De conformidad con el artículo 11 del Reglamento interior de la Se

cretaría de Gobernación que al efecto establece.

"Artículo 11.-

XXIII.- Proveer lo necesario para el uso del tiempo que corresponda al Estado en las estaciones de radio y televisión".

Sin embargo, al respecto subsiste el acuerdo publicado en el Diario Oficial de fecha 21 de agosto de 1969, por el cual se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado, en las estaciones concesionadas o permisionarias de radio y televisión, denominada Comisión de Radiodifusión, la cual es facultada para realizar todos aquellos actos que estime pertinentes a fin de hacer buen aprovechamiento del tiempo que por ley corresponde al Estado, además de ser el único organismo que determinará los programas a transmitirse en dicho tiempo.

"ACUERDO:

Tercero.- Queda facultada esta Comisión para realizar los actos necesarios para el aprovechamiento del tiempo de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales y del doce y medio por ciento de las estaciones oficiales y culturales que operan con permisos y será el único conducto para ordenar la transmisión de los programas que se difundan en esos tiempos".

Cabe mencionar, que en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, y de la Ley de la Industria Cinematográfica relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, se establece que la Dirección General de Información, es el órgano encargado de determinar la difu---

sión de programas según prioridades, en el tiempo que corresponde al Estado en los medios de difusión masiva. Que en su numeral 9o. al efecto establece.

"Artículo 9.- A la Dirección General de Información compete:

I.- Señalar el grado de prioridad que corresponda para su difusión, según su importancia, a los programas elaborados por las dependencias y organismos públicos que se transmitan en el tiempo del Estado, a que se refiere el artículo 59 de la Ley de la materia".

Deducimos que la determinación para que la Dirección General de RTC., sea el órgano encargado de coordinar, proporcionar y determinar el material para el uso del tiempo del Estado, en lugar de la Dirección de Información y de la Comisión de Radiodifusión, es la facultad conferida al Ejecutivo Federal en el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión.

"Artículo 59.- ... El Ejecutivo Federal señalará la Dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo de Radio y Televisión".

Sin embargo, las disposiciones legales, en las que se confieren las facultades ya determinadas a éstos últimos órganos están vigentes.

2.- Otra facultad de carácter especial que se le atribuye a dicha Dirección, es la relativa a determinar el encadenamiento de las estaciones de radio y los canales de televisión con motivo de emitir información de importancia -

para la nación, notificando tal determinación con 24 horas -
de anticipación. (28) Tal como lo establece la Ley Federal -
de Radio y Televisión en su artículo 62 que al efecto se -
transcribe:

"Artículo 62.- Todas las estaciones de radio y te-
levisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando -
se trate de transmitir información de trascendencia para la
nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación".

3.- También estimamos como atribución de carácter
especial, a la facultad que le confiere como órgano sanciona-
dor, es decir, éste órgano le compete vigilar el cumplimien-
to del ordenamiento legal que regula las emisiones que son -
diferidas en los canales de televisión y en las estaciones -
de radio, de conformidad con el procedimiento legalmente es-
tablecido. Situación contemplada en el artículo 97 de la -
Ley Federal de Radio y Televisión, 56 y 57 del Reglamento de
dicha Ley y 11 fracción XXXIV del Reglamento Interior de la
Secretaría de Gobernación.

Para el mejor desempeño de sus funciones, la Uni--
dad Administrativa de referencia se subdivide en tres Direc-
ciones a saber:

- a) Dirección de Televisión.
- b) Dirección de Radio
- c) Dirección de Cinematografía

a) A la Dirección de Televisión; independientemente
de las facultades y actividades que por su naturaleza ya
se ha hecho mención, corresponde:

(28) Generalmente, dada la gran cantidad de radiodifusoras y canales
de televisión, el aviso de tal determinación se hace por teléfono
e incluso con algunas horas de anticipación.

1.- Establecer y Someter a la indicación del Titular de dicha Unidad Administrativa, los modelos que integran el programa de trabajo de la Dirección de Televisión, así como aprobar aquellos que elaboren los órganos de la misma.

2.- Ordenar y Supervisar, la elaboración, coproducción, distribución y transmisión de materiales de televisión. Para la supervisión de dichos materiales de televisión la Dirección cuenta con supervisores que integran un grupo de 30 a 40 personas, conformados por amas de casa, profesores, profesionistas, que al dictaminar sobre tales materiales, conforman un criterio heterogeneo, y a la vez conforman un criterio único.

El material se turna consecutivamente a 3 o 4 grupos integrados por cuatro supervisores cada uno, lo que origina tres o cuatro dictámenes en promedio y si es menester por la complejidad del material, los Jefes de Departamentos también lo analizan.

Las personas que integran el grupo de supervisores son allegadas a la Dirección, las cuales deben tener capacidad crítica, estudios profesionales, por lo que una vez analizados y determinados los perfiles, la Subdirección elige a los más idóneos.

3.- Vigilar que los programas emitidos en los canales de televisión, no infrinjan las disposiciones legales relativas, para lo cual la Subdirección de Estudios y Proyectos, a través del Departamento de Monitoreo realiza tal

actividad, y en el supuesto de hallarse transgresión a los ordenamientos legales de la materia, la Subdirección de Aplicación Normativa por conducto de su Departamento Legal, enviará al transgresor según el caso un extrañamiento donde se le previene que en caso de reincidencia se le impondrá una sanción; o la aplicación de la sanción correspondiente, la cual trae aparejada el inicio del procedimiento administrativo.

4.- La Subdirección de Aplicación Normativa, a través de su Departamento de Tiempos Oficiales, ordenará, coordinará y aprobará el empleo del tiempo que por disposición legal compete al Estado en todos los medios masivos audiovisuales.

b) A la Dirección de Radio; independientemente de las facultades y actividades que por su naturaleza se ha hecho mención corresponde:

- Garantizar, la función social, que ha éste medio de difusión electrónica atañe, mediante la aplicación de los ordenamientos legales que lo regulan, para lo cual cuenta -- con una serie de organismos a los cuales se le han conferido determinadas funciones para el excelso logro de sus objetivos.

1.- A la Subdirección de Divulgación Gubernamental corresponde; Establecer las estrategias de difusión por radio de los programas de comunicación social del Gobierno Federal, que se transmitan con cargo al tiempo que por Ley co-

responde al Estado en todas las estaciones de radio, así como, los encadenamientos a que se refiere el artículo 62 de la Ley de la materia. Y al coordinar conjuntamente con la Comisión Federal Electoral y la Comisión de Radio Difusión el acceso en la radio de los programas de los Partidos Políticos, de conformidad con las Leyes respectivas.

Esta Subdirección por conducto de su Departamento de Difusión, elabora y ejerce los actos necesarios que permite la instrumentación de las transmisiones radiofónicas de programas y campañas, por conducto de las siguientes oficinas:

Oficina de Estadística del Tiempo Oficial:

La función de ésta Oficina, se concentra en la elaboración de un censo de información sobre el uso del tiempo que por Ley corresponde al Estado, por la cual realiza las siguientes acciones: "Valida la Información contenida en los cuadros de programación de tiempos, frecuencias y radiodifusoras seleccionadas para campañas y programas. Y actualiza los datos estadísticos de las radiodifusoras".

Oficina de Programación y Apertura del Tiempo Oficial:

Su actividad se concentra en la transmisión de programas de radiodifusión, de campañas y los especiales de encadenamientos del Gobierno Federal.

Oficina de Distribución:

Esta oficina realiza la supervisión y registro de

los comunicados oficiales de apertura de tiempo y de material de transmisión.

La Subdirección que nos ocupa a través de su Departamento de Documentación y Fonoteca, organiza el archivo de la Dirección de Radio, tanto de documentos, expedientes y de material Hemerográfico y Fonográfico.

2.- A la Subdirección de Monitoreo corresponde:

Vigilar que las estaciones de radio acaten las disposiciones legales relativas. Para lo cual cuenta con un Departamento de monitoreo en la que se ejercen tres funciones fundamentales a saber; La de monitoreo normativo, monitoreo de noticiarios y programas de opinión y el de procesamiento de la información obtenida. Las que ejerce a través de las siguientes oficinas;

Oficina de Monitoreo Normativo.

Para la realización de su actividad cuenta con un equipo de monitor y monotoristas los cuales escuchan, graban y registran en cintas magnetofónicas y hojas de continuidad, creadas para tal efecto, las transmisiones que difunde una estación de radiodifusión elegida al azar con antelación, desde la apertura de sus transmisiones hasta el cierre de las mismas.

Oficina de Monitoreo Noticioso.

Esta actividad es realizada por monitoristas que graban, escuchan, sintetizan y reportan diariamente el contenido de las informaciones que emiten los noticiarios y -

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

los programas de opinión, con el objeto de conocer las tendencias políticas, económicas, sociales y culturales de las mismas.

Ambas oficinas cuentan con supervisores, los cuales con base en las informaciones plasmadas en las hojas de continuidad, elaboran reportes que permiten conocer el comportamiento de las estaciones de radio sometidas a observación, con el objeto de hacer las intromisiones de carácter normativo que se requieran.

Sin embargo, en no pocos casos quedan como simples reportes, toda vez que debido a los intereses creados o a la necesidad de hacerse de recursos por parte de las estaciones de radiodifusión, tanto concesionarias como permisionarias, se infringe constantemente sobre todo en materia de publicidad, la legislación relativa. Por lo que es menester tomarlo en consideración las circunstancias actuales, hacer reformas a la legislación vigente.

3.- A la Subdirección de Normas de Radio corresponde:

a) Autorizar la transmisión de programas de concursos, los de carácter internacional, y los que se difundan en idiomas distintos al castellano.

b) Emitir opinión en lo relativo a las solicitudes de concesión o permiso promovidos en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para la prestación del servicio público que nos incumbe.

c) Observar y custodiar que las emisiones de radio se apeguen a los ordenamientos legales relativos, para lo cual, en el supuesto de que dichos prestadores no las acaten la Subdirección envía dependiendo de la infracción, una observación, exhortación o extrañamiento, la que puede ser atenta o enérgica, en donde se manifiesta que toda reincidencia será sancionada, y si por el mismo concepto vuelve a vulnerar los ordenamientos legales, se da inicio al procedimiento administrativo de sanción, con el emplazamiento, en el que se le notifica al concesionario o permisionario presunto infractor, de la falta que cometió, para que dentro del término de cinco días presente las pruebas y defensas que a su derecho convenga, si en la resolución se determina que vulneró la legislación vigente, se procede aplicar la sanción correspondiente, y si se determina la no existencia de infracción, la Subdirección le envía un atento aviso donde se le comunica la no procedencia de sanción.

Para el mejor despacho de sus funciones la Subdirección de Normas de Radio cuenta con los siguientes Departamentos:

El Departamento de Aplicación Normativa por conducto de su Oficina de Dictámen y Estadística le concierne evaluar jurídicamente las informaciones que la Subdirección de Monitoreo realiza diariamente, en reportes que al efecto elabora, los que una vez evaluados y en su caso dispone los extrañamientos, observaciones y exhortaciones o los emplazamientos a las estaciones radiodifusoras presuntas infractoras, hasta la resolución y ejecución de la misma.

Así mismo, le corresponde realizar las inspecciones y las intervenciones en los espectáculos de concursos autorizados, así como la elaboración de las resoluciones que autoricen o denieguen la difusión de programas que requieran permiso.

Departamento de Estudios y Proyectos.

A éste Departamento le concierne examinar y encontrar las soluciones a dhoc de los cuestionamientos que aquejan a la Dirección de Radio y encontrar las alternativas viables que permitan el excelente y eficaz uso del tiempo - que por Ley corresponde al estado en los medios de difusión masiva.

3.1.2.3.- Dirección General de Gobierno.

La Dirección General de Gobierno, es una Unidad Administrativa de la Secretaría de Gobernación, la cual en el ámbito de sus facultades en materia de radiodifusión corresponde:

1.- Atender y procurar la emisión en los medios de difusión masiva de los Símbolos Patrios. Tal como lo establece el artículo 13 del citado Reglamento interior de la Secretaría de Gobernación:

"Artículo 13.- Corresponde a la Dirección General de Gobierno:

XXIV.- Cuidar de la debida difusión del Escudo, - la Bandera y el Himno Nacionales, y promover el culto de los mismos".

Para lo cual, le incumbe procurar el acatamiento

de la Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales, determinado en su numeral 55 y por el mencionado Reglamento interior en su artículo 13 fracción XXII.

"Artículo 55.- Compete a la Secretaría de Gobernación vigilar el cumplimiento de ésta Ley, en esa función se rían auxiliares todas las autoridades del país.

Queda a cargo de las autoridades educativas, vigilar su cumplimiento en los planteles educativos".

"Artículo 13.- Corresponde a la Dirección General de Gobierno:

XXII.- Vigilar el cumplimiento de la Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales, y dictar las medidas que procedan".

2.- Conceder a las estaciones permisionarias y - concesionarias de difusión masiva, la emisión completa o esqirla del Himno Nacional. Dicha afirmación se fundamenta - de conformidad con el artículo 40 de la citada Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacional, que al efecto establece.

"Artículo 40.- Las estaciones de radio y de televisión, podrán transmitir el Himno Nacional íntegro o fragmentariamente, previa autorización de la Secretaría de Gobernación, salvo las transmisiones de ceremonias oficiales".

3.- Aprobar, conjuntamente con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía y la Secretaría de Educación Pública, los programas a transmitirse en los - medios de difusión masiva, que contemplen cuestiones relativas al Himno Nacional o que contenga elementos o motivos - del mismo.

"Artículo 40.- Todas las ediciones o reproducciones del Himno Nacional requerirán autorización de los Secretarios de Gobernación y de Educación Pública. Los espectáculos de teatro, cine, radio y televisión, que versen sobre el Himno Nacional y sus autores o que contengan motivos de aquel, necesitarán de la aprobación de las Secretarías de Gobernación y Educación Pública, según sus respectivas competencias..."

4.- Determinar la transmisión y número de estrofas del Himno Nacional al inicio y término de las emisiones diarias en las frecuencias de radio y en todos los canales de televisión, y tratándose de éstos últimos la imagen de la Bandera Nacional.

"Artículo 41.- Del tiempo de que por Ley le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, en los términos legales de la materia, se incluirá en su programación diaria al inicio y cierre de las transmisiones la ejecución del Himno Nacional y en el caso de la televisión simultáneamente la imagen de la Bandera Nacional. El número de estrofas será definido por la Secretaría de Gobernación".

5.- Vigilar que el día de la Bandera se emitan programas, espectáculos relativos a la crónica y aceptación de la vanagloriada Enseña Patria.

"Artículo 10.- El día 24 de febrero se establece solemnemente como Día de la Bandera. En este día se deberán transmitir programas especiales de radio y televisión, destinados a difundir la historia y significación de la Bandera Nacional".

En relación a los espectáculos en los que se obsequien galardones y antes de que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía otorgue permiso, se re-

quiere que la Dirección de Gobierno emita su juicio al respecto para que puedan ser emitidos en las frecuencias de radio y en su caso en los canales de televisión. Dicha afirmación se fundamente de conformidad con el artículo 13 fracción XX del Reglamento interior de la Secretaría de Gobernación, que al efecto se transcribe:

"Artículo 13.-...

XX.- Opinar previamente sobre las autorizaciones que conceda la Dirección sobre las autorizaciones que conceda la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, en relación con los programas en que se otorguen premios".

Es así, como hemos aludido a los diversos ordenamientos legales que regulan lo que a la Dirección General de Gobierno corresponde en lo relativo a los medios de difusión masiva que nos ocupan.

3.1.2.4.- Consejo Nacional de Radio y Televisión.

El Consejo Nacional de Radio y Televisión, es un organismo coordinador subordinado de la Secretaría de Gobernación, el cual surge y se encuentra contemplado en la Ley Federal de Radio y Televisión en su articulado 90, 91 y 92 Publicada en el Diario Oficial de 19 de enero de 1960. Y también es regulada por el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica relativo al contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, en sus numerales del 49 al 54.

"TITULO QUINTO

COORDINACION Y VIGILANCIA

CAPITULO I

Organismo Coordinador

"Artículo 90.- Se crea un organismo dependiente - de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría, que fungirá como presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la Educación Pública, otro de la de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de la Radio y de la Televisión y dos de los - trabajadores".

Sus principales atribuciones son las de consulta promoción, organización y vigilancia de actividades de los concesionarios y permisionarios y emisiones que determine - el Ejecutivo Federal. Así como elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las programaciones. Otorgar incentivos y demás reconocimientos para producciones de radio o televisión por su alto nivel creativo.

Actualmente éste organismo coordinador, se encuentra inactivo, es decir, no realiza las funciones que los ordenamientos legales le confieren.

Además, suponemos dada la indagación realizada - que en la calle de atletas # 2 es donde tiene su sede dicho organismo, toda vez que el Director de Radio, Televisión y Cinematografía, es el Director de dicho Consejo. Pero se - tiene conocimiento alguno que dicho organismo esta exánime.

Es posible que la falta de realización de actividades se deba a la existencia de otros organismos, que en - el ámbito de sus facultades que les son conferidas, reali-

cen actividades que así mismo corresponde al Consejo Nacional de Radio y Televisión, tal es el caso de la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

También es posible que debido a las arduas, delicadas actividades y compromisos que el cargo le confiere - al Director General de RTC., le impiden realizar la labor que le confiere el cargo de presidente del Consejo Nacional de Radio y Televisión. Por lo que deducimos que de hecho, dicho organismo está en estado de inania. Sin embargo, de de iure está contemplada su vigencia.

Por lo que consideramos menester, hacerse un exhaustivo análisis de todos los organismos relativos al tópicico que nos ocupa, determinando su eficacia, funcionalidad y vigencia, para el logro excelso de los objetivos para los cuales fueron creados.

3.1.2.5.- Comité Asesor.

El Comité Asesor, es creado como órgano consultivo del Consejo Nacional de Radio y Televisión, por decreto publicado en el Diario Oficial de 30 de Enero de 1986. Con el objeto de dar apoyo social a dicho Consejo, con las resoluciones que al efecto determine el Comité, las cuales - sólo tendrán el carácter de opinión.

"DECRETO:

"Artículo I.- Se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión con el carácter de órgano consultivo del propio consejo".

Con la creación de dicho órgano, se da participación a un sector preponderante de la sociedad, en los medios de difusión masiva. Siendo sobre todo, las instituciones académicas las que conforman dicho organismo consultivo. Las que procurarán el desarrollo acorde de la radiodifusión con su alto cometido de su función social.

Como podemos observar, con el establecimiento de este Comité, el Estado comienza a darle importancia a la participación de la sociedad en los medios de difusión masiva a través de un sector importante de la misma, toda vez que dicho órgano de conformidad con el Decreto de referencia, está integrado por las siguientes instituciones:

"Artículo 2.- El Comité Asesor, estará constituido por un representante de cada una de las siguientes instituciones:

Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior.
 Universidad Nacional Autónoma de México.
 Instituto Politécnico Nacional
 Colegio Nacional
 Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
 Consejo Nacional de Publicidad".

Dicho Comité, está constreñido a dictaminar, analizar, orientar, asesorar, el nivel cultural de las transmisiones, así como dar apoyo al órgano superior, teniendo las resoluciones que al efecto emita, el carácter de opinión. Situación que si bien es cierto está determinada por decreto, también es cierto que las instituciones que integran dicho Comité, carecen de todo interés lucrativo o político, -

por lo que dada su naturaleza, lo que buscan es el enaltecimiento del nivel social, cultural y artístico de las transmisiones y el respeto de sus cometidos sociales, ya que como actividades de interés público, estos deben ejercerse en las emisiones que cotidianamente se transmiten a la sociedad. Por lo que debería de otorgarse a las resoluciones - que al efecto emita dicho órgano consultivo, un carácter im positivo.

Actualmente y con pesar indagamos que dicho órgano, debido a la inanides de órgano superior, no se reúne pa para realizar las actividades que le han sido conferidas. Tal como lo establece el artículo 5 del citado decreto.que al efecto se transcribe:

"Artículo 5.- El Comité Asesor se reunirá cada vez que sea convocado por el presidente del Consejo Nacional de Radio y Televisión, por conducto de la Secretaría Técnica, y sesionará por lo menos una vez cada trimestre".

Sin embargo, es loable la actitud del Gobierno al otorgar de iure, aunque de manera consultiva, la participación de un sector preponderante de la sociedad en los medios de difusión masiva. Es un gran paso, en un camino lle no de obstáculos. Falta mucho por recorrer, pero es la sociedad actual la que le corresponde seguir luchando por la vía de la Ley y la concertación, la consecución de uno de sus más grandes derechos. La función social de la comunicación masiva.

3.1.2.6.- Comisión de Radiodifusión.

Durante el período presidencial, del licenciado - Gustavo Díaz Ordaz, es publicado en el Diario Oficial de fecha 21 de agosto de 1969, un acuerdo en el cual se constituye una Comisión Intersecretarial; denominada Comisión de Radiodifusión, con el efecto de dar uso al 12.5% de tiempo diario de transmisión que corresponde al Estado, en todas las estaciones de radiodifusión ya sean oficiales, culturales, y las comerciales concesionadas.

En dicho acuerdo se establece que la Comisión de Radiodifusión se integrará por dos miembros con carácter permanente de la Secretaría de Gobernación; de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Y con calidad de miembros especiales, un representante de la Secretaría de Educación Pública y otro de la Secretaría de Salud.

ACUERDO:

"PRIMERO.- Se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de las radiodifusoras comerciales, de que dispone el Estado, conforme al acuerdo dictado a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público por este Ejecutivo a mi cargo, de 27 de junio último, publicado en el "Diario Oficial" de la Federación del día 10. de julio en curso, así como del doce y medio por ciento del tiempo de transmisión de las radiodifusoras oficiales y culturales que operan al amparo de permisos, mediante los arreglos que con estas últimas se tengan".

Así mismo, se le confiere la facultad de realizar todos aquellos actos que estime pertinentes a fin de hacer buen aprovechamiento del tiempo del Estado, además de ser - el único organismo que determinará los programas a transmitirse en dicho tiempo. Tal como lo establece el Acuerdo de referencia, que al efecto establece en su punto tercero, lo siguiente:

"TERCERO.- Queda facultada esta comisión para realizar los actos necesarios para el aprovechamiento del tiempo de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales y del doce y medio por ciento de las estaciones oficiales y culturales que operan con permisos y será el único conducto para ordenar la transmisión de los programas que se difundan en esos tiempos".

Al respecto, existen disposiciones legales diversas que han conferido a dicha Comisión de Radiodifusión, de terminadas facultades especiales, las cuales a saber son -- las siguientes:

En la Ley Federal Electoral de 1973, al establecerse la facultad a los Partidos Políticos para que la difusión de sus tesis ideológicas durante períodos electorales sean transmitidas hasta 10 minutos quincenales, dentro del tiempo que por ley corresponde al Estado en los medios de comunicación social, es decir, en la radio y televisión de cobertura nacional, es decir, en la radio y televisión de cobertura nacional, se constituye y determina que el órgano técnico encargado de elaborar los programas de dichos Partidos políticos es la Comisión de Radiodifusión.

En la Ley Federal de 1977, se establece el acceso inalterado de los Partidos Políticos, en los medios de difusión masiva, cuyos programas gozarán de preferencia dentro del tiempo que por Ley corresponde al Estado en los mismos. para tal efecto, se establece como órgano coordinador a la Comisión Federal Electoral, la cual determinará las modalidades, formas y requisitos a que los los Partidos Políticos se sujetarán para el aprovechamiento de dichas prerrogativas. Y como órgano técnico, la Comisión de Radiodifusión, la cual elaborará los programas para radio y televisión de los Partidos Políticos, las aperturas de los tiempos relativos; determinando las fechas, los canales, estaciones y los horarios de las transmisiones.

En la Ley Federal de Organizaciones Políticas y - Procesos Electorales, se determina el acceso inalterado de los Partidos Políticos en los medios de difusión masiva, -- así mismo dicha Ley y su reglamento establecen la obligatoriedad del Estado mexicano, de proporcionarles una parte - del tiempo que por Ley le corresponde en las estaciones de radio y en los canales de televisión, de manera permanente, equitativa y gratuita. Por lo que se establece, que la Comisión de Radiodifusión es el órgano encargado de la consecución de tal cometido.

Además el Reglamento de dicha Ley, determina que el tiempo que disfrutarán los Partidos Políticos, es de un mínimo de dos horas y un máximo de cuatro horas, sin que - el tiempo para cada uno sea inferior a 15 minutos mensuales.

"ARTICULO 49.

SECCION A. Radio y Televisión

a) Para el uso permanente que los partidos políticos hagan de la radio y la televisión, la Comisión Federal Electoral será el órgano de coordinación y la Comisión de Radiodifusión de producción técnica".

Actualmente, en la vigente Ley Federal Electoral de 1987, se establece que la Comisión de Radiodifusión, es el órgano técnico facultado para elaborar, producir y difundir los programas de los Partidos Políticos, en las estaciones de radio y en los canales de televisión, correspondiéndoles 15 minutos mensuales por partido, los cuales gozarán de preferencia, dentro del tiempo total que por disposición legal corresponde al Estado, en los medios masivos de comunicación. Dicha afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo 50 de la Ley Federal Electoral de 1987 y que al efecto se transcribe:

"ARTICULO 50.- La Comisión de Radiodifusión es el organismo técnico, encargado de la producción y difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos y de las aperturas de los tiempos correspondientes".

Corresponde a los Partidos Políticos, acreditar por cada uno, ante la Comisión de Radiodifusión, un representante por cada uno de ellos.

En pro de las prerrogativas de los Partidos Políticos y el eficaz desarrollo de sus actividades, la Comisión de Radiodifusión debe solicitar a la máxima autoridad de la materia, a decir, la Comisión Federal Electoral, la

ampliación de los tiempos asignados a los partidos en los medios de difusión masiva, y la frecuencia de las emisiones de los mismos.

Ahora bien, desde el punto de vista funcional, y con base en lo establecido por las disposiciones legales relativas, así como, las actividades que actualmente realiza, deducimos en cuanto a la naturaleza de la Comisión de radio difusión lo siguiente:

a) Por lo que respecta a la naturaleza de comisión Intersecretarial, que le confiere el ACUERDO, publicado en el "Diario Oficial" de fecha 21 de agosto de 1969. A partir de que fué constreñida como órgano técnico en materia electoral, actualmente por el Código Federal Electoral de 1987, en ese ámbito quedo supeditado al órgano máximo electoral, a decir, la Comisión Federal Electoral, la que debe proveer lo necesario para que las prerrogativas de los Partidos Políticos se desarrollen con apego al Código. Y que en su artículo 171 al efecto establece:

"ARTICULO 171.- Corresponde al presidente de la Comisión Federal Electoral las atribuciones siguientes:
V.- Proveer lo relativo a las prerrogativas y financiamiento público a los Partidos Políticos y Asociaciones Políticas nacionales, en los términos que dispone este Código y conforme a las partidas correspondientes del presupuesto de la Comisión Federal Electoral".

b) Porque el Secretario de Gobernación, es el que preside la Comisión Federal Electoral, la cual se erige como la autoridad máxima en materia electoral. Tal como lo es

tablece el artículo 165 del citado Código Federal Electoral.

"ARTICULO 165.- La Comisión Federal Electoral reside en el Distrito Federal y se integra con los siguientes miembros:

I.- Un comisionado de Poder Ejecutivo Federal, - será el Secretario de Gobernación, quien fungirá como presidente".

c) Por la integración de sus miembros, no de conformidad con lo determinado por el Acuerdo de origen, siendo actualmente nombrados por el Titular de la Dependencia - ya aludida.

d) Por el hecho, de no realizar las facultades y actividades que determina el reiterado acuerdo de origen, - constriñéndose a la ejecución, como órgano técnico, a actividades en materia electoral, de conformidad con el Código Federal Electoral Vigente.

e) Porque actualmente la Comisión de Radiodifusión ya no es el único organismo encargado de hacer uso del doce y medio por ciento del tiempo total por disposición legal corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, como lo establece el acuerdo de referencia, toda vez que existen otros organismos que en el ámbito de sus facultades determinan el uso de ese lapso que por disposición legal corresponde al Estado. Tal como la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. La Dirección General de Gobierno ambas de la Secretaría de Gobernación y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Deducimos, que en lo relativo a la Comisión de Radiodifusión, si bien es cierto de iure, el Acuerdo de origen, mismo que se encuentra vigente la consagra como una Comisión Intersecretarial, de Facto y en base a las consideraciones aludidas con antelación, la determinan como un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación.

3.1.3.- Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo relativo a los medios de difusión masiva de radio y televisión que nos ocupan, corresponde:

Tramitar las solicitudes de los peticionarios, - para explotar el servicio público relativo; declarar en su caso el abandono de trámite. El otorgamiento de concesiones y permisos. La declaración de nulidad, caducidad, y revocación de las concesiones y permisos respectivos; Así como la aplicación de sanciones, previa declaración administrativa del procedimiento relativo. Tal como lo establece el artículo 36 de la Ley Organica de la Administración Pública Federal en su fracción III, que al efecto se transcribe:

"Artículo 36.- A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

III.- Otorgar concesiones y permisos previa opinión de la Secretaría de Gobernación, para establecer y explotar...., estaciones radio experimentales culturales y de aficionados y estaciones de radiodifusión comerciales y culturales; así como vigilar el aspecto técnico del funcionamiento de tales sistemas, servicios y estaciones".

En el otorgamiento de concesiones y/o permisos, - para la explotación del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, el Ejecutivo Federal, a través de la dependencia que nos ocupa, determinará la naturaleza y objetivo de las estaciones de radio y televisión, y televisión por cable, a las cuales se faculte tal cometido.

Las estaciones de radio, televisión y televisión por cable, sujetas a concesión, son únicamente aquellas, - destinadas a usar comercialmente los canales que se les - asigne, es decir, los destinados a la explotación de propaganda comercial.

Los servicios públicos de radio y televisión, cuyo otorgamiento está sujeto a permiso, son las estaciones de radio, televisión y televisión por cable oficiales, culturales, de experimentación, de aficionados, escuelas radiofónicas, y las que establezcan las entidades y organismos públicos, especificando que las estaciones culturales son las que se establecen con fines de divulgación cultural, sin la intención de obtener lucro alguno.

El establecimiento de estaciones radiodifusoras por parte de Entidades y Organismos Públicos, dependiendo de la naturaleza y objeto de las mismas pueden ser culturales y/o de carácter comercial, lo cual será determinado - por la Secretaría que nos ocupa al otorgar el permiso relativo. Dicha afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo 2o. y 3o. del Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados, los que al efecto se manifiestan:

"Artículo 2o.- Son instalaciones radiodifusoras comerciales las destinadas a la explotación de propaganda comercial, mediante la divulgación de conferencias, programas musicales, piezas de teatro, programas de divulgación científica, (programas musicales, piezas de teatro) y artística, crónicas, informaciones deportivas y de interés - general.

"Artículo 3o.- Son instalaciones radiodifusoras - culturales las que se establezcan exclusivamente para fines de divulgación cultural, mediante la transmisión de conferencias, conciertos, etc., sin obtener lucro alguno".

También a dicha Dependencia le atañe, determinar todas las medidas de carácter técnico que estime pertinentes para el eficaz desarrollo de los servicios que presten las estaciones de radio, televisión y televisión por cable, que nos ocupan; fijar el horario en el que deben operar - las radiodifusoras; establecer un mínimo de tarifas a que - estarán sujetos las estaciones que nos ocupan en la prestación de los servicios que les sean contratados para su difusión, y tratándose de las actividades técnicas del servicio de televisión por cable, las tarifas aplicables a los suscriptores del mismo; realizar las inspecciones de carácter técnico que considere pertinentes.

En la instalación de estaciones radiodifusoras - que operen con permiso o concesión, la Secretaría que nos - ocupa por conducto de la Dirección General de Telecomunicaciones, se auxiliara de los peritos en telecomunicaciones que estén inscritos en el "Registro de Peritos en Telecomunicaciones", para que éste último observando las disposiciones legales relativas, dictaminen sobre el diseño de los sistemas e instalación de telecomunicaciones que se le asinen, es decir, para que la Dependencia que nos atañe autorice la instalación del sistema de referencia, (siempre y - cuando) se requiere que se cumplan con los elementos técnicos exigidos, cuya responsabilidad recaiga en un perito de telecomunicaciones, sin perjuicio de otros requisitos que -

dispongan ordenamientos legales relativos. Así pues, el Reglamento que Norma las Actividades de los Peritos en Telecomunicaciones en su articulado lo. al respecto establece:

"Artículo 10.- Peritos en Telecomunicaciones, para los fines de este Reglamento, son los auxiliares de la Dirección General de Telecomunicaciones, encargados de que se observen las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas que aplica o que dicte esta Dependencia en los sistemas que diseñen o para los cuales se les conceda autorización de instalación".

A dicha Secretaría, le compete también, el otorgar "certificados de aptitud" a todo individuo mexicano de nacimiento, no menor de 18 años de edad y apruebe los exámenes escritos y orales relativos a la reglamentación y aspectos técnicos de radiocomunicación, que al efecto aplique la Dirección General de Telecomunicaciones de la susodicha Dependencia, para operar estaciones radioeléctricas y en el tópico que nos ocupa de radio, televisión y televisión por cable. Al respecto el Reglamento de los Certificados de Aptitud para el Manejo de Estaciones Radioeléctricas Civiles, y su Anexo en su Numeral 2o. al efecto establece:

"Artículo 2o.- Son estaciones de radiodifusión - las que efectúan emisiones destinadas a ser recibidas directamente por el público en general. Se dividen en:

- 1).- Estaciones de modulación de amplitud.
 - 2).- Estaciones de frecuencia modulada.
 - 3) Estaciones de televisión; y
 - 4).- Estaciones de facsímil.
-

Así mismo el artículo 12o. del Ordenamiento Legal citado al respecto nos dice:

"Artículo 12o.- Los operadores de las estaciones radioeléctricas deben poseer, según el caso, los siguientes certificados:

- a).- De radiotelefonista de radiodifusión de 1a. para operar estaciones de cualquier clase y potencia.
- b).- De radiotelefonista de radiodifusión de 2a. para operar estaciones radiodifusora hasta de 10,000 watts, de las clases 1 y 2 del artículo segundo de este reglamento.
- c).- De radiotelefonista de radiodifusión de 3a. para operar radiodifusoras hasta de 1,000 - watts de las clases 1 y 2 del artículo 2o. - de este reglamento".

Para el cumplimiento de tales atribuciones, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes establece los siguientes órganos administrativos.

3.1.3.1.- Dirección General de Asuntos Jurídicos.

A la Dirección General de Asuntos Jurídicos co---rresponde, analizar, coordinar y establecer el fundamento legal para el otorgamiento de concesiones y/o permisos que consienta la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, pa---ra la explotación del espectro radioeléctrico, incluyendo los supuestos de nulidad, caducidad y revocación. Dicha afirmación se fundamenta de conformidad con el Artículo 10 fracción II del Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y que al respecto establece:

"Artículo 10.- Corresponde a la Dirección General de Asuntos Jurídicos:

II.- Revisar y fijar las bases de los convenios, contratos, concesiones, permisos, autorizaciones, acuerdos declaratorias y demás actos jurídicos que celebre u otorgue la Secretaría y dictaminar sobre su interpretación, rescisión, caducidad, nulidad,".

En el otorgamiento de concesiones para explotar comercialmente canales de radio y televisión y de conformidad con el artículo 17 fracciones I, II, y III de la Ley Federal de Radio y Televisión, los peticionarios deben proporcionar en sus respectivas solicitudes las escrituras constitutivas y demás documentos que acrediten su personalidad, las cuales serán exhaustivamente analizadas por la unidad que nos ocupa.

Así mismo, en el otorgamiento de los permisos respectivos para que estaciones oficiales y culturales hagan uso del medio por el cual se propagan las ondas electromagnéticas, el artículo 25 de la citada ley establece "... sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos.

Si se trata de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquellas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la lista general de sus socios", cuyo análisis y entrega de documentos a la Dirección que nos ocupa. Tal como lo establece el artículo

10o. del citado Reglamento Interior, que al respecto nos -
señala,

"Artículo 10.- ...

III.- Revisar las escrituras constitutivas de -
las sociedades concesionarias, permisionarias o autoriza-
das y los documentos que acrediten la personalidad de los
solicitantes o de cualquier otro promoviente en materia de
concesiones, permisos o autorizaciones para explotar vías
generales de comunicación y servicios conexos".

3.1.3.2.- Subsecretario de Comunicación y Desarrollo Tecno-
lógico.

El Subsecretario de Comunicación y Desarrollo -
Tecnológico, cuando así lo estime pertinente, intervendrá
en el otorgamiento de concesiones y/o permisos para la ex-
plotación del servicio público de radio, televisión y te-
levisión por cable. Dicha afirmación se fundamenta de con-
formidad con el Artículo 6o. fracción XIII del citado Re-
glamento Interior que nos ocupa, el cual al respecto nos
manifiesta:

"Artículo 6o.-

XIII.- Emitir opinión respecto de los convenios,
contratos, concesiones, permisos y autorizaciones que ce-
lebre u otorgue la Secretaría, cuando contengan aspectos
de su competencia y lo consideren conveniente".

3.1.3.3.- Unidad de Comunicación Social.

A la Unidad de Comunicación Social, como unidad

Administrativa de la Secretaría que nos ocupa, la compete a cumplir con los lineamientos de la política de comunicación social de Gobierno Federal. Tal como lo establece el artículo 12o. fracción I del reiterado Reglamento Interior que nos ocupa y que al respecto nos señala:

"Artículo 12.- Corresponde a la Unidad de Comunicación Social:

I.- Ejecutar y dirigir la política de comunicación social y de relaciones públicas y ediciones de la Secretaría y de las entidades del Sector Comunicaciones y Transportes de conformidad con los lineamientos generales que establezca al efecto la Secretaría de Gobernación".

Al efecto, con una relación de respeto; de diálogo permanente; y apoyo absoluto, éste órgano debe lograr una comunicación constante con los medios de difusión masiva.

3.1.3.4.- Dirección General de Políticas y Normas de Comunicaciones.

Para que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, autorice la instalación de sistemas de telecomunicaciones de radio, televisión y sistemas de televisión por cable, es menester, que un perito de telecomunicaciones se responsabilice de su diseño e instalación, por lo que es menester que ese profesional sea considerado como auxiliar de la Dirección General que nos ocupa, para lo cual, debe estar inscrito en el "registro de peritos en telecomunicación que al efecto llevará dicha Dirección, de conformidad

con el artículo cuarto del Reglamento que Norma la Actividades de los Peritos en Telecomunicaciones y del Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en su numeral 23 fracción X, que a continuación transcribe:

"Artículo 23.- Corresponde a la Dirección General de Políticas y Normas de Comunicaciones:

X.- ... llevar el registro de los peritos en telecomunicaciones".

3.1.3.5.- Dirección General de Normas de Sistemas de Difusión.

A la Dirección General de Normas de Sistemas de Difusión, le compete establecer tal como lo dispone el artículo 17 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la publicación en el "Diario Oficial de la Federación" de las Frecuencias y canales de radio y televisión, asignados por la misma, para poder ser explotados por aquellas personas que reúnan los requisitos establecidos por las disposiciones legales relativas. Tal como lo establece el artículo 24 fracción I y II y que a continuación nos señala:

"Artículo 24.- Corresponde a la Dirección General de Normas de Sistemas de Difusión.

I.- Definir y aplicar las políticas para el establecimiento de las estaciones de radio y televisión; así como los sistemas de televisión por cable".

II.- efectuar las publicaciones de ley respecto a las frecuencias y canales disponibles en las diferentes bandas atribuidas a los servicios de radio y televisión, así como las relativas a los sistemas de televisión por cable...".

Así como, tramitar las solicitudes de concesión y/o permiso; y de conformidad con el artículo 12 del Reglamento que Norma las actividades de los Peritos en Telecomunicaciones, autorizar una vez cubiertos los requisitos de carácter técnico que señale la Secretaría en la instalación, operación y explotación del sistema de radio, televisión y televisión por cable, cuya responsabilidad recaiga en un perito en telecomunicaciones. Así como todas las modificaciones que en su operación se le pretendan realizar. Dicha afirmación se fundamenta de conformidad en el artículo 24 fracción VI del citado Reglamento Interior que nos ocupa y que al efecto se transcribe:

"Artículo 24.- ...

VI.- Tramitar las solicitudes de concesión y permiso y otorgar autorizaciones para la instalación, operación y explotación de los servicios de radio, televisión, televisión por cable...".

Previo procedimiento administrativo, le compete determinar el abandono de trámite de las solicitudes de los peticionarios, así como la nulidad, caducidad y revocación de las concesiones y permisos respectivos. Tal como lo establece el artículo 24 fracción VI del citado Reglamento Interior y que al respecto nos señala:

"Artículo 24.-....

VI.- Así como tramitar las declaratorias de rescate, requisa, nulidad, caducidad, revocación y abandono de trámite de los mismos",

Fijar y registrar las tarifas a que se refiere - el artículo 53 de la Ley Federal de Radio y Televisión, a las cuales deben sujetarse las estaciones relativas en el cobro de los servicios que presten para ser difundidas por dichos medios.

Dicha Dirección, de conformidad con la Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 93; con el Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados en sus numerales 37 y 38; y con el Reglamento Interior de la Secretaría que nos ocupa, está facultada para practicar - en cualquier momento las inspecciones técnicas, contables y administrativas que estime necesarias a las estaciones - de radio, televisión y televisión por cable.

Es así, como hemos visto las actividades que competen a los diversos órganos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en materia de medios de difusión masiva.

3.1.4.- Secretaría de Educación Pública.

A la Secretaría de Educación Pública, en lo relativo a los medios de difusión masiva que nos ocupan, corresponde determinar, la organizar y mejoramiento del aspecto cultural, educativo y cívico de los programas a difundirse en la radio y televisión, inclusive la producción de dichos programas. Dicha afirmación se fundamenta de conformidad con el artículo 38 de la Ley Organica de la Administración Pública Federal que al efecto nos determina:

"Artículo 38.- A la Secretaría de Educación Pública corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

XXX.- Establecer los criterios educativos y culturales, en la producción cinematográfica, de radio y televisión y en la industria editorial".

Le compete también a dicha dependencia, la protección de los derechos de Autor en la producción para la difusión de programas de radio y televisión, y extender certificados de aptitud a locutores, para que estos puedan prestar sus servicios en los medios masivos que nos atañen. Tal como lo establece el artículo 11 fracción V y VI de la Ley Federal de Radio y Televisión que al efecto nos señala:

"Artículo 11.- La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

V.- Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor.

VI.- Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participe en las transmisiones".

Para el cumplimiento de tales funciones dicha Secretaría establece los siguientes órganos administrativos:

3.1.4.1.- Dirección General del Derecho de Autor.

Todo material de radio y televisión a difundirse por estos medios, es remitido a la Dirección General de derechos de Autor, para ser analizados y en caso de no existir contravención a las disposiciones legales relativas, determinar su protección en el Registro Público del Derecho de Autor, y en su caso otorgar reservas de derechos al uso exclusivo de títulos de publicaciones y difusiones periodísticas, conforme en este último aspecto con la Ley Federal de Derechos de Autor y el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas. Las consideraciones que anteceden, están contempladas en el artículo 13 fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública de fecha 17 de marzo de 1989 en el "Diario Oficial de la Federación" que al efecto establece:

"Artículo 13.- Corresponde a la Dirección General del Derecho de Autor:

I.- Proteger el derecho de autor y coadyuvar a la salvaguarda del acervo cultural de la nación, en los términos de la legislación nacional y de los convenios y tratados internacionales vigentes en los Estados Unidos Mexicanos".

3.1.4.2.- Unidad de Televisión Educativa.

A la Unidad de Televisión Educativa, le compete

difundir cotidianamente en todas las estaciones de radiodifusoras, transmisiones culturales, educativas y de carácter cívico, por conducto de la Subdirección de producción y del Departamento de Programas Educativos.

Sugerir y aplicar planes educativos en la producción de programas educativos nacionales y en su caso - la adaptación de programas extranjeros para su difusión - en nuestro país. Por conducto de la Subdirección de investigación y desarrollo de programas y de la Subdirección de investigación y desarrollo de programas y de la - Subdirección de Producción.

Dicha Unidad a través de su Departamento de Licencias para locutores de radio y televisión le compete, expedir el certificado de aptitud, que acredita y faculta al locutor de nacionalidad mexicana, para prestar sus servicios en las estaciones radiodifusoras que nos ocupan. Establecida dicha facultad en el artículo 84 de la Ley Federal de Radio y Televisión y que al respecto se transcribe:

"Artículo 84.- En las transmisiones de las difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud".

Así mismo, el susodicho Departamento, le atañe otorgar el certificado relativo a cronistas y comentaristas de nacionalidad mexicana, para el desempeño de esa actividad especial. Tal como lo establece el artículo 89 de

la Disposición Legal que antecede:

"Artículo 89.- Los Cronistas y los comentaristas deberán ser de nacionalidad mexicana y presentar un certificado que acredite su capacidad para la actividad especial a que se dediquen, expedido por la Secretaría de Educación Pública".

3.1.4.3.- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Al estado mexicano corresponde incentivar dado a las exigencias de la sociedad mexicana, dentro de un clima de libertad plena y haciendo uso de las nuevas tecnologías, la creación, difusión artística y cultural, haciéndose presente en este campo esencialmente con calidad de coordinador y promotor de las mismas. Para tal efecto, la política Cultural de la Administración Pública Federal, queda encomendada, por Decreto de fecha 7 de diciembre de 1988, en su artículo primero publicado así, en el "Diario Oficial de la Federación" al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

"Artículo 10.- Se crea un Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, como órgano desconcentrado administrativo de la Secretaría de Educación Pública que ejercerá las atribuciones que en materia de promoción y difusión de la cultura y las artes corresponden a la citada Secretaría".

Al establecerse que dicho Consejo, es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, se le han otorgado determinadas facultades de decisión y ejecución limitadas, a través del acto legislativo -

aludido en el párrafo anterior, lo que le permite actuar con cierta eficacia y flexibilidad, en lo relativo a sus facultades, así mismo, tiene un manejo autónomo de su presupuesto; sin dejar de existir el vínculo subordinado con el órgano superior.

"El Decreto del Presidente Salinas de Gortari - responde a un antiguo reclamo, escuchado muchas veces, de un organismo con vocación coordinadora del quehacer gubernamental en el ámbito de la cultura". (29)

A este armonium desconcentrado, se le confieren atribuciones que en lo relativo a los medios de difusión masiva corresponde:

- a) Establecer criterios culturales, en la producción de la radiodifusión. Tal como lo establece el citado Decreto de Creación en su Artículo 2o. fracción I y VI que al efecto - nos señala:

"Artículo 2o.- El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes tendrá las siguientes atribuciones:
I.- Promover y difundir la Cultura y las Artes;
VI.- Establecer criterios culturales en la Producción cinematográfica, de radio y televisión y en la industria editorial".

- b) Abrir nuevos senderos a los creadores y artistas del siglo XXI mexicano.

(29) Versión estenográfica de las palabras del Sr. Victor Flores - Olea, pronunciadas en la ceremonia de instalación del Consejo Nacional Para la Cultura y Las Artes, el 7 de diciembre de -- 1988.

c) Coordinar las acciones culturales de las Unidades Administrativas, Instituciones Públicas y Entidades Paraestatales, que se difundan en los medios de difusión masiva.

d) Coordinar la acción del órgano desconcentrado denominado Radio Educación; del Canal Once del IPN.; "de los Institutos Mexicanos de Radio, Televisión y Cinematografía.

Atendiendo así, a un reclamo de la sociedad; aseguramos también que en la producción y en la operación de los medios audiovisuales de comunicación del Estado prevalezca el criterio de la participación solidaria y la cultura, y que en ello se refleje la diversidad de ideas e inquietudes que recorre nuestra sociedad". (30)

En caso de discrepancia de dicho Consejo con cualesquiera de las estaciones de radiodifusión mencionadas, corresponde a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, sancionar en caso de determinarlo así.

Cabe mencionar, que el Presidente Carlos Salinas de Gortari, durante la instalación de dicho Consejo el 7 de diciembre de 1988, manifiesta al respecto lo siguiente:

"Vamos a abrir la televisión del Estado al debate y a la crítica sobre los temas de mayor actualidad y relevancia. Vamos a abrir los medios masivos de comunica---

(30) Versión estenográfica de las palabras del Sr. PRESIDENTE Carlos Salinas de Gortari, pronunciadas en la ceremonia de instalación del Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes, el 7 de diciembre de 1988.

ción a la presencia amplia de intelectuales y artistas. - El Gobierno así se compromete. El reto para ustedes será corresponderle al público y a la nación". (31)

Para el logro de los objetivos anteriormente mencionados, es decir, la promoción y difusión de la cultura en los medios de difusión masiva, dentro de un clima de plena libertad para la creación. Se constituye el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, en el que se suman para tal efecto, tanto recursos públicos como privados. Los cuales estarán a cargo de un Consejo compuesto por miembros sobresalientes de la comunicad cultural y artística.

Al respecto observamos, la existencia de duplicidad de funciones, dentro del ámbito de facultades que le atañen al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Toda vez, que existen otros organismos que en el ámbito de sus facultades corresponde; vigilar y elevar el nivel moral, cultural y artístico de las transmisiones que efectuen los permisionarios y concesionarios de la radio y televisión mexicanas. Tal es el caso del Consejo Nacional de Radio y Televisión y de su Comité Asesor. Dicha consideración se fundamenta de conformidad con el Artículo 91 fracción IV de la Ley Federal de Radio y Televisión. Y del Artículo 51 fracción I inciso i, f del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión. Que al efecto se transcriben:

(31) Ibidem.

"Artículo 91.- El Consejo Nacional de Radio y Televisión tendrá las siguientes atribuciones:

IV.- Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones".

"Artículo 51.- Para la realización de sus fines, El Consejo tendrá entre otras, las atribuciones siguientes:

I.- Elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones, para que el Consejo pueda cumplir con esta atribución los concesionarios y permisionarios de radio y televisión deberán:

i).- Clasificar su programación en las categorías siguientes:

f).- Programas Culturales.- Para la comprensión y entendimiento de la literatura, música, bellas artes, historia, geografía, ciencias sociales y naturales, tanto nacionales como extranjeras..."

Ai respecto, consideramos que el Gobierno Federal debe, ante la existencia de duplicidad de funciones que padecen organismos como los analizados, debe determinar legalmente sus funciones; evitar constituir nuevos entes relativos; y extinguir los organismos que previo análisis sean ineficaces.

Así mismo, es menester, establecer una nueva relación entre la sociedad y el Estado, para lo cual, este último con dinamismo, objetividad, expeditos y seriedad, de solución a las necesidades de la sociedad, que en materia de comunicación masiva, se traduce en la función social de los medios de difusión electrónica.

No pretendemos con esto, una función paternalista del Estado, sino por el contrario, la participación en -

actos de corresponsabilidad y colaboración de la sociedad mexicana y en el órgano que nos ocupa, de la comunidad artística e intelectual, para la consecución de los objetivos trazados.

Con la creación de dicho Consejo, se abre una nueva senda, por la cual se pretende la participación solidaria de la sociedad mexicana para con el Estado en pro de la sociedad misma. Esperamos que se reafirme esta novedosa interacción, para el logro de los cometidos sociales de la radio y la televisión, y no sea un espejismo creado para dar cabida y remuneración a incondicionales del sistema.

3.1.5.- Secretaría de Salud.

A la Secretaría de Salud le corresponde, en materia de publicidad masiva de actividades, productos y servicios de salubridad general, la aplicación en dicho tópico de la Ley Federal de Radio y Televisión, del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, de la Ley General de Salud, del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de Publicidad, de Conformidad con el Reglamento Interno de dicha Dependencia, publicado en el "Diario Oficial" de 26 de septiembre de 1989. Así pues, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su numeral 39o., fracción XXI nos establece:

"Artículo 39.- A la Secretaría de Salud corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

XXI.- Actuar como autoridad sanitaria, ejercer las facultades en materia de salubridad general que las leyes le confieren al Ejecutivo Federal, vigilar el cumplimiento de la Ley General de Salud, sus reglamentos y demás disposiciones aplicables y ejercer la acción extraordinaria en materia de salubridad general".

En la actualidad, con el avance tecnológico de los medios de difusión masiva de Radio y Televisión que nos ocupan, es innegable la influencia de sus mensajes en el público receptor y que en materia de publicidad dicho influjo se hace más patente.

Es por ello que intelectuales de todas las áreas, funcionarios y público en general han emitido las protestas.

y propuestas más significativas para el establecimiento de una eficaz regulación en dicho tópicó, manifestando ante todo su influencia en los hábitos de consumo y sobre todo en el comportamiento del público receptor.

Por lo que se hace menester, el establecimiento de una propuesta significativa en dicha materia. Para lo cual, es determinante el estudio del control sanitario de la publicidad en lo relativo a su difusión en los mass media, y de los órganos para su aplicación, al cual lo vemos en los siguientes apartados:

a) Función Social de la Publicidad.

Con el gran desarrollo de las técnicas en materia de publicidad y su difusión en los medios masivos, sus mensajes influyen de manera determinante en el comportamiento y hábitos de consumo de aquel indeterminado público receptor.

Es por ello, que la publicidad debe ser orientadora y educativa, difundiendo a través de sus mensajes publicitarios, cultura, conocimientos; Así como respeto y fortalecimiento de nuestros principios y tradiciones; Estimulativo en cuanto al consumo de bienes y servicios nutritivos e indispensables, preferentemente de origen nacional y natural.

Todo lo anterior, con el objetivo de que las transmisiones de dichos mensajes publicitarios sean en beneficio no sólo de empresarios (oferentes); publicistas, Empresas -

Concesionarias y en su caso de las estaciones permisionarias de radio y televisión, sino también y sobre todo del público receptor.

b) De la Publicidad Objetiva.

La Ley General de Salud en su Artículo 306, fracción I y el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad, establecen que la publicidad de actividades, productos y servicios de salubridad general a transmitirse en los medios electrónicos de difusión que nos ocupan, deberán mencionar en sus mensajes las características y propiedades reales evitando todo tipo de exageraciones. Especificar las precauciones a observar cuando puedan causar daño o riesgo a la salud, y procurar prácticas en pro de la salud física y mental del público receptor.

"Artículo 306.- La publicidad a que se refiere esta Ley se sujetará a los siguientes requisitos:

I.- La información contenida en el mensaje deberá ser comprobable y no engañar al público sobre la calidad, origen, pureza, conservación y propiedades de empleo de los productos.

II.- El mensaje deberá tener contenido orientador y educativo".

Consideramos que la objetividad que se exige al mensaje publicitario en la legislación relativa es acertada, pero hace falta complementaria en varios puntos, para lo cual es menester especificar toda disposición relativa para evitar confusiones y aplicación subjetiva del criterio que le determine contenido, eludiendo así la contraposición de -

critérios que inducen a la pusilanimidad afable de la dádí--
va.

Cabe mencionar, que en las transmisiones de mensajes publicitarios en los medios de difusión masiva que nos ocupan, en algunos casos adolecen de la objetividad que exigen las disposiciones legales relativas.

De lo cual, deducimos que la legislación actual en este tópicó es endeble, siendolo también por la falta de una reglamentación eficaz que determine la forma y modos de acceder a los cargos determinantes de autoridad, dirección, y ejecución de los órganos administrativos que les compete, la aplicación de la legislación relativa vigente. Para ser designados los más aptos en pro de la eficaz realización del alto cometido social que confiere el cargo aludido.

c) De la Publicidad Subliminal.

En esta materia, objeto de innumerables estudios y polémicas, habremos de analizarla teóricamente, sin perder de vista los procesos sociales que son parte de una totalidad de la praxis de la vida humana que no se pueden separar.

Los medios de difusión masiva, son una realidad social exclusivamente contemporánea, captando por tales, al conjunto de instituciones sociales que tienen como fin llevar mensajes a las grandes masas que conforman las sociedades actuales.

Dichos medios, al ser instrumentos sociales basados en el desarrollo de la tecnología de la comunicación, - los avances en la ciencia de esta rama, pueden ser considerados como logros incondicionales, no comprometidos, pero - una vez institucionalizados dichos avances, son monopolizados por quienes detentan el capital, es decir, las clases - dominantes.

Por lo que la tecnología desarrollada en la ciencia de la comunicación se pone al servicio de los intereses del capital.

La monopolización de la tecnología comunicativa, lleva a una concentración del proceso de comunicación en manos de la clase dominante que en nuestro país se traduce en capitalistas nacionales, extranjeros y alta burocracia, o - sea en manos de quienes tienen intereses asimilados al orden del capital.

Además, se establece una especie de proceso unilateral que va exclusivamente del emisor hacia su receptor en la que este último no tiene la capacidad en ningún momento de retroalimentar al sistema, o sea de contestar. Este proceso de la comunicación al no ser bilateral, implica una especie de dictadura de la comunicación, por lo que, el proceso de la comunicación en nuestra sociedad actual no es democrático.

Con el establecimiento de este proceso unilateral el control de la tecnología de la comunicación ha llevado a encontrar mecanismos sumamente sutiles de convencimiento de los individuos con respecto a los valores de la sociedad capitalista, estos están basados en el lucro, el consumismo - el planteamiento de prototipos humanos que son imágenes y apariencias que no tienen nada que ver con los valores intrínsecos del ser humano y tienden al reforzamiento de un sistema ya establecido, lo que recibimos de los mass media son mensajes de compra y la valoración de la personalidad humana se hace en función de la capacidad de compra, con la desvalorización de todo lo que es intrínsecamente humano.

Es así que la clase dominante capitalista y últimamente la alta burocracia, manejan los medios de difusión, como un recurso para aumentar los intereses del capital, es to quiere decir, que el mensaje ideológico de los medios de difusión de masas se orienta básicamente al consumismo, este consumismo no se refiere exclusivamente a consumo de bienes y servicios, sino también como país dependiente capitalista, se refiere a formas de vida, a estilos de inserción de los roles sociales en la estructura de conducta de los países capitalistas, (en nuestro caso de los Estados Unidos de Norteamérica) es decir, al estereotipo y ello lleva necesariamente a la enajenación, es decir, que el ser humano pierda sus valores intrínsecos, en beneficio de personas que le convienen al sistema. Ello social y políticamente tienen repercusiones muy graves, en cuanto una sociedad tiende a estandarizarse es mucho más controlable y política

mente significa la pérdida de conciencia de los seres humanos del grupo, en beneficio de los intereses de dominación desde luego, de las clases dominantes.

Para el logro de tales objetivos, se han desarrollado técnicas de penetración en la conciencia tan sutiles que es muy difícil poder mantener una conciencia individual fuera del control de los medios de difusión de masas. Actualmente a las técnicas más refinadas de penetración de la conciencia se le llama, comunicación subliminal.

El Psicoanálisis descubierto por Freud, se basa en la idea de que la mente humana es como un iceberg, lo que se ve en la superficie del agua aproximadamente una décima parte y las otras nueve décimas, están bajo el agua y no se ven. De tal manera que nueve décimas partes de la conducta humana no están determinadas por el consciente sino por el inconsciente. Por eso a veces se realiza una conducta y conscientemente no se sabe por que se hizo, sino se quería. En esto reside, la comunicación subliminal; cuando el emisor pretende comunicarse con el receptor no a nivel consciente, sino a nivel inconsciente, es decir, mover los resortes que están más allá de la capacidad de crítica de la conciencia humana, sino se puede criticar el mensaje, simplemente se va a reproducir o a obedecer la orden enviada al inconsciente o subconsciente, porque no se puede criticar lo que está más allá de su nivel de crítica.

Los mensajes subliminales se registran a través de todos los sentidos. Los mensajes auditivos visuales están muy condicionados para llegar muy al fondo de la consciencia. Por lo que el cambio se convierte en la única constante.

La nueva tecnología es auditiva y total, lo antiguo era visual y fragmentario, si los mensajes se lanzan fragmentariamente, se van a tener espacios para racionalizar, para criticar, pero si el mensaje está bien estructurado para ser un mensaje total, no hay espacios por donde pueda entrar la consciencia crítica.

Por lo que no sólo, con el desarrollo y aplicación constante de estas técnicas, en los mensajes publicitarios a través de los medios de difusión masiva de radio y televisión, han cumplido con los objetivos trazados en pro del interés del capital, sino también han rebasado los obstáculos que para el logro de los mismos representan los ordenamientos legales existentes en esta materia.

El Reglamento de la Ley General de Salud en Materia del Control Sanitario de la Publicidad, en su numeral 17 determina:

"Artículo 17.- No se autorizará la publicidad cuando utilice métodos de los llamados subliminales, para difundir mensajes publicitarios".

Es importante este precepto, porque por primera vez, en un ordenamiento legal se reconoce aunque de manera

somera, la existencia de las técnicas subliminales en la publicidad masiva.

En este campo, se ha dado el primer paso fundamental, es ora que los científicos, técnicos en las áreas de -- la Ciencia de la Comunicación y de la Ciencia Jurídica, en -- mutua colaboración determinen y propongan a través de los -- causas legales la eficaz reglamentación de dichas técnicas -- subliminales.

Cabe mencionar, que la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, en documento presentado, en la Cámara de Diputados, el tres de julio de julio de 1980, -- en las audiencias públicas, relativas al Derecho a la Información, ya vislumbraban lo siguiente (32). "No sería de extrañar que dentro de unos años los legisladores busquen la -- forma de reglamentar los mensajes subliminales o imágenes -- que inciden en el inconsciente, cuando esto es técnicamente posible hace tiempo, probable que ya esté ocurriendo sin que nos demos cuenta".

Determino tal propuesta, toda vez que en dicho artículo, aunque prohíbe la transmisión de publicidad cuando se utilicen métodos subliminales en sus mensajes, no se determina en dicho precepto, que debe entenderse por tales técnicas, ni en que consisten.

Quizá, esta falta de determinación legal, sea la -- causa de la difusión constante de autorización y por ende de

(32) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima. p. cit., pags. 290 y 291.

la difusión de mensajes publicitarios, en cuya elaboración se aplicaron técnicas subliminales. Así mismo, es posible - debido a las cantidades exorbitantes de capital que se manejan en la publicidad, parte de ellos sea destinado a su autorización, lo que sin duda hace necesario la existencia de -- una regulación eficaz.

Otro hecho relevante, que se hace necesario denotar y que se debe tomar en cuenta para la regulación que propongo, es sin duda, que en materia de publicidad, la dependencia extranjera en este campo es determinante, sobre todo, la participación de los Estados Unidos de América, la cual - (33) "Obedece a una serie de proyectos de orden político y económico gestados en la administración estatal norteamericana", por lo que (34) " Ahora la presencia de las empresas - transnacionales en México no obedece a meros motivos económicos particulares, sino a una política de penetración norteamericana para consolidar una posición hegemónica a nivel - mundial". Actualmente, "los anunciantes y las agencias norteamericanas se han multiplicado. Por lo que respecta a las agencias, en México operan las cuatro agencias de publicidad de mayor facturación en el mundo.

- 1.- J. Walter Thompson Company, N.Y., aquí conocida como Walter Thompson de México.
- 2.- McCann Erickson Inc., N.Y., aquí conocida como McCann Erikson Stanton.
- 3.- Young & Rubicam International Inc., N.Y., aquí conocida como Young & Rubicam.

(33) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima. cit., pags. 290, 291.

(34) Ibidem, p. 37.

- 4.- Leo Burnett Company Inc., Chicago, III., aquí conocida como Leo Burnett Novas.

La primera de las agencias anteriormente citadas -- o sea Walter Thompson de México, maneja en México, entre -- otras las siguientes cuentas: Pepsicola Mexicana, Ford Motor Company, Holiday Inns, Kodak Mexicana, Kraft Foods, --- Rider's Digest, Pan American Airways.

McCann Erickson maneja: American Airlines, Ander-- son Clayton, Coca Cola, Colgate Palmolive, Gillete, Hoteles Hilton, Xerox de México.

Las demás agencias norteamericanas que operan en -- México son:

- Publicidad D'Arcy cuya matriz es D'Arcy-Mac Manus & Masius, N.Y.

- Panamericana de Publicidad, cuya matriz es: Ogilvy & Mather Inc. N.Y.

- Doyle, Dane & Berbach de México, cuya matriz es: Doyle, Dane & Berbach Inc. N.Y.

- Romero Needham cuya matriz es Needham, Harper & Steers Adv. Inc.

- Arellano NCK Publicidad, cuya matriz es Norman, Craig & Krummen Inc., N.Y.

- Noble y Asociados es la Agencia de más alta facturación de las que operan en México y entre otras cuentas maneja: General Foods, General Motors, Hotel Paraíso Marriot, - Nacional Hotelera, Platex..." (35)

Como podemos observar, los principales anunciantes y agencias de publicidad, que operan en nuestro país difundiendo sus mensajes en la radio y sobre todo en la televisión son transnacionales (Extranjeras); Toda vez que son los que pueden solventar los altos costos publicitarios.

En nuestra sociedad, donde la estructura económica está determinada fundamentalmente por el interés del capital monopolístico nacional y extranjero, en el tópico que nos ocupa, es lógico deducir que la ideología tiende a ser una ideología de colonización, es decir, el problema de la ideología en nuestro país, hay que entenderlo como un problema de ideología dominante colonial.

Situación que se debe prever en la reglamentación que se sugiere, para el respeto de nuestra cultura, y por ende, el logro de la función social de la Publicidad en los medios colectivos de difusión en nuestro México.

d) De Los Permisos.

Para la difusión en los medios masivos que nos ocupan de radio y televisión, de la publicidad de actividades, - productos y servicios de salubridad general, es menester que

(35) Ibid. p. 39, 40.

la Secretaría de Salud otorgue el permiso respectivo, el cual se extenderá siempre y cuando reunan los requisitos establecidos por la legislación relativa.

Dicha Dependencia, debe determinar en un lapso de sesenta días hábiles si procede o no el otorgamiento del permiso de publicidad de insumos para la salud, y en el lapso de treinta días de los demás que le competen. De conformidad con el artículo 78 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad.

"Artículo 78.- La publicidad de las actividades, - productos y servicios a que se refiere la Ley y este Reglamento, requiere la autorización de la Secretaría, la que tendrá el carácter de Permiso".

f) Control de la Publicidad Masiva de Insumos Para la Salud.

En materia de publicidad masiva, corresponde a la Secretaría que nos ocupa, otorgar permiso para la difusión de Medicamentos y Plantas Medicinales que para su adquisición no requieran de receta médica; De equipos Médicos, Prótesis, Ortesis, que a juicio de dicha dependencia, puedan ser objeto de publicidad colectiva. En su difusión expresarán las precauciones en su uso; De productos higiénicos, y dentro de éstos se hallan comprendidos, la publicidad de toallas sanitarias y productos sucedaneos, cuya publicidad no debe denostar los valores culturales de la nación, ni mensajes impropios.

g) Control de la Publicidad Masiva de Bienes Para la Salud.

A dicha Secretaría, le incumbe otorgar permiso para la difusión masiva de la publicidad de: Alimentos y Bebidas no alcohólicas (" y tabaco, las cuales únicamente serán autorizadas"), las que no deberán ser presentadas como estimulantes del estado físico y mental de las personas. De bebidas alcohólicas y tabaco, los cuales únicamente serán autorizados cuando su publicidad se asocie con productos alimenticios de consumo directo; De productos de aseo, cuya publicidad se limite a anunciar las características y modos de empleo; De productos de perfumería y Belleza, señalando sus características y modos de empleo e indicando sus efectos reales de uso.

h) Control de la Publicidad Masiva de Servicios de Salud y Embellecimiento.

Le corresponde a la dependencia que nos ocupa, --- otorgar permiso para la difusión masiva de publicidad, de servicios de salud y embellecimiento demostrando la clase característica, finalidad y acceso de los mismos; De procedimientos de embellecimiento, cuya publicidad se limite a ofrecer los resultados reales, plenamente comprobados técnica y científicamente ante la citada Secretaría, que causen efectos en la apariencia del ser humano.

i) Control de la Publicidad Masiva de Productos --
Químicos.

A dicha Secretaría corresponde, otorgar la autorización relativa para la publicidad masiva de: Plaguicidas, - fertilizantes, sustancias tóxicas, cuyas emisiones deberán - manifestar al público sobre el uso y precauciones de empleo.

j) De la Sanción.

La transgresión de los ordenamientos legales relativos serán sancionados administrativamente por la Secretaría de Salud, la que puede consistir en multa, clausura temporal y/o definitiva, y arresto. Substanciándose previamente, el procedimiento administrativo relativo.

La Secretaría de Salud, aplicará las disposiciones legales que le incumbe, en materia de publicidad de actividades, productos y servicios de salubridad general por conducto de las Unidades Administrativas y demás órganos que a continuación se determinan.

3.1.5.1.- Dirección General de Regulación de los Servicios -
de Salud,

Para el otorgamiento por parte de la Secretaría de Salud, del permiso para la difusión masiva de la publicidad de actividades, productos y servicios de salubridad general, de conformidad con la Ley General de Salud y el Reglamento - relativo, sólo se concede a aquellos que cuente con la autorización sanitaria respectiva.

Por tal motivo, corresponde a la Dirección que nos ocupa, expedir, revalidar y en su caso revocar las autorizaciones sanitarias de los servicios de salud que le incumben. Dicha consideración se fundamenta de conformidad con el artículo 21 fracción VIII del Reglamento Interno de la Secretaría de Salud, "Diario Oficial" de 29 de mayo de 1989.

"Artículo 21.- La Dirección General de Regulación tiene competencia para:

VIII.- Ejercer el control y vigilancia sanitarios y expedir, revalidar, o revocar, en su caso, las autorizaciones que se requieran en el ámbito de su competencia".

3.1.5.2.- Dirección General de Control Sanitario de Bienes y Servicios.

A esta Unidad Administrativa, le compete otorgar - los permisos, para la difusión masiva en radio y televisión de la publicidad de actividades, productos y servicios, que cuenten previamente con la autorización sanitaria respectiva y que cumplan con los demás requisitos que establece la Ley General de Salud y el Reglamento relativo.

De conformidad con el Reglamento Interior de dicha Secretaría, le compete a la Unidad que nos ocupa, expedir -- los permisos respectivos en las siguientes áreas: Para la pu blicidad masiva de la prestación de servicios de salud; De - alimentos y bebidas no alcohólicas; De bebidas alcohólicas, similares y tabaco; De medicamentos y Plantas Medicinales - que para su adquisición no requieran de receta médica; De -

equipos médicos, prótesis, ortesis, ayudas funcionales, agentes de diagnóstico, insumos de uso odontológico, materiales quirúrgicos y de curación y productos higiénicos; De productos de aseo; De productos de perfumería y belleza; De servicios y procedimientos de embellecimientos; De plaguicidas, fertilizantes y sustancias tóxicas.

Para el otorgamiento de permisos de publicidad de insumos para la salud, se requiere de la previa opinión de la Dirección General de Control de Insumos para la Salud.

3.1.5.3.- Dirección General de Control de Insumos para la Salud.

A dicha Unidad Administrativa, le compete únicamente emitir opinión previa sobre la autorización (permiso) para la publicidad masiva de insumos para la salud, es decir, de medicamentos y plantas medicinales que no requieran para su adquisición de receta médica; de equipos médicos, prótesis, ortesis, ayudas funcionales, reactivos, agentes de diagnóstico, insumos de uso ontológico, materiales quirúrgicos de curación, productos higiénicos e instrumentos para el diagnóstico clínico. Dichas consideraciones se fundamentan de conformidad con el artículo 10 fracción VIII, del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, que nos ocupa.

"Artículo 10.- La Dirección General de Control de Insumos para la Salud tiene competencia para:

VIII.- Autorizar la publicidad dirigida a profesionales de la salud y opinar sobre la procedencia o no de la autorización de la publicidad masiva de insumos para la sa--

lud".

3.1.5.4.- Dirección General de Asuntos Jurídicos e Internacionales.

A dicha Unidad Administrativa le compete, establecer, analizar y revisar que las autorizaciones sanitarias y los permisos relativos para la publicidad masiva de las actividades, productos y servicios ya señalados que conceden las diversas Unidades Administrativas en el ámbito de sus respectivas competencias. Tal como lo establece el artículo 9 fracción XIX del citado Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, que nos atañe.

"Artículo 9.- La Dirección General de Asuntos Jurídicos e Internacionales tiene competencia para:

XIX.- Formular y revisar las bases y requisitos legales a que deben ajustarse los contratos, convenios, acuerdos, bases de coordinación, concesiones, autorizaciones, adquisiciones o permisos que realiza o expida la Secretaría".

3.1.5.5.- Unidad de Comunicación Social.

A la Unidad de Comunicación Social, le compete vigilar, evaluar y analizar, todas aquellas transmisiones que difundan los medios masivos de radio y televisión relativas a todas aquellas actividades que le son propias, de conformidad con la política de comunicación social del Gobierno Federal.

3.1.5.6.- Consejo Consultivo de la Publicidad Objeto de Control Sanitario.

El Consejo Consultivo de la Publicidad objeto de Control Sanitario, es un organismo coordinador, consultivo; subordinado de la Secretaría de Salud, el cual se encuentra contemplado en el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad. Publicado en el "Diario Oficial" de fecha 26 de septiembre de 1986, en sus numerales 120, 121, 122 y 123.

Es creado dicho órgano consultivo, con el objeto de dar apoyo a dicha dependencia, con las resoluciones que al efecto emita el Consejo, las cuales sólo tendrán el carácter de opinión.

Sus principales atribuciones son las de consulta, apoyo y sugerencias en materias de publicidad de actividades, productos y servicios sujetos a control sanitario, de conformidad con la Ley General de Salud; el Reglamento relativo y el Reglamento Interior de dicha Dependencia.

3.1.5.7.- Comité Interno para el Control Sanitario de la Publicidad.

El Comité Interno para el Control Sanitario de la Publicidad, es un organismo con carácter interno y permanente subordinado de la Secretaría de Salud, el cual surge por Acuerdo número 69 de fecha 11 de noviembre y publicado en el "Diario Oficial" de 19 de noviembre de 1986. Con el objeto de auxiliar al estudio, decisión y vigilancia relativo a la publicidad de actividades, productos y servicios de control sanitario. Y que en su Acuerdo Primero al efecto establece:

"Acuerdo PRIMERO.- Se crea, con carácter permanente, el Comité Interno para el Control Sanitario de la Publicidad, con objeto de estudiar, dictaminar y apoyar lo relativo a la publicidad de las actividades, productos y servicios regulados por la Ley General de Salud".

Dicho Comité, está integrado por los siguientes funcionarios de la Secretaría de Salud.

- a) El Secretario de Salud, quien fungirá como presidente.
 - b) El Subsecretario de Regulación Sanitaria y Desarrollo, quien fungirá como coordinador y suplente del presidente.
 - c) El Director General de Control de Insumos para la Salud, con su respectivo suplente.
 - d) El Director General de Control Sanitario de Bienes y Servicios y suplente; Así como el Director de Control Sanitario de la Publicidad.
-

e) El Controlador Interno, con voz pero sin voto.

Sus principales atribuciones son las de vigilancia; Supervisión del personal responsable; y del Otorgamiento de los permisos de publicidad; La emisión de dictámenes en las solicitudes de permisos que se presenten más complejos; La proposición de formas que tiendan a lograr la expedida tramitación de los permisos.

Se determina en el acuerdo de origen, la participación a un sector preponderante de la sociedad especializada en los menesteres que nos ocupan, por conducto de la convalidación del Comité Interno cuando a su juicio lo amerite.

"Acuerdo CUARTO.- El Comité podrá invitar a representantes de las restantes dependencias del Ejecutivo Federal, así como de personas físicas, organismos e instituciones de los sectores público, social y privado especializados, cuando la índole de los asuntos a tratar lo amerite".

Como podemos observar, con el establecimiento del artículo que precede, se comienza a dar importancia a la participación de la sociedad en la determinación de la publicidad a difundirse en los medios masivos de radio y televisión. Sin embargo, para la democratización de las actividades que le competen a la Secretaría de Salud, por conducto de sus diversas Unidades Administrativas y Organos, entre los que se encuentran el presente Comité, es menester establecer la integración con carácter permanente, con voz y voto de aquel especializado sector social en las funciones de dicho órgano, constituyéndose así una de las pautas necesarias para la consecución de la función social de la comunicación masiva.

3.1.6.- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

En materia de medios de difusión masiva, la publicidad de bienes y servicios, es fundamental para la sobrevivencia de las empresas concesionarias y de los órganos Públicos permisionarios, que con fines comerciales presten dichos servicios públicos de radio, televisión y televisión por cable. Pero incluso actualmente algunas estaciones culturales, con la intención de hacerse de recursos, por la necesidad apremiante de su obtención, incluyen en sus transmisiones, espacios para la publicidad comercial.

Para la difusión masiva de dicha publicidad comercial, es menester que cubran los requisitos que al efecto establecen las disposiciones legales relativas, algunas de las cuales ya se ha hecho alusión en los apartados 3.1.5., 3.1.5.1. al 3.1.5.7.

En este apartado, estableceremos lo que a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial compete en la comercialización de la publicidad masiva, de conformidad con la Ley de Invenciones y Marcas; el Reglamento de la Ley de Invenciones y Marcas; la Ley Federal de Protección al Consumidor; y el Reglamento Interior de dicha Secretaría.

Así pues, toda persona física o Jurídica Colectiva que use efectivamente su nombre comercial a través de los espacios publicitarios de los medios de difusión masiva de radio, televisión y televisión por cable que nos ocupa,

podrá obtener si solicita a la Dependencia de referencia, - la publicación de su nombre en la gaceta de invenciones y - marcas, la protección del derecho a su uso exclusivo por - cinco años, el cual es renovable indefinidamente por períodos de igual lapso.

"Artículo 180.- Quien esté usando un nombre comercial podrá solicitar a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, la publicación del mismo en la Gaceta de Inven-ciones y Marcas. La publicación del nombre comercial produ-cirá el efecto de establecer la buena fe en la adopción y - uso del mismo".

La protección administrativa del nombre comercial abarcará toda la República Mexicana, siempre y cuando se de-muestre la utilización publicitaria efectiva y constante - del nombre comercial y de su giro en los medios electróni--cos de radio, televisión y televisión por cable. Así mis--mo, dicha protección se limitará al giro que comprende las actividades que al efecto desarrolle la empresa relativa.

"Artículo 107.- La protección administrativa del nombre comercial comprenderá toda la República o En - el primer caso, cuando en todo el país se haga publicidad - permanente del establecimiento en que se utilice el nombre comercial por cualquier medio de difusión masiva... siempre y cuando se pruebe la existencia de la clientela efectiva o el conocimiento del nombre comercial".

Ahora bien, en materia de comercialización, la Se-cretaría que nos ocupa, exige para la difusión masiva de su publicidad de bienes y servicios, el cumplimiento de requi-sitos relativos establecidos en la Ley Federal de Protec--ción al Consumidor y en el Reglamento Interior de la Multi-

citada Dependencia.

Es por ello, que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, está facultada, para exigir que para la Publicidad masiva de productos, los anunciantes de manera objetiva y veraz, manifiesten los elementos, caracteristicas y substancias de los que están compuestos, además de expresar el precio del mismo, de conformidad con la Ley Federal de Protección al Consumidor.

También le compete la aplicación y vigilancia de la Ley mencionada, en cuanto a la difusión masiva de ofertas, baratas o descuentos por parte de los establecimientos que en la publicidad relativa las ofrezcan.

"Artículo 10.-... La aplicación y vigilancia en la esfera administrativa de las disposiciones de la presente Ley a falta de competencia específica de determinada dependencia de Ejecutivo Federal, corresponderán a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y a la Procuraduría Federal del Consumidor".

La Secretaría de referencia, aplica las disposiciones legales que le incumbe en los tópicos establecidos por conducto de las Unidades Administrativas que a continuación se determinan:

3.1.6.1.- Unidad de Comunicación Social.

A la Unidad de Comunicación Social, le compete, -
vigilar, evaluar, de conformidad con la política de comuni-

cación social del Gobierno Federal, las relaciones públicas de dicha Dependencia, particularmente con los medios masivos de Difusión. Así como difundir a las diversas Unidades Administrativas que la conforman, la información recopilada y analizada de dichos medios y que tenga relación con sus funciones.

3.1.6.2.- Dirección General de Desarrollo Tecnológico.

A la Dirección General de Desarrollo Tecnológico le compete, tramitar y en su caso autorizar, previa aprobación del examen de novedad, la publicación del nombre comercial en la "Gaceta de Invenciones y Marcas", estableciéndose así, la buena fe en la adopción y uso de dicho nombre, durante cinco años, refrenables indefinidamente por períodos idénticos de duración, determinando la protección administrativa del mismo, siempre y cuando su publicidad, se efectúe constantemente en los medios de difusión masiva.

"Artículo 17.- Son atribuciones de la Dirección General de Desarrollo Tecnológico.

III.- Tramitar y, en su caso, autorizar las solicitudes de registro o de publicidad... de avisos o nombres comerciales, ... y la conservación de los derechos que establezcan los ordenamientos legales".

X.- Efectuar la publicidad legal, a través de la "Gaceta de Invenciones y Marcas".

3.1.6.3.- Dirección General de Fomento al Comercio Interior.

A la Dirección General de Fomento al Comercio Interior, le compete, promover y requerir en la práctica de -

comercialización, el cumplimiento por parte de los anunciantes de bienes y servicios de la Ley Federal de Protección al consumidor, en cuanto a la manifestación objetiva y veraz en la publicidad a través de los medios de difusión masiva de radio, televisión, televisión por cable y prensa, - de los elementos características, calidades y substancias - de los que están conformados y su precio.

Así mismo, del cumplimiento de dicha Ley en las actividades de ofertas, descuentos o baratas que los establecimientos mercantiles difundan a través de la radio, televisión, televisión por cable y prensa.

"Artículo 24.- ...

XXI.- Vigilar que la publicidad e información comercial que se difunda a través de medios distintos de las etiquetas, envolturas, empaques y envases que los productos cumpla con las disposiciones legales de la materia de protección al consumidor y opinar o dictaminar, según sea el caso, respecto de las solicitudes correspondientes, así como imponer sanciones por infracción a las disposiciones --- aplicables en esta materia".

Es así, como deducimos, lo que en el tópic de referencia le compete a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

3.1.7.- Instituto Nacional del Consumidor.

El Instituto Nacional del Consumidor, es un Organismo Público Descentralizado, el cual surge y se encuentra

contemplado en la Ley Federal de Protección al Consumidor - en su artículo 67 al 75. Publicado en el "Diario Oficial" - de la Federación de fecha 22 de diciembre de 1975.

"Artículo 67.- Se crea el Instituto Nacional de - Consumidor, como organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio".

En materia de publicidad, a través de los medios electrónicos de radio, televisión y televisión por cable -- que nos ocupan, los cortes publicitarios que se transmiten son estudiados por el Instituto de referencia, para determinar el impacto del mensaje en el público receptor, es decir los consumidores. Analizando los elementos que se utilizan en el corte publicitario, tales como el sonido, la imagen - el lenguaje del cuerpo, de los objetos, del vestido, la palabra. Así como el color de las cosas, del ambiente, el -- mensaje oral, la voz, de la música, etc.. Empleados por -- los publicistas en la promoción masiva de sus productos de manera exitosa.

Artículo 68.- El Instituto Nacional del Consumi-- dor, tendrá las finalidades siguientes:

- a) Informar y capacitar al consumidor en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.
- c) Orientarlo en el conocimiento de prácticas comerciales publicitarias, lesivas a sus intereses".

Por tal motivo, con el objetivo de que el consumidor identifique y cuestione racionalmente los mensaje publicitarios que realmente informan y promueven objetivamente -

lo que realmente pueden cumplir de aquellos engañosos y que conllevan hacia falsas ilusiones que no tienen nada que ver con la realidad de los productos anunciados. El Instituto que nos ocupa, difunde dicho estudio incluso a través de los medios de difusión masiva orientando al consumidor sobre tales prácticas y que evite así menoscabo en su patrimonio.

3.1.8.- Secretaría de Programación y Presupuesto.

La Secretaría de Programación y Presupuesto, le compete llevar el "Registro Público de Organismos Descentralizados", tal como lo establece la Ley de las Entidades Paraestatales en su artículo 24 que a la letra dice:

"Artículo 24.- Los organismos descentralizados deberán inscribirse en el Registro Público respectivo que llevará la Secretaría de Programación y Presupuesto".

En Materia de medios de difusión masiva de radio, televisión y televisión por cable que nos ocupa, es menester el registro público de los Organismos Descentralizados cuya naturaleza sea la de explotar estaciones y canales de radio y televisión, tal es el caso del Instituto Mexicano de Televisión y del Instituto Mexicano de la Radio; y de aquellas entidades que de alguna manera intervienen en los medios de difusión masiva, tal es el caso del Instituto Nacional del Consumidor.

Dicha Secretaría, aplicará las disposiciones legales que le incumbe, en lo relativo al t^opico que nos ocupa por conducto de las Unidades Administrativas que a continuación se determinan:

3.1.8.1.- Unidad de Comunicación Social.

A la Unidad de Comunicación Social, le compete vigilar, evaluar, analizar y procesar, todas aquellas transmisiones que difundan los medios masivos de radio y televisión relativos a todas aquellas actividades que le son propias, de conformidad con la política de comunicación social del Gobierno Federal.

3.1.8.2.- Dirección General de Asuntos Jurídicos.

La Dirección General de Asuntos Jurídicos, es el organismo encargado de llevar el "Registro Público de Organismos Descentralizados" y expedir la certificación de inscripción en el punto 3.1.8 de este ensayo, al cual los organismos públicos descentralizados y en nuestro caso, aquellos que tienen relación o ingerencia con los medios de difusión masiva, tienen la obligación de inscribirse.

"Artículo 13.- La Dirección General de Asuntos Jurídicos, tendrá las siguientes atribuciones:

V.- Llevar el Registro Público de Organismos Descentralizados...".

Así mismo, cuando se postule la creación, modificación o extinción de las diversas Dependencias del Gobierno Federal, incluyendo obviamente las Secretarías y demás órganos administrativos, así como las entidades paraestatales - aludidas en el presente ensayo, es menester, que previamente las analice la Secretaría de Programación y Presupuesto a través de la Dirección General que nos ocupa, las analice y determine el fundamento legal del planteamiento que se pretende, y una vez realizada tal atribución, es sometido a la consideración del Presidente de la República.

"Artículo 13.- ...

VIII.- Instrumentar jurídicamente los proyectos - que deben ser sometidos a la consideración del presidente de la República, respecto de los cambios a la organización de las Dependencias centralizadas y de las propuestas de creación, modificación, fusión, disolución y liquidación de las entidades paraestatales".

Es así, que el presente ámbito de referencia, hemos determinado lo que en materia de radio y televisión corresponde a la Secretaría de Programación y Presupuesto, así como de sus diversos órganos administrativos.

3.1.9.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Para una mejor captación de las atribuciones que en materia de medios de difusión masiva de radio y televisión corresponde a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, las dividimos en los siguientes apartados a saber:

A) Atribuciones Conferidas en el Otorgamiento de Concesiones y Permisos.

De conformidad con la Ley Federal de Radio y Televisión en su numeral 20. Todo concesionario o permisionario, en el cumplimiento de las obligaciones adquiridas, para el establecimiento de la autorización relativa, deben otorgar garantías, la cual podrá consistir o en efectivo, caso en el cual se constituirán en la Nacional Financiera, S.A., o a través de fianza, cuya calificación es hecha por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Así mismo, le compete a dicha Dependencia en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, establecer la forma en que los concesionarios deben llevar su contabilidad, de conformidad con el artículo 109 del Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, De Experimentación Científica y de Aficionados.

B) Atribuciones Conferidas en Materia de Publicidad Masiva.

La Ley Federal de Radio y Televisión, establece en su numeral 70, que toda publicidad que se pretenda difundir a través de la Radio y/o televisión de las actuales Sociedades Nacionales de Crédito, requerirán de la autorización de la Secretaría que nos ocupa.

"Artículo 70.- ... La propaganda o anuncio de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y de -- las Operaciones que realicen, deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda".

De la indagación realizada en dicho tópico, nos conlleva a determinar que el precepto de referencia está en desuso, toda vez que es la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, es la que autoriza, previo análisis, la transmisión de dicha publicidad, para cualquier estación de radio y canal o sistema de televisión.

C) Atribuciones Conferidas en cuanto a la Recaudación de Efectivo por Conceptos Diversos.

En cuanto al servicio de televisión por cable, -- los prestadores del mismo, por conceptos de ingresos tarifarios pagarán en la Tesorería de la Federación u Oficina Federal de Hacienda, el 15% del total que obtenga mensualmente, en favor del Gobierno Federal.

"Artículo 31.- A la Secretaría de Hacienda y Crédito Público corresponde el despacho de los siguientes tos.

II. Cobrar impuestos, derechos, productos y aprovechamientos Federales en los términos de las Leyes".

De conformidad con la Ley que Establece, Reforma y Adiciona Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el "Diario Oficial de la Federación" de fecha 31 de diciembre de 1968, se determina que los concesionarios comerciales de radio y televisión, están obligados al pago del 25% del total de los pagos que en efectivo o en especie se hagan por concepto de:

"a) Los pagos al concesionario.

b) Los pagos a las empresas que por arreglos con el concesionario contraten los servicios y presten los que sean complementarios.

c) Los pagos a cualquier otra empresa que intervenga entre el que cubra el costo total del servicio y el concesionario".

Dicho gravamen fiscal se pagará por establecerlo así, el Acuerdo publicado en el "Diario Oficial de la Federación" de fecha primero de julio de 1969, a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la cual está competida a recibir dicho pago con algunas modalidades.

La modalidad potestativa de referencia especial, - consiste en que a elección y solicitud previa del concesionario ante la Dependencia de referencia, podrá pagar, el importe del impuesto fiscal relativo, con el doce y medio por ciento del tiempo diario de sus transmisiones al Estado Mexicano.

Así mismo, toda multa establecida por infraccio--
nes y conceptos similares a las disposiciones legales relativas
se pagarán en la Dependencia de referencia.

Es así, como deducimos, lo que en el tópico de referencia
le compete a la Secretaría de Hacienda y Crédito --
público.

3.2 ORGANISMOS GUBERNAMENTALES RELATIVOS A LAS ACTIVIDADES TECNICAS DE PRENSA.

3.2.1.- Presidencia de la República.

En materia de medios de difusión masiva de prensa éste órgano preeminente de la Administración Pública Centralizada, establece las políticas de información gubernamental de conformidad con los lineamientos de comunicación social - del Gobierno Federal.

3.2.1.1.- Dirección General de Comunicación Social.

Este organismos gubernamental, como Unidad Administrativa de la Presidencia de la República, le compete -- coordinar, supervisar y formular la política de información del Gobierno Federal, proporcionando a los medios de difusión de prensa los instrumentos necesarios para la debida - emisión de las actividades del Jefe del Ejecutivo y demás ac tividades relevantes de la Administración Pública Federal.

3.2.2.- Secretaría de Gobernación.

3.2.2.1.- Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

La Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, el cual compete en el tópico que nos ocupa - la aplicación del Reglamento Sobre Publicaciones y Revistas

Ilustradas, publicada en el "Diario Oficial" de fecha 13 de julio de 1981.

Así pues, en el artículo primero de dicho ordenamiento se establece: "La Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, tendrá a su cargo la aplicación de éste Reglamento".

Dentro de las facultades más preponderantes que en dicho tópico competen a la Comisión, son a saber: la de calificar y otorgar el certificado de licitud del título o de contenido; y en su caso la declaración de ilicitud de las publicaciones periodísticas y revistas ilustradas, previo examen de publicación.

Para tal efecto es menester agregar a la solicitud para declaración de licitud del título o cabeza de periódico la constancia u oficio que al efecto expida la Dirección General de Derechos de Autor, en la que se determine la no existencia de obstáculo legal en el ámbito de su competencia para la concesión de las reservas de derechos. Por lo que respecta a la solicitud de licitud del contenido, basta con anexar cinco ejemplares del mismo.

La Comisión de referencia, al otorgar el certificado de licitud aludido, declara que dichas publicaciones periódicas carecen de defectos. Situación que les permite ser objeto de registro en la Dirección General de Derechos de Autor.

Es así, como hemos expuesto lo que en el tópic -
de que nos ocupa, compete a la Comisión de referencia.

3.2.2.2.-- Comisión de Radiodifusión.

La Comisión de Radiodifusión, es de facto como ya
lo expusimos en el apartado 3.1.2.6., de éste ensayo, un Or-
gano Desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, aunque
de ire, está considerada como una Comisión Intersecretarial.

En el tópic que nos ocupa, a dicha Comisión le -
compete, realizar todos los actos que sean necesarios para
que los partidos políticos tengan la debida difusión en las
publicaciones de prensa de circulación nacional, tal como lo
establece el artículo 55 del Código Federal Electoral vigen-
te.

"Artículo 55.- ... así mismo, tomará las previsio-
nes necesarias para que la programación que corresponda a -
los partidos políticos, tenga la debida difusión a través de
la prensa de circulación nacional".

Tal precepto contempla una prerrogativa más de --
los partidos políticos, consistente en la difusión masiva de
sus ideologías políticas a través de los medios de prensa, -
pero no establece la obligación de dichos medios para el ---
otorgamiento permanente de columnas editoriales, a manera de
tiempos del Estado.

3.2.3.-- Secretaría de Educación Pública.

3.2.3.1.-- Dirección General de Derechos de Autor.

La Dirección General de Derechos de Autor, en lo relativo al medio de difusión masiva que nos ocupa, le compete los cometidos siguientes:

Registrar, previa solicitud de búsqueda de título el encabezado o título del Periódico. En el supuesto de no existir obstáculo legal para la concesión de la reserva de derechos, la Dirección expedirá una constancia al solicitante, la cual deberá ser presentada por éste último ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, para la consecución de los trámites respectivos.

Una vez que dicha Comisión declare la licitud del Título y del Contenido, la Dirección General de Derechos de Autor, procederá a registrar el título, cabeza o el contenido del periódico, por lo que una vez registrado y de conformidad con el artículo 24 de la Ley Federal de Derechos de Autor, son materia de reserva de derechos.

"Artículo 24.- El título o cabeza de un periódico, o revista, noticiero cinematográfico, y en general toda publicación o difusión, ya sea total o parcial será materia de reserva de derechos. Esta reserva implica el uso exclusivo del título o cabeza durante el tiempo de la publicación o difusión y un año más, a partir de la fecha en que se hizo la última publicación".

Es así, como determinamos, lo que en el presente tópicamente le compete a la Dependencia citada.

CAPITULO IV

4.- LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS PUBLICOS DE DIFUSION MASIVA.

4.1 ORGANISMOS PUBLICOS EN LA PRESTACION DE ACTIVIDADES TECNICAS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA.

a) Radio.4.1.1.- Instituto Mexicano De La Radio.

Con el objetivo de lograr los cometidos sociales que las leyes relativas le confieren a las radiodifusoras mexicanas, y en pro de la modernización administrativa de Gobierno Federal en dicho tópicó, las diversas estaciones de radio del mismo son integradas, para ser operadas por el Organismo Público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, denominado Instituto Mexicano de la Radio por Decreto de fecha 23 de marzo de 1983 y publicado en el "Diario Oficial" de fecha 25 de marzo de 1983. En su artículo primero nos establece:

"Artículo Primero.- Se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de la Radio, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tendrá como objeto operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Poder Ejecutivo Federal, en los términos establecidos por la fracción XX del artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal".

A dicho Instituto le compete, promover, capacitar y producir en todo lo relativo a las actividades técnicas radiofónicas de las entidades que opera.

Para el logro de los objetivos a que está copelido el organismo descentralizado de referencia, los cuales a saber son: La función social de los medios masivos que opera y el respeto en el cumplimiento del derecho público subjetivo contenido en nuestra carta magna, tal como lo es, el Derecho a la Información. Es decir, el fomento a la participación directa de la sociedad civil en todos los medios de difusión concesionarios y permisionarios que integran el IMER.

Se ha erigido un proyecto, el cual consta de tres elementos determinantes, los cuales a saber son los siguientes:

1.- Que funcione realmente de manera descentralizada el IMER.

2.- Capacitar al personal del Instituto, tanto en el aspecto técnico como en el aspecto social, cabe mencionar que en éste último aspecto en cuanto a las necesidades, costumbres, hábitos, usos de la población que capta las señales de cada una de las estaciones radiodifusoras que integran dicho organismo.

3.- Permitir que esa población a través de sus líderes de opinión participe en una radio que sí se escuche y en la que México sí hable.

Ahora bien, en materia de información, al Instituto Mexicano de la Radio, se le han conferido dos funciones fundamentales, las cuales a saber son las siguientes:

1.- La de ser vocero del Gobierno Federal, difundiendo políticas, lineamientos y apreciaciones de las causas y realidades de las actividades de los diversos órganos de la Administración Pública Federal.

2.- Dar apertura a la participación de todos los sectores sociales.

Por lo que respecta en materia de publicidad, el IMER, independientemente de las estaciones radiodifusoras que lo integran sean permisionarias culturales; comerciales y concesionarias comerciales, incluyen todas en su programación, mensajes publicitarios, ya sea con anuncios pagados, etiquetados, intercambiables o promocionales.

Si bien es cierto, la Ley Federal de Radio y Televisión prohíbe la publicidad en las Estaciones permisionarias culturales, actualmente, con anuencia o silencio del Ejecutivo Federal, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y demás organismos cuyas actividades están relacionadas con los medios de difusión masiva que nos ocupan, permiten que dicha actividad se efectúe en las mencionadas estaciones culturales, con la finalidad de que dicho organismo descentralizado a través de dichas estaciones se haga de recursos para satisfacer sus necesidades más apremiantes, al permitir la transmisión de publicidad en las susodichas estaciones culturales.

Es considerable la actitud del Gobierno Federal en permitir por las consideraciones aludidas, la publicidad en todas las estaciones culturales de radiodifusión del país pero sería más aceptable que efectuaran las reformas legales pertinentes, en lugar de guardar silencio, evadiendo las disposiciones legales relativas.

Las estaciones de radio que actualmente integran al Instituto Mexicano de la Radio, son las siguientes:

En el Distrito Federal:

- a) XEQK. am. La Hora exacta, estación concesionaria.
- b) XEB. am. La B grande de México, estación concesionaria.
- c) XEMP. am. Radio Información, estación permisionaria.
- d) XERIN .am. Radio Infantil, estación concesionaria.
- e) XHOF. fm. Estereo Joven, estación permisionaria.
- f) XHMER. fm. Opus 94, la estación cultural, estación permisionaria.
- g) XEPMX-OC Onda corta, Radio México Internacional.

En Provincia:

- a) XHUAM. fm. La Voz del (Bravo)Noroeste, estación permisionaria, Tijuana, Baja California Norte.
-

- b) XHUAR. 106.7 fm. La Voz del Bravo, estación --
 permisionaria, Ciudad Juárez, Chihuahua.
- c) XHSCO. 96.3 fm. Estereo Itsmo, La voz del Sur -
 estación concesionaria, Salina Cruz, Oaxaca.
- d) XEPQ. 980. am. La Voz de Ciudad del Cobre, es-
 tación concesionaria, Cananea, Sonora.
- e) XERF. 2570. am. Radio Frontera, La Voz de la -
 Amistad, estación concesionaria, Ciudad Acuña Coahuila.
- f) XEBCO. 1230. am. Radio Occidente, La Voz de Co-
 lima, estación permisionaria, Colima, Colima.
- g) XELAC. 1560. am. Radio Azul, La voz de Balsas -
 estación concesionaria, Lázaro Cárdenas, Michoacán.
- h) XERA. Radio Chiapas, La Voz de Los Aitos, esta-
 ción permisionaria, San Cristobal Las Casas, Chiapas.
- i) XECAH. Radio Chiapas, La Voz del Zoconuzco, es-
 tación permisionaria, Cacahuatán, Chiapas.
- j) XWMIT. Radio Chiapas, La Voz de Balin Kanan, es-
 tación permisionaria, Comitán, Chiapas.
- k) XETEB. Radio Mar. estación permisionaria, Campe-
 che, Campeche.

4.1.2.- Radio UNAM

Radio UNAM, surge el 14 de junio de 1937, como Ra-
 dio Universidad, estación permisionaria cultural de la Uni-
 versidad Nacional Autónoma de México.

Actualmente la estación cultural de referencia, es
 un organismo dependiente de la Coordinación de difusión cul-
 tural.

Dicha estación permisionaria, presta el servicio público relativo, cuyas siglas son XEUN, en la frecuencia - KHz. 860 de am., y en la frecuencia MHz. 96.1 de fm.

Por lo que respecta a su programación, ésta es -- eminentemente cultural, cuya calidad a pesar del presupuesto asignado, es de tomarse en consideración, cuya libre manifestación de las ideas, es constatada día con día.

En cuanto a su función informativa, esta al igual que su estación hermana, Radio Educación, son de lo más veraces, objetivas y críticas.

Podemos afirmar, que la estación radiodifusora -- que nos ocupa, es una de las pocas radiodifusoras que procuran el logro de los cometidos sociales que como servicio público permisionario cultural le compete.

4.1.3.- Radio Educación.

Radio Educación, como estación permisionaria cultural, cuyo titular es el Secretario del ramo, se erige como un organismo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, por Acuerdo No. 21 de dicha Dependencia, de fecha 22 de noviembre de 1978. Así mismo, se encuentra contemplado en el actual Reglamento Interno de la mencionada - Secretaría, de fecha 17 de marzo de 1989, en el cual se le confirma tal naturaleza. Sin embargo, de facto, actúa como un organismo descentralizado.

Los objetivos de dicho organismo desconcentrado -
son:

- a) Apoyar la enseñanza abierta.
- b) Transmitir y promover programas con contenido cultural.
- c) Difundir las buenas costumbres, la propiedad en el idioma, enaltecer la vida en común, el mejoramiento en el nivel cultural de la población.

Para el cumplimiento de tales objetivos, las funciones que le competen a Radio Educación son las siguientes:

- Operar las emisoras KEEP y KEPPM que corresponden respectivamente a la banda de amplitud modulada y onda corta.
 - Integrar y administrar la fonoteca nacional.
 - Proveer asistencia técnica y de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten.
 - Difundir programas de información y análisis.
 - Promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión.
 - Las demás que le confieran otras disposiciones legales o la Secretaría de Educación Pública y sean afines a las anteriores.
-

La programación de Radio Educación, es variada, - contempla emisiones destinadas a menores de edad, cuestiones sociales, al campo; investigaciones científicas, comentarios sobre problemas nacionales e internacionales, música.

Se establece en algunos de sus programas la participación directa de los radioescuchas en dicho medio masivo tal es el caso, del programa denominado teléfono abierto.

No es la única estación que ha optado por tal método, pero es de las pocas que lo practican. Siendo una actitud loable, en pro de la consecución de los cometidos sociales que como servicio público le corresponde.

Por lo que respecta a su función informativa, dicho organismo, ha encontrado una manera distinta de hacer - transmisiones amenas, no sólo debido a su naturaleza cultural, sino a la escasez de recursos de los que desde sus inicios ha adolecido.

Es por ello, que en sus emisiones noticiosas han - procurado ser objetivos y veraces, para lo cual emiten información viva desde el lugar mismo de los hechos, a través de intercambios informativos a través de colaboradores tanto - nacionales como extranjeros, los cuales se comprometen de manera verbal.

Los noticieros son enlazados diariamente con 22 estaciones de radiodifusión universitarias y culturales del - país y con once repetidoras.

Por lo que respecta a su publicidad, Radio Educación es una estación cultural, la cual carece de tal actividad.

Sin embargo, solo permite los intercambios, con empresas cuya actividad esté relacionada con la actividad cultural.

Radio Educación, es una estación cultural comprometida al logro de la función social, que como medio de difusión masiva le corresponde.

b).- Televisión.

4.1.4.- Instituto Mexicano de Televisión.

El Instituto Mexicano de Televisión, es creado como un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, por Decreto de fecha 23 de marzo de 1983, publicado en el "Diario Oficial" de fecha 25 de marzo de 1983, el cual en su artículo primero a la letra dice:

"Artículo 1o.- Se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de Televisión, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tendrá como objeto operar de manera integrada, las estaciones de televisión, unidades de producción, repetidoras y redes de televisión pertenecientes al Poder Ejecutivo Federal en los términos establecidos por la fracción XX del artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal".

Las Estaciones de Televisión y entidades que operan dicho Instituto, de conformidad con el artículo tercero del Decreto de Referencia son las siguientes a saber:

- 1.- Corporación Mexicana de Radio y Televisión.
- 2.- Televisión de la República Mexicana.
- 3.- Canal 8 de Monterrey.
- 4.- Productora Nacional de Radio y Televisión.
- 5.- Teleproductora del Distrito Federal.
- 6.- Las demás entidades de la Administración Pública Federal que, de acuerdo con su naturaleza - el Ejecutivo Federal Determine.

Cabe mencionar, que los canales que actualmente opera IMEVISION, en el Distrito Federal en red nacional son:

- CANAL 13
- CANAL 7
- CANAL 22 (En el área metropolitana).

Por lo que respecta a su programación, está es en un gran porcentaje de origen extranjero, prevaleciendo la de origen norteamericano. La programación de origen nacional tanto en calidad como en cantidad deja mucho que desear debido en gran parte: Al presupuesto restringido asignado al Instituto; Al uso no completo del tiempo del Estado, por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía

de la Secretaría de Gobernación y la Comisión de Radiodifusión, y a la celebración de convenios cada vez más restringidos y la violación de los vigentes concertados en la UNAM.

Por lo que respecta a su función informativa, a IMEVISION se le han conferido dos funciones fundamentales, las cuales a saber son las siguientes:

1.- La de ser vocero del Gobierno Federal, difundiendo políticas, lineamientos y apreciaciones de las causas y realidades de las actividades de los diversos órganos de la Administración Pública Federal.

2.- Dar apertura a la participación de todos los sectores sociales.

Sin embargo, en la última de las funciones aludidas, el Instituto ha demostrado una tendencia diferente durante todo el desarrollo de sus actividades.

En materia de Publicidad, IMEVISION ha optado por el sistema aplicado por las estaciones de televisión concesionarias. Situación que ha dejado a las empresas, comercios y servicios de mediana y pequeña embergadura que en última instancia son las que pertenecen en su gran mayoría a nacionales, sin poder hacer uso del servicio público de referencia para poderse promover, por lo excesivo del cobro en el servicio (tarifas). Por lo que se hace menester un cambio imperante en dicho renglón.

Es menester un cambio en los lineamientos establecidos para IMEVISION, en pro del logro de los altos cometidos sociales que como medio de difusión masiva está compelido a satisfacer, haciendo a un lado políticas e intereses de grupo. Cuya realización si bien es utópica, el cambio es significativo para la reivindicación del servicio público de referencia.

4.1.5.- Canal Once.

La estación permisionaria cultural de televisión de la Secretaría de Educación Pública, denominada XEIPN, Canal Once, se erige como tal en noviembre de 1958, fecha en la cual el director General de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a través de un telegrama que remite a la Secretaría de Educación Pública, autoriza el inicio de funciones de ésta estación permisionaria cultural.

Al salvar los problemas técnicos y económicos que la agobian, la estación de referencia inicia sus transmisiones el 15 de diciembre de 1958, como el primer canal cultural y educativo de México y América Latina, emitiendo programas, y a pesar de las carencias aludidas, con una excelente calidad.

Se confirma, posteriormente por decreto publicado en el "Diario Oficial" de fecha 2 de agosto de 1969, la naturaleza de estación permisionaria cultural de televisión a

XEIPN Canal Once. Cuya producción y transmisión de programas de carácter educativo, cultural y de orientación social queda a cargo del Instituto Politécnico Nacional, órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública y, su operación técnica corresponde a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Ahora bien, en materia de publicidad, actualmente XEIPN Canal Once con fundamento en el criterio que maneja la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en el sentido que para hacerse de recursos las estaciones públicas culturales de radio y televisión e inclusive las privadas culturales, se permite que incluyan en su barra programativa espacios publicitarios. Por lo cual Canal Once en sus transmisiones incluya propaganda restringida comercial.

Por lo que respecta a su función informativa, esta es realizada por la estación de referencia en forma loable, salvando las carencias técnicas y económicas, informando de manera más certera y objetiva los acontecimientos políticos, sociales y culturales de carácter nacional e internacional.

Sin embargo, consideramos que es menester que la sociedad participe de manera directa en dichas estaciones noticiosas, manifestando sus necesidades, inquietudes, posturas ideológicas, para el logro de la función social que co-

mo servicio público, propiedad del Estado corresponde.

4.1.6.- Dirección General de T.V. UNAM.

La Universidad Nacional Autónoma de México, en la década de los cincuentas, incursiona en la producción televisiva, pero a partir de 1952, cuando se implantan circuitos cerrados de televisión de la escuela de medicina, surge la idea y posibilidad que la MÁXIMA casa de estudios, maneje y transmita sus programas a través de un canal propio de televisión propio.

Sin embargo, los acontecimientos sucitados con -- posterioridad, repercutieron en perjuicio de la citada posibilidad; es decir, La Universidad Nacional pretendió obtener la "Concesión del Canal 13", el cual, según investigadores de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, éste ya había sido apartado para la UNAM. Pero desafortunadamente la falta de presupuesto, la falta de interés, presiones de empresas privadas y/o por no ser pertinente para el sistema político prevaleciente, la concesión de dicho canal -- fué otorgada a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A.

En los años sesentas, surge de nuevo la idea y posibilidad que a la UNAM le fuere otorgado la concesión y/o permiso de XHTM Canal 8, sin embargo, este fué concedido a la empresa Fomento de Televisión, S.A. DE C.V., filial de la empresa Televisión Independiente de México.

A principios de los ochentas, surge de nuevo la posibilidad de que la Máxima casa de estudios cuente con un canal de televisión, sin embargo, lo que ocurre es una conversión del canal 8, de comercial a cultural.

Por lo que la UNAM se dedicó a celebrar convenios con las Empresas de televisión privadas y el Instituto Mexicano de Televisión, los cuales han sido restringidos y no pocas veces violados por las concesionarias y las permisionaria de referencia.

Actualmente, la Dirección General de Televisión - TV- UNAM, es un órgano administrativo dependiente de la - - Coordinación de Difusión Cultural. El cual cuenta con una - infraestructura ad hoc para la producción y difusión de programas de televisión, cuyas instalaciones albergan cinco estudios de televisión, siendo el estudio dos el mejor equipado y en el cual se producen programas que son transmitidos por vía satélite.

A pesar de que son salvados por mucho los obstáculos, de los que ha adolecido dicho órgano, para la produc--ción de programas, tal como son los aspectos relativos a la escasez de producción con calidad; experiencia de los elementos humanos; la falta de materiales; el mayor obstáculo sigue siendo la falta de un canal propio, para la transmi--sión de sus programas.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes al respecto, que no es posible otorgar un canal de televisión a la UNAM, toda vez que técnicamente es imposible.

Sin embargo, considero, que si no es posible obtener el permiso y/o concesión de un canal de televisión de señales por vía aérea, por que técnicamente y/o políticamente no es posible, si lo es tratándose de un servicio de televisión por cable y/o vía micro ondas.

La UNAM, al prestar el servicio de televisión vía cable; vía micro ondas, obtendrá los siguientes beneficios:

- 1.- Un servicio público de comunicación masiva.
 - 2.- Un servicio objetivo y veraz.
 - 3.- La obtención de beneficios económicos, dado que el servicio es por suscripción; sin dejar de considerar, que dichos sistemas permiten la transmisión a bajo costo y la suscripción al mismo, es accesible.
 - 4.- Los sistemas de referencia, pueden entregar de 28 a 35 canales, más bandas de radio am y fm, así como la transmisión por medio de ondas radiales de periódicos, directamente al hogar del suscriptor. Por lo cual los beneficios a la UNAM y suscriptores a mi consideración son inmejorables.
-

c).- Prensa.4.1.- Periódico el Nacional.

El Periódico el Nacional, constituido bajo el régimen jurídico de Sociedad Anónima en 1929, fué órgano del Partido Nacional Revolucionario, hoy Partido Revolucionario Institucional.

Actualmente, su presupuesto lo asigna el Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Gobernación y su Director es nombrado por el Presidente de la República.

Por lo anterior, deducimos que a través del periódico de referencia, el servicio informativo de prensa, es prestado por el Gobierno Federal. Por lo cual y a pesar de haber sido constituido como una Sociedad Anónima, repercute en una ficción jurídica, ya que no ha operado, ni opera como tal, mientras sea de hecho un órgano administrativo descentralizado del Gobierno Federal. *ad. G. G.*

4.2.- LA PRESTACION DE PARTICULARES, EN LAS ACTIVIDADES TECNICAS DE RADIO, TELEVISION Y PRENSA.

4.2.1.- Televisión Vía Satélite, S.A.

El Consorcio Televisión Vía Satélite, está integrado por las siguientes estaciones concesionarias de televisión:

- Canal Cuatro, cuyas siglas son XHTV, el titular de la concesión, es la empresa Televisión de México, S.A., cuyo principal accionista es el Sr. Rómulo O'Farril, la --- cual opera oficialmente el 31 de agosto de 1950.

- Canal Dos, cuya siglas son XEUTV, la concesión de la misma es otorgada a la empresa Televimex, S.A., propiedad del Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta, la cual empieza a operar el 21 de mayo de 1951.

- Canal Cinco, cuyas siglas son XHGC, el titular de la concesión es la empresa Televisión González Camarena, S.A., cuyo propietario es el Sr. Guillermo González Camarena, la cual empieza a funcionar el 18 de agosto de 1952.

El 26 de marzo de 1955, "Los concesionarios de -- los canales 2, 4 y 5, deciden constituir una empresa encargada de administrar y operar esas emisoras. La nueva emprsa Telesistema Mexicano, S.A., no se convierte en concesionaria, con lo cual salva legalmente lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas en México. Las concesiones continúan perteneciendo -- a las empresas que originalmente las obtuvieron: Televimex, S.A. (Canal 2), Televisión de México, S.A. (Canal 4) y Televisión González Camarena, S.A. (Canal 5)". (37).

- Canal Ocho, cuyas siglas son XHTM, el titular -- de la concesión es la empresa Fomento de Televisión, S.A., de C.V., filial de Televisión Independiente de México. La --

(37) MEJIA BARQUERA, Fernando y otros. Televisa. El Quinto Poder , 3^{ra} ed., Claves Latioamericanas, México 1988, p. 25.

cual empieza a operar el primero de septiembre de 1968.

El servicio de televisión por cable para ser operado en la ciudad de México, cuya concesión fué otorgada el 20 de mayo de 1969 a la empresa Cablevisión, S.A., filial - de Telesistema Mexicano, S.A.

Es a partir de la fusión de las personas jurídicas colectivas Telesistema Mexicano, S.A. y Televisión Independiente de México en una nueva persona jurídica colectiva en diciembre de 1972, surge el consorcio Televisión Vía Satélite, S. A.

Es menester aludir, que la empresa TELEVISA, cuenta con estaciones filiales de televisión, repetidoras y estaciones de radio.

Por lo que respecta a su programación, rubro sumamente cuestionado, es en orden de importancia de emisiones; de entretenimiento, informativos y culturales.

Es menester aludir, que en un gran porcentaje las transmisiones de su programación es de origen extranjero -- prevaleciendo en este rubro las de origen norteamericano.

Sin hacer más énfasis al respecto, considero por el actual sistema sociopolítico económico prevaleciente no se vislumbra cambios trascendentales en dicho tópico. Sin embargo, es menester el establecimiento de un órgano no ex-

clusivamente gubernamental, tal como lo es, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación sino estatal, el cual esté integrado por representantes de Instituciones Culturales, grupos sociales de las empresas concesionarias, permisionarias y del Gobierno Federal, para que verdaderamente vean por el logro de los altos cometidos sociales que el servicio público de referencia corresponde.

En materia de publicidad, Televisa, S.A., ofrece sus espacios publicitarios a un alto costo, situación que permite sólo a las empresas de alta manufactura y principalmente de origen extranjero a transmitir sus mensajes publicitarios por dichos medios, relegando a las empresas micro y mediana industria y, pequeños comerciantes que en su mayoría son de propiedad de mexicanos a difundir su publicidad por otros medios, por lo cual el servicio público, propiedad del Estado, concesionado a la empresa de referencia se pone al servicio de los altos capitales, transgrediendo el derecho que poseen todos los mexicanos de usar de una manera accesible dichos espacios publicitarios; toda vez, que al formar parte fundamental del Estado, son también propietarios.

Sí bien es cierto, es muy válido y loable que las empresas concesionarias, anunciantes y publicistas de alta manufactura protejan sus intereses en pro de la obtención de capital, también lo es que los nacionales puedan beneficiarse en dicho renglón, a través del servicio público de referencia. Por lo cual es menester legislar éste aspectos

para que se contemple dicha cuestión.

Por lo que respecta a su función informativa, actualmente con el establecimiento del servicio informativo - ECO, transmite en una gran cantidad de horas dicha función informativa.

Sin embargo, observamos la existencia de autocensura en la emisión de noticias, sobre todo de índole trascendental para la sociedad y de orden político. Así mismo el bloqueo para la participación directa de la sociedad en dicho medio de difusión masiva en la que manifieste sus necesidades, comentarios, críticas de cualquier índole, por lo cual, la noticia al ser manipulada, es deformada, por lo que la información carece de la objetividad y veracidad que los ordenamientos legales determinan, convirtiéndola en una simple mercancía.

Por lo que es menester, que el artículo sexto --- constitucional relativo al derecho a la información sea, reglamentado para la reivindicación de la función social e informativa de los servicios públicos, propiedad del Estado.

4.2.2.- MVS Multivisión.

En septiembre de 1989, comienza a prestar el servicio público de radiodifusión televisiva por suscripción, en la banda de ultra alta frecuencia (UHF), con ocho canales concesionados, la empresa MVS MULTIVISION, S.A., cuyo -

presidente y director general es el Sr. Joaquín Vargas Gómez. Por acuerdo oficial que en lo relativo al otorgamiento de la concesión manifiesta: "Con el propósito de romper con el actual monopolio de la televisión comercial, y ofrecer a los televidentes una nueva opción de cultura, entretenimiento, diversión e información, se autoriza la operación (de la empresa denominada MULTIVISION)". (3).

La Empresa de referencia presta el servicio, a través de un novedoso sistema de radiodifusión vía microondas a saber; el de radiodifusión (televisión) vía aérea cerrado.

Debido a dicho sistema, la legislación aplicable para el otorgamiento de la concesión de dicho servicio público es la Ley de Vías Generales de Comunicación, publicada en el "Diario Oficial" el 19 de febrero de 1940. Toda vez que la Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el "Diario Oficial" de 19 de enero de 1960; El Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, - De Experimentación Científica y de Aficionados, publicada en el "Diario Oficial" de fecha 20 de mayo de 1942; y el Reglamento del Servicio de Televisión Por Cable, publicado en el "Diario Oficial" de 18 de enero de 1979, no contemplan el novedoso sistema de referencia, por lo cual la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se vió en la necesidad de aplicar para el otorgamiento de la concesión respectiva, la Ley más general y que más se encuadra a los requerimientos del tópicó de referencia.

Por lo cual, es menester constituir una nueva legislación que contemple el surgimiento de nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación masiva.

Ahora bien, en lo concerniente a la programación incluyendo la función informativa, que difunde la empresa de referencia, las disposiciones legales aplicables en éste renglón son: La Ley Federal de Radio y Televisión; y el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión. Cuya vigilancia y aplicabilidad compete a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

Por lo que respecta a la aplicabilidad del tiempo del Estado en dicho medio masivo de difusión, convergen en el cumplimiento de ésta función la Dirección General aludida y la Comisión de Radiodifusión.

En materia de publicidad, MVS Multivisión, incluye en su programación propaganda comercial. Toda vez que (no hay impedimento legal para ello) al ser un servicio por suscripción. Siendo responsable en éste renglón la Secretaría de Salud y la de Gobernación en el ámbito de sus respectivas competencias.

4.2.3.- Radio.

En el Distrito Federal existen las siguientes estaciones en ampliación modulada y en frecuencia modulada a saber:

Las estaciones radiodifusoras de referencia así como las de provincia, están organizadas en grupos tales como los siguientes:

- Grupo Radio Centro.
- Grupo Televisa Radio
- "Radiodifusoras Unidas, con 87 estaciones de AM y con 9 de FM.
- Red RPM (División de Radioprogramas de México) con 73 de AM y una de FM. Este grupo tiene tres filiales:
 - Arte Radiofónico de México, S.A.
 - Radio Televisión de México, S.A.
 - TV Grabaciones de México, S.A.
- Radio Ventas de Provincia con 50 AM y 8 FM.
- Radiodifusoras Asociadas con 44 AM y 1 FM.
- Grupo ACIR con 43 AM y 6 FM
- Radio Visión Activa con 30 AM y 3 FM.
- Radio Cadena Nacional con 30 AM y 1 FM.
- Corporación Mexicana de Radiodifusión con 30 AM. (39)
- Y el Instituto Mexicano de la Radio

4.2.4.- Prensa.

Los Periódicos de mayor circulación en el Distrito Federal están constituidos ya sea bajo el régimen de Sociedades anónimas o bajo el de Sociedades Cooperativas.

Los periódicos que se conforman como sociedades - anónimas son a saber los siguientes:

- Diario de México.
- Heraldó
- El Nacional
- Novedades
- Ovaciones
- La Jornada
- Sol de México
- El Universal
- Uno más Uno

Los periódicos que se conforman como sociedades - cooperativas son a saber los siguientes:

- La Prensa
- El Día
- Excelsior

Los periódicos al operar bajo regimenes diversos es decir, unos como sociedades anónimas y otros como sociedades cooperativas, les son aplicables disposiciones lega-

les diversas, como lo son el Código de Comercio a los prime
ros y la Ley de Sociedades Cooperativas a los segundos, lo
que determina lineamientos diversos en la política edito---
rial de cada diario en particular.

CONCLUSIONES

Del estudio realizado, respecto de los medios de difusión masiva a saber; la radio, la televisión y la prensa, consideramos establecer las siguientes conclusiones:

PRIMERA.- Actualmente los vehículos más importantes de transmisión de información, son aquellas comunicaciones eléctricas que denominamos, medios de difusión masiva, conocidas también como medios de comunicación masiva y/o medios electrónicos de comunicación.

SEGUNDA.- En materia de comunicaciones y transportes, una de sus ramas, la denominada medios de comunicación masiva, y que por la naturaleza de las actividades que actualmente desempeña, debe denominarse medios de difusión masiva, es una de las materias administrativas especializadas que ha adquirido autonomía propia.

TERCERA.- La legislación mexicana determina que el espacio territorial y por ende el medio en que se propaga las ondas electromagnéticas, del cual se valen las estaciones de radiodifusión para la difusión de actividades, son uno de los elementos materiales del dominio público directo, es decir forman parte del patrimonio del Estado.

CUARTA.- Las actividades técnicas de radiodifusión y prensa, son un servicio público, toda vez, que su

prestación está encaminada a la satisfacción de necesidades colectivas básicas o fundamentales de un público receptor - considerable, es decir, a la satisfacción de los altos com
tidos sociales que las disposiciones legales y su propia na
turaleza le confieren. Mediante prestaciones individualiza
das, sujetas a un régimen de derecho público, como lo son -
los ordenamientos legales aludidos. Siendo prestadas di---
chas actividades por el Gobierno Federal; Organismos Públi
cos y Particulares, a través de estaciones de radiodifusión
de naturaleza cultural y/o comercial, mediante el permiso o
concesión respectivos.

QUINTA.- Las comunicaciones eléctricas que denomi
namos de difusión masiva, están reguladas en un vasto campo
de leyes, reglamentos, decretos y acuerdos, disposiciones -
que resultan trascendentales en lo relativo a las activida
des técnicas que nos ocupan, pero que en lo general resul
tan obsoletas e ineficientes.

SEXTA.- Debido al surgimiento de nuevas tecnolo--
gías en todas las áreas de la materia que nos ocupa, cons--
tantemente, éstas no son contempladas en gran parte por la
legislación vigente.

SEPTIMA.- La existencia de una gran cantidad de -
organismos gubernamentales relativos a las actividades de -
difusión masiva, cuyas funciones primordiales son las de -
apoyo, supervisión, planeación, coordinación y organización
en todo lo concerniente a la prestación de dichos servicios
públicos. Sin embargo, dichos organismos en no pocos casos

son inocuos, inecesarios y obsoletos.

OCTAVA.- La prestación por parte de particulares de los servicios de difusión masiva a través de concesión - y en su caso permiso.

NOVENA.- La prestación por parte de organismos públicos y gubernamentales de los servicios de difusión masiva a través de permiso.

DECIMA.- El incumplimiento de los aitos cometidos sociales que competen a los prestadores de los servicios públicos de referencia, por una gran cantidad de ellos.

DECIMA PRIMERA.- La difusión fragmentada y manipu-
lada de la función informativa de los prestadores de los --
servicios públicos de radio, televisión y prensa.

DECIMA SEGUNDA.- En materia de publicidad, las es-
taciones de radiodifusión y sobre todo las de televisión de
naturaleza comercial, ofrecen sus espacios publicitarios a
un alto costo, situación que permite sólo a las empresas de
alta manufactura y principalmente de origen extranjero a -
transmitir sus mensajes publicitarios por dichos medios, re-
legando a las empresas micro y mediana industria; de publi-
cidad; y pequeños comerciantes, propiedad de mexicanos a di-
fundir su publicidad por otros medios.

DECIMA TERCERA.- Las estaciones de radio y televisión de naturaleza cultural, actualmente reservan una gran cantidad de espacios de transmisión, para la difusión de mensajes publicitarios, con la finalidad de que las mismas se hagan y subsistan con sus propios recursos.

DECIMA CUARTA.- La aplicación del tiempo del Estado, en los medios de difusión masiva de radio y televisión por conducto de los organismos gubernamentales denominados: Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación y por la Comisión de Radiodifusión.

DECIMA QUINTA.- La parcialidad que en no pocos casos aqueja a los medios de difusión masiva, su apego total a particulares principios de obtención de lucro, la escasa y en muchos casos la nula participación de los grupos políticos, intelectuales y sociales en dichos medios, conllevan al pueblo a reclamar del Gobierno Federal, auténtica apertura y de los prestadores de los servicios públicos que nos ocupan honorabilidad en las actividades técnicas que desempeñan.

DECIMA SEXTA.- Nuestra actual sociedad mexicana, exige participación en los medios de difusión masiva, pero también exige, como parte integrante del Estado Mexicano, - al intervenir en la vigilancia, organización, planeación, - coordinación y análisis de todas las actividades relativas a dichos medios que nos ocupan, a través del establecimiento de un insigne organismo verdaderamente libre, objetivo, plural y democrático.

P R O P U E S T A S

Dado el desarrollo que en los últimos años han tenido las materias que integran al Derecho Administrativo, y sobre todo las relativas a Radio, Televisión y Prensa, ubicadas en Comunicaciones y Transportes las primeras, y a Gobernación la última, son las materias administrativas que han adquirido autonomía propia. Así mismo, conforman actualmente parte importante en la subsistencia del sistema político, jurídico -- y social que nos rige. Situación preponderante para poder -- fundamentar la implantación de su necesaria codificación.

En nuestro país, se observa un considerable fenómeno a la codificación parcial de materias administrativas. Que en el ámbito federal, el cual nos ocupa tenemos a saber las siguientes:

- Código Fiscal de la Federación.
- Código Aduanero de los Estados Unidos Mexicanos.
- Código Sanitario.
- Ley de la Reforma Agraria.
- Ley de Vías Federales de Comunicación.
- Ley Federal del Trabajo.

Con la codificación parcial de las materias administrativas que nos ocupan, se pretende sistematizar orgánica y unificadamente todas las diversas normas que las regulan, es decir, el lograr la integración de los principios generales, la parte general y las sensibles leyes, reglamentos decretos y acuerdos que presiden en todos sus aspectos, las

actividades técnicas administrativas de los medios masivos - de comunicación que nos ocupan.

Para ello, determinamos como ejemplo, la estructura y contenido del presente ensayo. Si bien es cierto que la propugnación que se discierne es endeble, la necesidad del establecimiento de una legislación eficaz que vele por los cometidos públicos y sociales que les competen, a los servicios públicos de radio, televisión y prensa, es imperante, es decir la consecución de la función social de la comunicación masiva.

Así mismo, propongo el establecimiento dentro de las asignaturas en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México, la materia el "Derecho de la Comunicación Masiva", donde se contemplen los diversos ordenamientos legales que la regulan y que son analizados y/o aludidos en este trabajo, así como los cuestionamientos de carácter político y de política que constriñen a dichos servicios públicos, y también todos aquellos organismos que de una y otra forma les compete vigilar, analizar, guiar, el acatamiento de la legislación relativa en cada caso concreto. En pro de estudios y análisis constantes que permitan sin duda encontrar las soluciones jurídicas ad hoc para la mejoría de las materias administrativas parciales especializadas de radio, televisión y prensa.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- ACOSTA, Magdalena y DAVALOS, Federico, "Televisión Universitaria Tomo I y II", Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, México 1986.
- ACOSTA ROMERO, Miguel.- "Teoría General del Derecho Administrativo", Ed. Porrúa, México 1981.
- ALTHUSSER, Louis. "Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado", Ed. Pepe, Medellín 1978.
- BURGOA, Ignacio. "Derecho Constitucional Mexicano" Ed. Porrúa, México 1976.
- BURGOA, Ignacio. "Las Garantías Individuales" Ed. Porrúa, México.
- CREMOUX, Raúl. "La Legislación Mexicana de Radio y Televisión", UAM, México 1982.
- FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima. "Los Medios de Difusión en México", Ed. Juan Pablos Editor, México 1982.
- FRAGA, Gabino. "Derecho Administrativo", Ed. Porrúa, México 1973.
- HARNECKER, Marta. "Los Conceptos Elementales del Materialismo Histórico", Ed. Siglo XXI Editores, México 1989.
- LOPEZ AYLON, Sergio. "El Derecho a la Información", Ed. Miguel Angel Porrúa, México 1984.
-

MATTELART, Armand. " Agresión desde el Espacio ", Ed. Siglo XXI Editores, México 1985

MATTELART, Armand. " La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación ", Ed. Siglo XXI Editores, México 1986.

MEJIA BARQUERA, Fernando y Otros. " Televisa El Quinto Poder ", Ed. Claves Latinoamericanas, México 1988.

TEMA RAMIREZ, Felipe. " Leyes Fundamentales de México, 1800-1970 ", Ed. Porrúa, México 1970.

LEGISLACION CONSULTADA

a).- Radio y Televisión

Acuerdo No. 50 por el que se crea el Comité Interno de apoyo a las funciones del Control Sanitario de la Publicidad. "Diario Oficial" del 11 de noviembre de 1966.

Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de Estaciones Comerciales de Radio y Televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades. "Diario Oficial" del 10. de julio de 1969.

Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado, en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales. "Diario Oficial" del 21 de agosto de 1969.

Código Federal Electoral de 1987

Código Sanitario, "Diario Oficial" del 13 de marzo de 1973.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado, denominado Instituto Mexicano de la Radio. "Diario Oficial" del 25 de marzo de 1983.

Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado, denominado Instituto Mexicano de Televisión, "Diario Oficial" del 25 de marzo de 1983.

Decreto que establece las tarifas para el cobro de derechos a la Industria Cinematográfica y los relativos a la transmisión en Televisión, "Diario Oficial" del 20 de diciembre de 1974.

Decreto que fija las normas a que se sujetará en su instalación y funcionamiento, las estaciones radiodifusoras de televisión, "Diario Oficial" del 11 de febrero de 1930.

Ley de Bienes Nacionales "Diario Oficial" del 8 de enero de 1982.

Ley de Invencciones y Marcas, "Diario Oficial" del 10 de febrero de 1978..

Ley de Vías Generales de Comunicación. "Diario Oficial" del 19 de febrero de 1940.

Ley Federal de Derechos de Autor, "Diario Oficial" del 31 de diciembre de 1990, reformas 21 de diciembre de 1993.

Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, "Diario Oficial" del 30 de diciembre de 1977.

Ley Federal de Protección al Consumidor, "Diario Oficial" del 5 de febrero de 1976.

Ley Federal de Radio y Televisión, "Diario Oficial" del 19 de enero de 1960.

Ley Organica de la Administración Pública Federal, "Diario Oficial" del 20 de diciembre de 1976.

Ley que Establece, Reformas y Adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos (crea el impuesto para servicios expresamente declarados de interés público por ley en los que intervengan, empresas concesionarias de bienes del dominio directo de la nación). "Diario Oficial" del 31 de diciembre de 1968.

Ley sobre las características y uso del Escudo, la Bandera y el Himno Nacional, "Diario Oficial" del 17 de agosto de 1908.

Reglamento de la Ley de Invencciones y Marcas.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión. "Diario Oficial" del 4 de abril de 1973.

Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Control Sanitario de la Publicidad, "Diario Oficial" del 26 de septiembre de 1980.

Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, De Experimentación Científica y de Aficionados, "Diario Oficial" del 20 de mayo de 1942.

Reglamento de los Certificados de Aptitud para el Manejo de Estaciones Radieléctricas Civiles, y su Anexo, "Diario Oficial" del 5 de octubre de 1933.

Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, "Diario Oficial" del 18 de enero de 1979.

Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, "Diario Oficial" del 16 de marzo de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, "Diario Oficial" del 17 de noviembre de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública, "Diario Oficial" del 17 de marzo de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, "Diario Oficial" del 13 de febrero de 1989 y del 6 de julio de 1977.

Reglamento Interior de la Secretaría de Programación y Presupuesto, "Diario Oficial" del 24 de enero de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, "Diario Oficial" del 29 de mayo de 1989.

Reglamento que Norma las Actividades de los Péritos en Telecomunicaciones, "Diario Oficial" del 20 de diciembre de 1972.

Ley de Bienes Nacionales "Diario Oficial" del 8 de enero de 1982.

Ley de Invencciones y Marcas, "Diario Oficial" del 10 de febrero de 1976..

Ley de Vías Generales de Comunicación. "Diario Oficial" del 18 de febrero de 1940.

Ley Federal de Derechos de Autor, "Diario Oficial" del 31 de diciembre de 1936, reformas 21 de diciembre de 1963.

Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, "Diario Oficial" del 30 de diciembre de 1977.

Ley Federal de Protección al Consumidor, "Diario Oficial" del 5 de febrero de 1976.

Ley Federal de Radio y Televisión, "Diario Oficial" del 19 de enero de 1960.

Ley Organica de la Administración Pública Federal, "Diario Oficial" del 29 de diciembre de 1976.

Ley que Establece, Reforma y Adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos (crea el impuesto para servicios expresamente declarados de interés público por ley en los que intervengan, empresas concesionarias de bienes del dominio directo de la nación). "Diario Oficial" del 31 de diciembre de 1968.

Ley sobre las características y uso del Escudo, la Bandera y el Himno Nacional, "Diario Oficial" del 17 de agosto de 1968.

Reglamento de la Ley de Invencciones y Marcas.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión. "Diario Oficial" del 4 de abril de 1973.

Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Control Sanitario de la Publicidad, "Diario Oficial" del 26 de septiembre de 1980.

Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, De Experimentación Científica y de Aficionados, "Diario Oficial" del 20 de mayo de 1942.

Reglamento de los Certificados de Aptitud para el Manejo de Estaciones Radioeléctricas Civiles, y su Anexo, "Diario Oficial" del 5 de octubre de 1933.

Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, "Diario Oficial" del 18 de enero de 1979.

Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, "Diario Oficial" del 16 de marzo de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, "Diario Oficial" del 17 de noviembre de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública, "Diario Oficial" del 17 de marzo de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, "Diario Oficial" del 13 de febrero de 1989 y del 6 de julio de 1977.

Reglamento Interior de la Secretaría de Programación y Presupuesto, "Diario Oficial" del 24 de enero de 1989.

Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, "Diario Oficial" del 29 de mayo de 1989.

Reglamento que Norma las Actividades de los Péritos en Telecomunicaciones, "Diario Oficial" del 20 de diciembre de 1972.

b) Prensa.

Ley de Imprenta, "Diario Oficial" del 9 de abril de 1917.

Ley Federal de Derechos de Autor, "Diario Oficial" del 21 de diciembre de 1903.

Ley Reglamentaria del Artículo 130 Constitucional. En materia de Publicaciones Confesionales y Culto Público, "Diario Oficial" del 18 de enero de 1927.

Reglamento del Comercio Semifijo y Ambulante en el Distrito Federal, "En lo relativo al Voceo de Periódicos en las Esquinas", "Diario Oficial" del 27 de marzo de 1931.

Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, "Diario Oficial" del 13 de julio de 1931.
